


**INFLUENCIA URBANA POR LA CONCENTRACIÓN DE  
ALOJAMIENTOS REGISTRADOS EN AIRBNB EN LOS SITIOS  
TURÍSTICOS DE RIOBAMBA**

Riobamba Creative city: the concentration of accommodations registered on Airbnb in the rise of a new tourism


**Diego Hernán Buitrago Ricaurte**

Universidad Nacional de  
Chimborazo. Riobamba, Ecuador.  
*diego.buitrago@unach.edu.ec*

 <https://orcid.org/0000-0002-9353-2502>


**Julio Andrés Guerra Arango**

Universidad Nacional de  
Chimborazo. Riobamba, Ecuador.  
*julio.guerra@unach.edu.ec*

 <https://orcid.org/0009-0001-9433-5105>


**Farid Alexander Espinoza Touma**

Universidad Nacional de  
Chimborazo. Riobamba, Ecuador.  
*farida.espinoza@unach.edu.ec*

 <https://orcid.org/0009-0005-8319-6663>

**José Remigio Gavidia Mejía**

Universidad Nacional de  
Chimborazo. Riobamba, Ecuador.  
*jose.gavidia@unach.edu.ec*

 <https://orcid.org/0009-0002-0042-3276>

Este trabajo está depositado en Zenodo:

**DOI:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.17329062>

**RESUMEN**

La transformación del sector turístico no solo es impactado por el aumento demográfico, tecnológico y relacional de las ciudades en crecimiento, sino por la inventiva simbólica que genera nuevas identidades, recorridos e imaginaciones urbanas. Se propone entender que el auge aparición de plataformas tecnológicas como Airbnb en la ciudad de Riobamba, Ecuador, evidencia la aparición de la idea de "influencia urbana" o "ciudad creativa" en la concentración territorial de los alojamientos, fenómenos novedoso en el mercado turístico. Método: Investigación de tipo bibliográfica-documental y georeferencial. Se concluye que la nueva oferta de Airbnb no responde solo a una competencia de alojamientos turísticos en los mismos nichos, sino que da señales de responder a una evolución semiológica de la ciudad ante nuevos tipos de visitantes. Esto ayuda al aumento de la oferta turística y al establecimiento de nuevos nichos de emprendimiento, y debe advertir a las políticas turísticas de la aparición de nuevas tendencias.

**Palabras claves:** Alojamiento, Airbnb, Turismo, Ciudad Creativa, Riobamba.

**ABSTRACT**

The transformation of the tourism sector is not only impacted by the demographic, technological and relational increase of growing cities, but also by the symbolic inventiveness that generates new identities, routes and urban imaginations. It is proposed to understand that the rise of technological platforms such as Airbnb in the city of Riobamba, Ecuador, shows the emergence of the idea of "urban influence" or "creative city" in the territorial concentration of accommodations, novel phenomena in the tourism market. Method: Bibliographic-documentary and geo-referential research. It is concluded that the new Airbnb offer does not only respond to a competition of tourist accommodations in the same niches, but rather gives signs of responding to a symbolic evolution of the city in the face of new types of visitors. This helps to increase the tourist offer and to establish new entrepreneurial niches, and should warn tourism policies of the emergence of new trends.

**Keywords:** Public policies, strategies, socio-economic development, Ecuador.

## INTRODUCCIÓN: LA INFLUENCIA URBANA EN EL TURISMO

Desde hace varias décadas, la sociología ha identificado que la evolución de las ciudades pasó de la noción de cruce de caminos entre las ofertas y demandas laborales y mercantiles, a las de ofertas y demandas de naturaleza simbólica. A esta época que vivimos, a la que se ha llamado "post-fordista", ha implicado una transformación de las ciudades de trabajadores y centros de gran comercio, que caracterizaron los inicios de la industrialización. En Estados Unidos, ciudades como Detroit, que en algún momento albergaron grandes capas urbanas de obreros, hoy empiezan a desaparecer, a vaciarse, o a convertirse en espacios para sectores de desempleo y problemas de integración. No solo la naturaleza de los astilleros, puertos y siderúrgicas fue transformándose en el tiempo, no solo aparecieron otros centros industriales más competitivos, sino que las migraciones empezaron a ser dominadas por un sentimiento de identidad que tiene que ver, no solo con el empleo, sino con lo "divertidas" que son las ciudades. Esto implica la presencia de parques, museos, teatros, zonas con identidad específica, tiendas o restaurantes con ofertas creativas, recorridos sean turísticos, o sean de tránsito, que se transforman en inusuales y atractivos, entre otros aspectos.

A este fenómeno, se le identifica también una suerte de nuevo tipo de prosperidad económica, que aprovecha la circulación de salarios y ganancias, y las expande en ciudades para disfrutar, vivir, explorar y desafiar. A este fenómeno se le llama "efecto urbano", y según otros autores, "ciudades creativas" como lo establece Richard Florida (2002, 2005, 2009). Ambos términos parten del principio de que lo urbano, esto es, la oposición de las grandes ciudades frente a lo rural, no solo se define desde el au-

mento demográfico y económico de los tejidos que las pueblan, sino que la ciudad tiene, como un acto de convivencia y asimilación de diversidades, la capacidad de transformar los espacios comunes convirtiéndolos en puntos nodales de nuevas relaciones, donde se generan y se regeneran las identidades urbanas.

