



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA:**

TURISMO COLABORATIVO COMO ALTERNATIVA DE  
DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNA OLÓN,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025

**PROYECTO PARA TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

**AUTOR:**

DANNY ALEXANDER PILAY NEIRA

**TUTOR:**

ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, PhD.

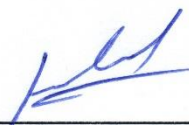
**LA LIBERTAD -ECUADOR**

**2025**

**APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR**

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“TURISMO COLABORATIVO COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025**, elaborado por el sr. Danny Alexander Pilay Neira, egresado(a) de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de licenciado, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**



---

**Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga; PhD.**

**Profesor tutor**

### **AUTORÍA DEL TRABAJO**

El presente Trabajo de Titulación denominado **“TURISMO COLABORATIVO COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Danny Alexander Pilay Neira** con cédula de identidad número **092313913-3** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



---

**Danny Alexander Pilay Neira**

**C.C. No.: 092313913-3**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por ser mi guía espiritual, por la vida, la salud y la fortaleza para culminar esta etapa universitaria.

Agradecimiento inmenso a mi madre por su paciencia y apoyo en cada proceso académico.

A la universidad Estatal Península de Santa Elena, por permitirme ser estudiante de tan prestigiosa institución.

A mi tutor y especialista por su serenidad, su apoyo, su tiempo para revisar los avances de mi tesis y por dar aporte de conocimientos que sumen a mi trabajo final.

*Danny Alexander Pilay Neira*

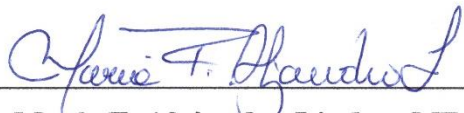
## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Dios, por darme sabiduría y entendimiento, a mi familia, en especial a mi querida madre y hermana, que siempre han estado ahí para apoyarme, por sus constantes motivaciones para seguir adelante sin claudicar, por sus consejos interminables que ayudaron a forjar mi vida lleno de valores, paciencia y sabiduría y sobre todo ese gran amor incondicional.

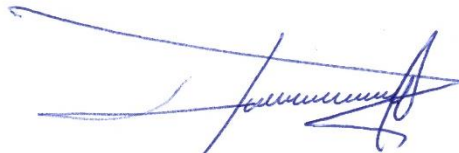
Mi gratitud eterna a todos.

***Danny Alexander Pilay Neira***

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**



**Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA.  
DECANA DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**Lcdo. José X. Tomalá Uribe, Mgs.  
DIRECTOR (E) DE LA CARRERA  
DE GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURISTICO**



**Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, PhD.  
DOCENTE TUTOR**



**Lcda. Maritza Pérez Chiquito, MSc.  
DOCENTE ESPECIALISTA**



**Lcda. Julissa González González.  
ASISTENTE ADMINISTRATIVO**

## Índice De Contenido

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR .....	II
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
ÍNDICE DE TABLA.....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
ANEXOS .....	12
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN .....	15
Objetivos .....	19
Objetivo general .....	19
<b>Objetivos específicos</b> .....	19
<b>Justificación.</b> .....	19
CAPITULO I.....	22
MARCO TEORICO.....	22
1.1. Revisión de la literatura .....	22
1.2. Marco conceptual .....	30
<b>1.2.1. El Turismo</b> .....	30
<b>1.2.1. Economía colaborativa</b> .....	33
<b>1.2.2. Economía compartida</b> .....	35