Sin duda alguna, el auge y desarrollo de la tecnología ha ido cambiando considerablemente la forma en que se hacen los negocios, la forma de educar, las interrelaciones de las personas, entre otras actividades inmersas en el mundo actual, haciendo que se posibiliten miles de transacciones sin necesidad de requerir la presencia en un determinado lugar. No obstante, la tecnología, como el internet, el uso de algoritmos inteligentes, los transportes ecológicos a bajo precio, el desarrollo de la tecnología alimenticia, y sobre todo, la expansión cultural que suele acompañar a generaciones enteras influenciadas por las redes sociales, ha estado consistiendo el marco ineludible de las nuevas formas de turismo en todos los ámbitos, con lo que trasvasa la característica virtualidad tecnológica, a la realidad de un encuentro que espera ser de una enorme riqueza simbólica.

De tal modo que las ciudades se urbanizan más pero, aunque parezca paradójico, se industrializan menos. En lugar de la industrialización, se incorporan formas económicas exitosas del sector "sevicios", basadas, muchas veces, en reconstruir la identidad de lo urbano. Esto es particularmente provechoso para ciudades con tejidos y referencias históricas consolidadas, porque adquieren fortalezas culturales a partir de bases previamente consolidadas, como es el caso de ciudades como Quito, Cuenca y Riobamba. Esto permite, al visitante que busca la experiencia tradicional, completar también nuevas expectativas a partir de un turismo ávido de exploración, novedad y originalidad.

George Yúdice (2002, p. 28), en este sentido, observa que todo ello es el resultado de importantes fallas en la generación de entornos humanos y humanizantes en los tiempos de la industrialización. Esto habría conllevado a un ocio muy seccionado y ritualista, donde las opciones desafiantes eran escasas. En los años 90 empezó a producirse el turismo de aventura y ecológico. Personas que podían constituir puentes culturales entre zonas desconectadas del turismo, se hicieron cada vez más valiosas, pues se convirtieron en canales para que nuevas demandas encontraran nuevas ofertas. Puede decirse, por tanto, que ello permitió el inicio del turismo colaborativo, porque el nuevo fenómeno no se está basando en las instalaciones de empresas o agencias estatales formalizadas, que ofrecerían seguridad y aislamiento, sino en el hecho de que las partes aceptaron negocios personales que les condujesen a nuevas experiencias y nuevos relatos. Es evidencia de que este fenómeno no ha acabado, el hecho de que, con el tiempo, lo que evolucionó, no fue una formalización o insitucionalización infraestructural de las formas de turismo alternativo, como el de aventura, el ecológico o el activo, sino un aumento de la oferta, además de un aumento de la susceptibilidad de cierto tipo de turistas ante aspectos sociales, alimenticios, ecológicos, y políticos, los cuales fueron reconfigurando la oferta (Rodríguez Nicasio, L. 2020, Evolución del turismo activo en España. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42788/TFG-N.%201346.pdf;jsessionid=5C4C0DD5A32E8E0F6DAFD74C93F76CA3?sequence=1>).

Esta tendencia hace pensar que este tipo de turismo no solo permanece con las formas originales desde que inició su evolución, sino que se sigue transformando hacia marcos simbólicos y narrativos cada vez más agudos y exigentes.

Es importante recordar que la fuerza simbólica que ofrece el turismo a la sociedad está enraizada en las imaginaciones previas de las culturas que desean consumir aventura, originalidad y creatividad. Por eso los autores de este artículo escogimos la lectura de Simmel a su inicio. Por consecuencia, es importante recordar que, el turismo debe verse más allá de sus concomitantes económicos:

*"Nadie pondría en tela de juicio que lo económico es parte de la actividad turística, pero es tan solo un elemento más. Turismo es tecnología, es educación, es política, es naturaleza, es deporte, es filosofía, es comunicación, es psicología, es arte, es historia... y además, es economía. El primero de los errores que profesores, estudiantes y periodistas cometen con el turismo, es reducir el todo a una de sus partes" (Ledhesma, 2016:17). Creer que el turismo es una actividad económica, es seguramente el mito más arraigado e instalado en la población en general." (Ledhesma, M. (2017) Mitomanías del turismo. Andrea Barrientos: Buenos Aires)*

Pero, también, está sujeto a espacios de construcción mitológica, algunos de los cuales tienen base científica, y otros de fuente legendaria. El encuentro de un turista con un anfitrión, como de un paisaje con otro, es un encuentro siempre intercultural, y en esa diferencia, que suele ser una diferencia de clase social, o de división mundial de la humanidad, es la base misma de la riqueza turística:

*"La diversidad humana y cultural queda plasmada en forma homogénea en ciertos 'estereotipos' que no solo simplifican su acción sino su sentido. En España por ejemplo, señala Barthes (1997: 125), el vasco es un marino aventurero, el levantino un jardinero alegre, el catalán un hábil comerciante y el cántabro un montañés sentimental. Cualquier grupo se reduce así a una escenificación capitalista cuya función es el refuerzo de las clases y los oficios (trabajo). Al respecto escribe el autor: "socialmente, para la Guía Azul, los hombres existen únicamente en los trenes, donde pueblan una tercera clase mezclada. Por lo demás, sólo sirven como elementos introductorios, componen un gracioso decorado novelesco, desti-*

nado a rodear los esencial del país: su colección de monumentos" (Barthes, R. (1997) "Mitologías" Ediciones Siglo XXI, México: 126).

Es visible cada vez más que estas formas urbanas corresponden a una economía cada vez más basada en ideas, símbolos, lenguajes y comunicación. Es por ello, que la función política y, dentro de ella, la política turística, requiere de una fuerza de creatividad, de la mano de la diversidad y los fundamentos culturales de un entorno urbano, que asigna valor a la pequeña ciudad como a la gran metrópolis.

Farías, Ignacio (2010). Ensamblajes urbanos: la TAR y el examen de la ciudad. *Atenea Digital*, 11(1). 15- 40. Extraído el 8 de junio del 2011, de <http://psicologiasocial.uab.es/atenea/index.php/atheneaDigital/article/view/826>

Florida, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's*

*Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nueva York: Basic Books.

Florida, Richard (2005). *The flight of the Creative Class. The new global competition for talent*. Nueva York: Harper Collins Publishers.

Florida, Richard (2009). *Las ciudades creativas*. Barcelona: Paidós.

## La noción de turismo colaborativo

El turismo alternativo, fundamentalmente, activo, ecológico y de aventura, para completar el marco narrativo que lo impulso, muchas veces se vale del turismo colaborativo, dentro del cual es posible indicar la plataforma Airbnb.

Tal y como lo mencionan Cerdá et al. (2021), el termino economía colaborativa ha venido evolucionando en el tiempo, tal y como se muestra en la tabla 1.

**TABLA 1**

### Evolución de las acepciones de la economía colaborativa

Año	Autores	Nombre	Definición/teoría
1978	Felson y Spaeth	Collaborative Consumption	Compartir bienes con otros consumidores
2007	Algar	Collaborative Consumption	Transacción en que los consumidores colaboran en línea para el intercambio de bienes y servicios, experiencias y articular el poder adquisitivo colectivo para conseguir activos de gran valor por medio de las diferentes plataformas.
2010	Botsmany Rogers	Collaborative Consumption	Se origina por la crisis financiera internacional, donde las personas se convierten en sujetos que crean a través de la intervención en los mercados, y donde la moneda de cambio es de confianza.
2010	Gansky	"the mesh" Share economy	Es un modelo de consumo que se trata de préstamos, intercambios, contratos de trueque o accesos pagados a bienes en cambio de poseer estos.
2012	Bardhiy Eckhardt	Access-based consumption	Son las operaciones que se pueden mediar en el mercado pero que no generan transferencia de propiedad y aplazan tanto la propiedad como el intercambio.
2013	Opciones	Economía colaborativa	Movimientos que envuelven practicas nuevas económicas que poseen en común la gran participación colectiva en el aprovisionamiento de bienes y servicios.

2014	Vaughan y Hawksworth	Sharing economy	eco-	Utilización de plataformas digitales que le permiten a los consumidores tener acceso a los activos tangibles e intangibles, y no se sus dueño.
2014	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	Economía colaborativa	co-	Es un modelo que se basa en el intercambio entre personas de bienes y servicios que se encuentran ociosos a cambio de recibir una prestación convenida entre las partes.
2014	Cañigueral	Economía colaborativa	co-	Instrumento que complementa el mercado y que permite renovar la economía y dirigirla hacia una economía sostenible.
2014	Belk	Collaborative consumption		Individuos que se encargan de la coordinación para adquirir y distribuir un recursos a cambio de una tarifa o compensación.
2014 - 2015	Dubois et al; Schor y Fitzmaurice	Connected consumption		Movimientos económicos que se conectan digitalmente.
2015	Hamari et al.	Collaborative consumption		Es una movimiento que realizan dos individuos para conseguir, proporcionar o compartir el acceso a los bienes y servicios y que es coordinado por medio de una comunidad que se fundamenta en servicios on-line.
2016	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	Economía colaborativa	co-	Grupo heterogéneo y que cambia la forma de producción y consumo, donde los agentes pueden compartir e innovar activos, bienes o servicios, y a cambio se puede obtener un valor monetario o no, con la ayuda del internet.
2016	Ouishare	Economía colaborativa	co-	Es un modelo que se fundamenta en la eliminación de las limitaciones que existen entre los productores y los consumidores, que facilita la interacción a través del internet y las distintas plataformas peer-to-peer (P2P), calificando las experiencias offline.

Fuente: Cerdá et al. (2021)

Todas las definiciones mostradas en la tabla dejan entrever que siempre el concepto de economía colaborativa ha ido orientado hacia la colaboración para intercambiar bienes, lo cual se ha facilitado a través del uso de la tecnología.