<b>1.2.3. Turismo Peer to Peer P2P</b> .....	37
<b>1.2.4. Turismo colaborativo</b> .....	40
<b>1.2.5. Lo social y comunitario en el turismo colaborativo</b> .....	42
<b>1.2.6. Diversificación turística como estrategia de desarrollo</b> .....	45
<b>1.2.7. Diversificación de productos turísticos</b> .....	46
<b>1.2.8. Estrategias de diversificación en el turismo</b> .....	49
1.3. Marco legal técnico para el proyecto .....	51
<b>1.3.1. Base constitucional (constitución de la Republica del Ecuador, 2008)</b> .....	51
<b>1.3.2. Regulaciones sectoriales: Ley de Turismo (MINTUR, 2002)</b> .....	52
<b>1.3.3 Código Orgánico Ambiental (Asamblea Nacional, 2017)</b> .....	53
<b>1.3.4. Instrumentos de planificación y lineamientos sectoriales: Plan Nacional de Turismo 2030 (MINTUR, 2020)</b> .....	53
CAPÍTULO II. ....	55
METODOLOGÍA .....	55
2.1 Diseño de la Investigación .....	55
2.2. Enfoque de la investigación .....	55
2.3. Tipo y nivel de investigación .....	55
2.4. Población y muestra .....	56
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	57
2.6. Técnicas de análisis de datos .....	57
2.7. Consideraciones éticas .....	57

2.8. Limitaciones del estudio .....	57
CAPÍTULO III.....	58
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	58
3.1. Diagnóstico de la situación turística del destino Olón.....	58
<b>3.1.1. Caracterización de Olón.....</b>	<b>58</b>
<b>3.1.2. Aspecto biofísico de Olón.....</b>	<b>59</b>
<b>3.1.3. Aspecto socioeconómico de Olón .....</b>	<b>61</b>
<b>3.1.4. Aspectos turísticos.....</b>	<b>62</b>
<b>3.1.5. Infraestructura turística.....</b>	<b>64</b>
3.2. Percepción y disposición comunitaria hacia el turismo colaborativo .	69
<b>3.2.1. Resultados respecto a la percepción sobre el turismo colaborativo en Olón.....</b>	<b>72</b>
3.3. Propuesta estratégica para fortalecer el turismo colaborativo en Olón .....	102
CONCLUSIONES .....	109
RECOMENDACIONES .....	110
BIBLIOGRAFÍA .....	111
ANEXOS .....	124

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Operadores turísticos P2P .....	39
Tabla 2 Establecimientos de hospedaje registrados para la comuna Olón.....	65
Tabla 3 Categorías de los establecimientos de hospedaje de Olón.....	66
Tabla 4 Establecimientos de alimentación y bebidas en Olón.....	67
Tabla 5 Distribución categórica de los establecimientos A&B en Olón.....	68
Tabla 6 Edad de los residentes de Olón. ....	72
Tabla 7 Sexo de los residentes de Olón. ....	73
Tabla 8 Ocupación principal de los residentes y actores turísticos de Olón. .	74
Tabla 9 Nivel de educación del residente de Olón.....	75
Tabla 10 Tiempo de residencia en Olón. ....	76
Tabla 11 ¿Ha escuchado antes el término turismo colaborativo? .....	77
Tabla 12 ¿Considera que comprende qué significa el turismo colaborativo?...	78
.....	
Tabla 13 ¿Conoce ejemplos de actividades colaborativas en Olón?.....	79
Tabla 14 Si responde sí, indique cuáles. ....	80
Tabla 15 Olón depende principalmente del turismo de sol y playa. ....	82
Tabla 16 El destino necesita diversificar su oferta turística.....	83
Tabla 17 La comunidad está preparada para ofrecer nuevas experiencias turísticas. ....	84
Tabla 18 La diversificación mejoraría los ingresos de los residentes.....	85
Tabla 19 Le gustaría que Olón implemente proyectos de turismo colaborativo. .....	86
.....	
Tabla 20 Estaría dispuesto (a) a participar en actividades colaborativas con turistas. ....	87
Tabla 21 Considero que el turismo colaborativo puede fortalecer la identidad local. ....	88
Tabla 22 El turismo colaborativo puede generar nuevas oportunidades laborales. ....	89
Tabla 23 El turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y turistas. ....	90
Tabla 24 ¿Utiliza Internet o redes sociales para promocionar actividades o negocios?.....	91
Tabla 25 ¿Considera que la comunidad tiene acceso suficiente a herramientas digitales para promover actividades colaborativas?.....	92
Tabla 26 ¿Estaría dispuesto(a) a usar plataformas digitales para compartir actividades turísticas locales?.....	93
Tabla 27 El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local	94
Tabla 28 El turismo colaborativo podría contribuir al cuidado del entorno natural.....	95
Tabla 29 El turismo colaborativo podría reducir la saturación turística en temporada alta. ....	96
Tabla 30 La comunidad de Olón recibiría beneficios distribuidos de manera más equitativa.....	97
Tabla 31 ¿Participaría en capacitaciones sobre turismo colaborativo?.....	98
Tabla 32 ¿Estaría dispuesto(a) a ofrecer experiencias culturales o ambientales a turistas?.....	99
Tabla 33 ¿Apoyaría iniciativas comunitarias de turismo colaborativo?.....	100
Tabla 34 En general, ¿considera viable implementar un modelo de turismo colaborativo en Olón? .....	101