Velandia y Torres (2022), acotan que la economía colaborativa ha pasado hacer uno de los modelos de negocio más utilizado y que brinda mayor acceso a las operaciones entre proveedores y usuarios, para intercambiar servicios ofreciendo diferentes opciones a los consumidores, lo que ha sido posible por el avance tecnológico dando paso a esta economía colaborativa, la cual ha otor-

gado grandes posibilidades para el comercio del turismo.

Asimismo May et al. (2023), asignan importancia al hecho de que son formas de asignación de reputación. Al ésta convertirse en el activo más importante tanto para quien ofrece el bien o servicio como el que lo consumirá, el hecho de garantizar la confianza y seguridad también se convierte en un valioso aspecto del consumo cultural. El turista suele observar la calidad humana de los nativos del sitio que visita a través del anfitrión, y por ello, la conexión entre visitante y anfitrión forma parte de las narrativas de la aventura.

Otros de los beneficios que la economía colaborativa brinda a las ciudades, según lo menciona Pool et al. (2020), están: consumo responsable y sostenible, compartir activos fácilmente, servicios y capacidades, ciudades más eficientes y el fomento de una economía circular, modificándose nuevos escenarios donde se promueven las prácticas económicas alternativas: compartir, intercambiar y reciclar.

Para Rangel y Izaguirre (2023), las aplicaciones son fundamentales en el uso del modelo de negocio de la economía colaborativa. En ausencia de suficientes contactos dentro de las redes sociales del sitio que se visita, esto es sustituido por aplicaciones de hospedaje como Airbnb y Booking, aplicaciones de delivery como Uber, Eats, Rappi y Pedidos Ya, o por aplicaciones de comercio como Ebay y Marketplace, entre muchas otras que están a disposición de los consumidores.

## IMPORTANCIA TURÍSTICA DE RIOBAMBA

Con respecto a la zona de estudio esta investigación, el cantón de Riobamba, según la página web del Ministerio de Cultura y Patrimonio (2024), alberga a la capital de la provincia de Chimborazo. Es la urbe más grande y poblada de la provincia, localizada en el centro de la región interandina, rodeada de volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo. Turística y literariamente es conocida como “La Sultana de los Andes” y “La Ciudad de las Primicias”. Su importancia histórica radica en que es primer puerto lacustre de importancia que conecta la producción de los Andes, con el río Guayas y, por consiguiente, con el puerto de Guayaquil. Esto le permitió consoldar una extraordinaria arquitectura colonial y republicana, a pesar de los varios terremotos que sufrió. El casco cuenta con edificios únicos en toda América Latina, como el labrado en piedra de la catedral. Fue declarada

patrimonio cultural de la nación con 435 edificaciones con categorías religiosas, civiles y militares, igualmente incluye colecciones de arte colonial, 29 sitios arqueológicos, como los tramos del Qhapaq Nan-Camino Principal Andino, el Ferrocarril de la Unidad Nacional o “Tren de Alfaro”, tierra de “los hieleros” (expertos montañistas indígenas que bajaban hielo para el consumo de los incas y luego de los españoles) y además, alberga la identidad ancestral del pueblo Puruhá, junto a otras naciones indígenas con habilidades artesanales extraordinarias.

También se le ha llamado “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, porque en sus edificios históricos se llevó a cabo la primera Asamblea Constituyente de la naciente República del Ecuador. Su intermediación entre la costa y la sierra le ha permitido ser eterna candidata a capital del país.

Asimismo, cuenta con un patrimonio natural como lo es la Reserva Faunística y Parque Nacional Sangay, denominación otorgada por la UNESCO, y una vista cercana al volcán del Chimborazo, la cual es la montaña más alta del planeta tierra en relación a su cercanía con el espacio exterior. Este volcán fue objeto del poema más conocido (quizás el único) de Simón Bolívar.

## Peso de la actividad hotelera formal en Riobamba

En la investigación realizada por Quiroz (2020), en la zona de Riobamba se destaca la siguiente información.

La zona cuenta con varios tipos de alojamiento donde el 47% está conformado por hosterías, el 45% por hoteles, un 4% por hostales y otro 4% por casa de huéspedes.

Según la categoría, los alojamientos que están en el rango de 2 estrellas representan el 41%, donde los hostales representan el 7% y los hoteles un 34%. Con la categoría de

1 estrella se encuentra un 36% de alojamientos, la cual pertenece solo a los hostales, mientras que solo un 2% no registra ningún tipo de categoría establecida por las normativas legales.

Con respecto a la zona donde se ubican los alojamientos se menciona: la mayor concentración se ubica en la parroquia Lizarzaburu con un 58%, un 32% en Velasco, un 8% en Maldonado, un 2% en Veloz y un 0% en Yaruquies.

Según el tipo de alojamiento turístico por zona se menciona que: el tipo hostel está presente en todas menos en Yaruquies, la hostería solo se ubica en Maldonado, los hoteles están presentes tanto en Lizarzaburu y Velasco, mientras que la casa de huéspedes se encuentran también en Lizarzaburu y Velasco.

Con respecto al total de plazas de alojamiento se obtuvo que para el año 2019 existe un total de 2.491, las cuales se distribuyen en 1214 habitaciones en los diferentes tipos de alojamiento, 1243 en hostales y solo 23 en casa de huéspedes.

La zona preponderante de estos hoteles es la zona colonial-republicana, la cual presenta los sitios tradicionalmente conocidos. Algunos recordos desconocidos, sin embargo, no han sido explotados con suficiencia, como la Mansión Santa Isabella. Sin embargo se encuentran en el radio de cobertura de estos alojamientos.

### **Peso de la actividad extrahotelera de Riobamba-Casco central-contorno urbano**

Actualmente, según los datos encontrados en la página web de la plataforma Airbnb (2024), se logró conseguir que en Riobamba se encuentran registrados los siguientes datos:

El tipo de alojamiento casas se ubica en un total de 108, donde el precio más bajo se ubica en \$10 y el más alto en \$586, con un promedio de \$58.99.

El tipo de alojamiento casa de huéspedes se ubica con un total de 23, donde el precio más bajo es de \$13 y el más alto \$86, con un promedio de \$30,65.

Cabe destacar que el precio puede variar por las distintas condiciones que ofrece el tipo de alojamiento como son la ubicación, el tamaño, entre otros.

Según estos datos, se evidencia que diferentes tipos de alojamientos del cantón Riobamba tienen presencia en la plataforma Airbnb y que estos se ubican en las zonas urbanas de la misma, por presentar los principales atractivos turísticos. La oferta aun es menor que la instalada formalmente, aunque muchos asentamientos formales ya usan simultáneamente Airbnb. No hay presencia de otras plataformas en la zona.

El uso del Airbnb es creciente, y se espera, por las tendencias que se observan de las estadísticas, que alcance a la oferta formal o que la depase.

## **MÉTODO**

La presente investigación se fundamenta en la revisión bibliográfica documental (Google Académico, tesis de grado, artículos de revistas científicas, ponencias, libros electrónicos, entre otros documentos), que permitieron extraer la información más relevante sobre la influencia urbana o evolución de la "ciudad creativa" de Riobamba en la demanda turística. Igualmente, se observó la concentración de alojamientos registrados en Airbnb en los sitios turísticos de Riobamba, su distribución geográfica y su significación a partir de los comentarios de los usuarios del servicio.

La propuesta metodológica que se avanza, consiste en identificar a Airbnb como un campo de observación óptimo, por cuanto concentra la primera acción económica y estable de la actividad turística por excelencia, esto es, el alojamiento. Dellanzo (2019), señala que un alojamiento tu-

rístico es considerado la base física y psicológica, desde el momento en que un turista o usuario comienza a disfrutar de los servicios y actividades, por lo que se considera un medio que permite ponerse en contacto con el lugar y las atracciones que posee. Por consiguiente, se puede decir que el alojamiento es la base dentro del turismo, pues todo usuario busca tener un lugar que le permita pernoctar de forma cómoda y segura, durante el tiempo que permanecerá en el sitio de visita.

El hecho de que la plataforma transparente las relaciones entre anfitriones y visitantes de una ciudad o área, por varios años, es valioso a la estrategia metodológica. Tal ventaja no solo es útil a Riobamba: En concordancia con Sánchez et al. (2024), Airbnb se ha convertido en una de las principales plataformas para alquilar viviendas en línea a nivel mundial, influyendo el ámbito turístico. Para el año 2021, esta plataforma contaba con 6 millones de anuncios, distribuidos en 100.000 localidades que corresponden a 22 países y regiones,

otorgando servicios a 1,000 millones de turistas, y con 4 millones de agentes registrados.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La observación de todas las fuentes trianguladas permite un claro crecimiento de la oferta de Airbnb en las afuerzas de Riobamba, en los sitios no tradicionales de la oferta turística. De manera consistente, los alojamientos de esta plataforma muestran que hay una relación determinante entre el nuevo alojamiento con paisajes extraordinarios, actividades de aventura, turismo de actividad, turismo arqueológico e , incluso, turismo psicodélico (que es identificable por onformante de la zona, no por la plataforma, lógicamente). Esta oferta no solo no es la oferta establecida y formal de los hoteles, sino que está territorialmente lejos de ella, y no encuentra competencia con ellos, dada la estrategia de proximidad al atractivo turístico.

A continuación se ofrece una descripción del servicio y su relación con los atractivos turísticos nuevos:

Atractivo accesible desde Riobamba	Alojamientos Airbnb
Pirámide Guano (mirador)-Cascadas Patulú- Senderos de Igualata-Museo de la Momia-	17
Parque Carlos Herrera-Stra y Musica-Senderos de Shobol Urku-Mirador Chambolona-Senderos de Chambolona-Shobol Alto	11
Finca del cisne-Cascada Calusujama-Cascada La chorrera-Tangabana (paisaje y apiturismo)-Museo La Guitarra-Museo Indio Guaranga-Vista al Paraíso (culinaria de cuy y fauna local)	28
Mirador en las nubes-Culinaria de tortillas al tiesto (piedra)	6
Parque rancho de mama Hilda-Mirador de Guayllang-Curiquingue (camping)-Comunidad Shuar Río Limmón (rafting)-Parque La Rocha-Río El Batán (balneario)-La playita (balneario)	19
La laguna-Pueblo viejo/Alausí (via férrea, panorama)-Mirador San Pedro-Pachamama chico-Condor Puñuña (entrada al desierto, monumento)-Desierto de Palmira	17
Volcán Chimborazo-Quishuar-Peña Brava- Museo del hielo-Templo Machay (formación rocosa)-Laguna condor cocha-Probici (descenso en bicicleta desde Chimborazo)	18
TOTAL	117 (desde 600 USD hasta 11 USD)

## CONCLUSIONES

Los datos obtenidos de la plataforma de Airbnb muestran que hay un número muy representativo de anfitriones o proveedores registrados, que ofrecen sus servicios a los turistas, generando un nuevo modelo para conseguir alojamiento desafiando los paradigmas tradicionales. Estas formas de turismo colaborativo en Riobamba no están relacionadas con los programas turísticos tradicionales, como la visita del casco histórico, o el ya poco operativo “Tren de Alfaro”, e incluso la misma subida al Chimborazo, sino que se conecta con un importante conjunto de opciones que aumentan el tejido simbólico e identitario tanto de Riobamba como de sus alrededores. La gente no solo asiste a los alojamiento colaborativos porque son baratos, sino porque forman parte de la experiencia de vivir una aventura, donde los hoteles no son neutrales, sino que son casas acogedoras, acompañadas de excelentes anfitriones que indican y canalizan el deseo específico de cada turista o grupo de turistas. De este modo la especialización del guía turístico, o el recepcionista, si bien no desaparece, queda diluido con la opinión de los nativos, que en el Airbnb se representan en los *anfitriones* y *superanfitriones*, quienes ofrecen su conocimiento íntimo, vivo e informado por la tradición y la experiencia.

Esto da creciente importancia al recurso del capital cultural del anfitrión más que la infraestructura, aunque ésta se necesaria. Dado que desde la década de 1980 un reducido número de referentes exitosos suelen ser presentados como evidencia de que un giro cultural en las políticas de regeneración urbana puede conducir a la revitalización económica de ciudades postindustriales, es importante recuperar esta noción en la política turística como en la estrategia global de la economía (Zukin, 1995; Landry, 2000; Scott, 2000).

Las relaciones entre a) las prácticas de ocio, esparcimiento y descanso, b) la producción de recorridos, espacios, objetos y disposiciones arquitectónicas en torno a la cultura y c) la promoción de un ciudadano-sujeto creativo, son tendencias en el mundo y en Riobamba y sus alrededores. El mercado refuerza esta idea, pero si no se conceptualiza bien, formas más competitivas de atracción turística pueden disminuir la potencia del nuevo contexto. A pesar de que se trata aun de un proceso incipiente en Riobamba, la tendencia es clara: el reciente auge de las ciudades creativas, permiten analizar cómo se conforma el dispositivo de lo cultural y creativo, qué ensamblajes de saberes, disposiciones materiales y arquitectónicas, dispositivos de enunciación, redes de prácticas y técnicas de diversa índole configuran el éxito de la política turística. claramente delimitada, sino en tanto producción de redes socio materiales específicas en constante actualización, planteando la necesidad de generar relatos que aborden de forma empírica y a través del estudio de casos específicos los procesos de composición y emergencia de este diagrama de ciudad.

Sin embargo, esta concentración de alojamiento en las principales ciudades del cantón Riobamba, converge entre la interacción de diversos factores urbanos, de naturaleza infraestructural, como simbólica, por lo que es necesario que se diseñen políticas para promover un turismo adecuado al fenómeno.

Además, es visible para el habitante común que, a pesar de la crisis nacional, esta oferta de alojamiento ha revitalizado algunas zonas de la ciudad, logrando el aumento de la oferta turística y también la generación de ingresos para los dueños de los locales. Pero, a su vez también genera una saturación de servicios públicos, por lo que se requiere que se equilibren los beneficios económicos preservando el patrimonio cultural y

la calidad de vida de cada uno de los habitantes.

## REFERENCIAS

Aguado, I., Echebarria, C., & Barutia, J. M. (2021). Airbnb: ¿economía colaborativa o nuevo modelo de negocio? Evidencia empírica reciente desde una ciudad de tamaño medio como Bilbao. *Revista Investigaciones Geográficas*(76), 97-118. doi:<https://doi.org/10.14198/INGEO.18910>

*Airbnb*. (noviembre de 2024). Obtenido de <https://www.airbnb.com.ec/?setByPassRbCookie=true>

Alvarez, L., & Galeano, A. A. (2020). *Turismo colaborativo: Airbnb como nueva opción de alojamiento para el nuevo turista*. Trabajo Final de Práctica Profesional, Escuela de Economía y Negocios. Obtenido de <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1421/1/TFPP%20EEYN%202020%20AVL-GCAA.pdf>

Arlettaz, M. L. (2023). *Diagnóstico del sistema turístico de la ciudad de Concordia, entre Ríos*. Tesina de grado, Universidad Abierta Interamericana, rosario, Santa Fe. Obtenido de <https://dspaceapi.uai.edu.ar/server/api/core/bitstreams/a87ee537-8fac-44b5-b82a-84f92878f147/content>

Camacho, G., Cavazos, C. B., & Monge, C. H. (septiembre-diciembre de 2023). Turismo y plataformas digitales de alojamiento: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Inter Disciplina*, 12(34), 213-226. doi:<https://doi.org/10.22201/ceich.24485705e.2024.34.89252>

Cerdá, E., García, B., & Such, M. J. (2021). Análisis de la economía colaborativa en el turismo urbano. Estudio de la implantación de Airbnb en Madrid y Barcelona. *Cuadernos de Turismo*(47), 383-412. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.474481>

Cerdá, E., Rubio, N., García, B., & Campo, S. (2022). Airbnb y la turistificación de los barrios en las ciuda-

des: un análisis de segmentación por barrios del alojamiento extrahotelero en Madrid. *Revista Investigación Turísticas*(23), 210-238. doi:<https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.10>

Cervantes, L., Oleta, M. S., Lizárraga, G., & Sánchez, E. M. (enero-junio de 2023). el uso de las TIC como estrategia para promocionar el turismo hotelero de cinco estrellas. *RITI Journal*, 11(23). Obtenido de <https://riti.es/index.php/riti/article/view/175/198>

Cervantes, L., Ultreras, A., Sánchez, V. V., & Soledispa, B. J. (2023). Turismo y actividad económica estratégica para el desarrollo local en México. *Debe-Haber Revista Científica*, 1(2), 75-86. Obtenido de <https://debe-haber.ccpaqp.org.pe/index.php/rcedh/article/view/17/20>

Czeslaw, A. (mayo de 2021). Cambios en la oferta de Airbnb durante la pandemia de Covid-19. *OIKONOMICS Revista de economía, empresa y sociedad*(15). Obtenido de [https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/\\_recursos/documents/15/adamiak\\_Oikonomics15\\_esp.pdf](https://comein.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/15/adamiak_Oikonomics15_esp.pdf)

De la Encarnación, A. M. (2023). Las cicatrices de la vivienda turística: reducción del mercado residencial inmobiliario de precios. *Revista de Estudios de la Administración Local y autonómica*(20), 107-123. doi:<https://doi.org/10.24965/reala.11218>

Dellanzo, G. A. (2019). *Airbnb en San Martín de los Andes: ¿cómo se caracteriza su oferta?* Tesina, Universidad Nacional del Comahue. Obtenido de [https://rdi.uncoma.edu.ar/bitstream/handle/uncomaid/17964/oferta\\_airbnb\\_san\\_nartin\\_de\\_los\\_andes\\_dellanzo%20-%20rdi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rdi.uncoma.edu.ar/bitstream/handle/uncomaid/17964/oferta_airbnb_san_nartin_de_los_andes_dellanzo%20-%20rdi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Dip, J. A., Simes, H., & Benítez, J. P. (junio de 2020). Cooperación y reciprocidad en la economía colaborativa de Airbnb. Un estudio para la provincia turística de Misiones, Argentina. *Revesco. Revista de Estudios Cooperativos*, 1(17). doi:<http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2022.23.10>

org/10.5209/REVE.69176

Espinoza, F. E., & Freire, S. A. (2020). Características y evolución de la oferta de alojamiento de Airbnb en una ciudad patrimonio cultural de la humanidad. Caso Cuenca (Ecuador). *Tsafiqui, Revista de Investigación Científica*(9). Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/69123988/347\\_Texto\\_del\\_articulo\\_570\\_1\\_10\\_20171227-libre.pdf?1630957646=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCaracteristicas\\_y\\_evolucion\\_de\\_la\\_oferta.pdf&Expires=1731297280&Signature=OF1KvclEq5RMLafH-pubc](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/69123988/347_Texto_del_articulo_570_1_10_20171227-libre.pdf?1630957646=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCaracteristicas_y_evolucion_de_la_oferta.pdf&Expires=1731297280&Signature=OF1KvclEq5RMLafH-pubc)

Florida, Richard (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nueva York: Basic Books.

Florida, R. (2005). *The flight of the Creative Class. The new global competition for talent*. Nueva York: Harper Collins Publishers.

Florida, R.(2009). *Las ciudades creativas*. Barcelona: Paidós.

Landry, C. (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Londres: Earthscan.

López , V. G. (enero-junio de 2024). Impactos del turismo desde la percepción ciudadana: Desarrollo y validación de una escala para su medición. *Revista de Ciencias Sociales*(XXX), 361-379. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9645075>

Martínez, C. M. (2021). Turismo colaborativo: el caso de Airbnb y el Derecho internacinoal privado venezolano. *RVDM*(6), 75-103. Obtenido de [http://ulpiano.org.ve/revistas/bases/artic/texto/RVDM/6/RVDM\\_2021\\_6\\_75-103.pdf](http://ulpiano.org.ve/revistas/bases/artic/texto/RVDM/6/RVDM_2021_6_75-103.pdf)

Martínez, P. (2022). *El crecimiento de las plataformas digitales: Análisis del caso Airbnb*. Trabajo Fin de Grado, Universidad de Oviedo. Obtenido

de [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/63983/TFG\\_PatriciaMartinezGarcia.pdf?sequence=4](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/63983/TFG_PatriciaMartinezGarcia.pdf?sequence=4)

May, F. J., Pool, F. A., Vallejo, J., & Santana, H. (mayo-junio de 2023). El comportamiento de la plataforma de la economía colaborativa Airbnb del año 2013 al 2022 y su uso por la EDOCO de corte turístico en Cancún-México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3). doi:<https://doi.org/10.37811/cl.rcm.v7i3.6700>

Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2024). Obtenido de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/riobamba/>

Muñoz, Ó. (2020). L incidencia de Airbnb en el sector turístico extremeño. *Almenara Revista extremeña de ciencias sociales*(12). Obtenido de file:///C:/Users/rosiry/Downloads/Dialnet-LaIncidenciaDeAirBnBEnElSectorTuristicoExtremeño-7517254.pdf

Norton, A., & Herrera, M. (2020). *Una propuesta de medición de daño del delito y su impacto sobre los precios de Airbnb en la Ciudad de Buenos Aires*. Documento de Trabajo, Instituto de Estudios Laborales y del Desarrollo Económico, Salta. Obtenido de [https://economicas.unsa.edu.ar/ielde/archivos/docTrabajo/WPIelde\\_Nro%2024.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/ielde/archivos/docTrabajo/WPIelde_Nro%2024.pdf)

Olmedo, R. A. (enero-junio de 2020). La gentrificación turística de Airbnb: análisis socioespacial de dos monumentos en la Ciudad de México. *Revistas Personas & Sociedad*, XXXIV(1), 45-70. Obtenido de <https://personaysociedad.uahurtado.cl/index.php/ps/article/view/305/257>

Ortuño , A., Casares, J., & Valenzuela, P. (2024). Análisis y propuesta regulatoria del mercado de viviendas de uso turístico ofertadas por plataformas on-line en Denia. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/148169/1/Mercado-de-viviendas-de-uso-turistico-ofertadas-por-platafor>

mas-on-line-en-Denia.pdf

Pereira, H. (noviembre de 2021). Migración del uso residencial de la vivienda al alquiler turístico en Sevilla. Impactos en el derecho a vivir en la ciudad. *Revista Hábitat y Sociedad*(14), 119-138. doi:<https://doi.org/10.12795/HabitatySociedad.2021.i14.07>

Pool, F. A., Corzo, G. D., & Núñez, M. (2020). Estudio de la relación entre la plataforma colaborativa Airbnb y las Mipyne de Cancún, México. *RECAI REvista de Estudios en Contaduría*, 9(26). Obtenido de <https://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/164/1641353001/1641353001.pdf>

Quiroz, J. R. (2020). *Propuesta de una ordenanza de regulación y control para el servicio de alojamiento turístico PSP en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo*. Trabajo de titulación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14166/1/23T00788.pdf>

Rangel, E. W., & Izaguirre, J. A. (enero-marzo de 2023). Segmentación del mercado de servicio de hospedaje en aplicaciones de economía colaborativa, Guayaquil: caso airbnb. *Revista Espíritu Emprendedor*, 7(1), 40-51. Obtenido de <http://mail.espirituemprededores.com/index.php/revista/article/view/330/409>

Reyes, L., & Carmona, F. A. (2020). Investigación Documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio. *Universidad Simón Bolívar*. Obtenido de <https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/2af35a4b-2abf-4f78-a550-0a4e4764e674/content>

Sánchez, J., Sánchez, J. J., & Elias, P. V. (2024). Distribución geográfica y efectos de Airbnb en zonas rurales y de montaña: caso de estudio de las marcas turísticas Pirineus y Val d'Aran. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 70(1), 75-105. Obtenido de [\[tream/10609/150288/1/Sanchez\\\_DAG\\\_Distribucion.pdf\]\(https://openaccess.uoc.edu/bits-tream/10609/150288/1/Sanchez\_DAG\_Distribucion.pdf\)](https://openaccess.uoc.edu/bits-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Scott, Allen (2000). *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image Producing Industries*. Londres: Sage.

Velandia, Y. M., & Torres, M. d. (2022). Impacto de la entrada de Airbnb para el sector alojamiento en la hotelería de Bogotá. En F. A. Llano, G. Araque, A. Nieto, E. Bonelo, C. A. Vargas, J. C. Ramos, . . . J. A. Mora, & M. Jorge (Ed.), *Transformaciones del turismo. Aportes desde la gastronomía, la hotelería y el territorio*. Bogotá. Obtenido de file:///C:/Users/rosiry/Downloads/Dialnet-TransformacionesDelTurismo-924507%20(1).pdf

Yúdice, G. (2004). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Zukin, S (1995). *The cultures of cities*. Cambridge: Blackwell.