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad de los residentes de Olón.....	72
Figura 7 Sexo de los residentes de Olón.....	73
Figura 3 Ocupación principal de los residentes y actores turísticos de Olón.....	74
Figura 4 Nivel educativo de los residentes de Olón.....	75
Figura 5 Tiempo de residencia en Olón.....	76
Figura 6 ¿Ha escuchado antes el término turismo colaborativo?.....	77
Figura 7 ¿Considera que comprende qué significa el turismo colaborativo?.....	78
.....	
Figura 8 ¿Conoce ejemplos de actividades colaborativas en Olón?.....	79
Figura 9 Si responde sí, indique cuáles.....	81
Figura 10 Olón depende principalmente del turismo de sol y playa.....	82
Figura 11 El destino necesita diversificar su oferta turística.....	83
Figura 12 La comunidad está preparada para ofrecer nuevas experiencias turísticas.....	84
Figura 13 La diversificación mejoraría los ingresos de los residentes.....	85
Figura 14 Le gustaría que Olón implemente proyectos de turismo colaborativo.....	86
Figura 15 Estaría dispuesto(a) a participar en actividades colaborativas con turistas.....	87
Figura 16 Considero que el turismo colaborativo puede fortalecer la identidad local.....	88
Figura 17 El turismo colaborativo puede generar nuevas oportunidades laborales.....	89
Figura 18 El turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y turistas.....	90
Figura 19 ¿Utiliza Internet o redes sociales para promocionar actividades o negocios?.....	91
Figura 20 ¿Considera que la comunidad tiene acceso suficiente a herramientas digitales para promover actividades colaborativas?.....	92
Figura 21 ¿Estaría dispuesto(a) a usar plataformas digitales para compartir actividades turísticas locales?.....	93
Figura 22 El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local.....	94
.....	
Figura 23 El turismo colaborativo podría contribuir al cuidado del entorno natural.....	95
Figura 24 El turismo colaborativo podría reducir la saturación turística en temporada alta.....	96
Figura 25 La comunidad de Olón recibiría beneficios distribuidos de manera más equitativa.....	97
Figura 26 ¿Participaría en capacitaciones sobre turismo colaborativo?.....	98
Figura 27 ¿Estaría dispuesto(a) a ofrecer experiencias culturales o ambientales a turistas?.....	99
Figura 28 ¿Apoyaría iniciativas comunitarias de turismo colaborativo?....	100
Figura 29 En general, ¿considera viable implementar un modelo de turismo colaborativo en Olón?.....	101

**ANEXOS**

<b>Anexo 1 Matriz de operacionalización de variables .....</b>	<b>124</b>
<b>Anexo 2 Matriz de consistencia.....</b>	<b>125</b>
<b>Anexo 3 Instrumento de campo .....</b>	<b>127</b>



**TURISMO COLABORATIVO COMO ALTERNATIVA DE  
DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNA OLÓN EN LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2025**

**AUTOR:**  
**Pilay Neira Danny Alexander**

**TUTOR:**  
**Ing. Yumisaca Tuquina Jhony, PhD.**

**RESUMEN**

El presente proyecto de investigación analiza las posibilidades del turismo colaborativo como un enfoque para la diversificación turística en Olón, perteneciente a la provincia de Santa Elena, Ecuador. La revisión bibliográfica reciente evidencia que los modelos colaborativos fortalecen la participación comunitaria, promueven la sostenibilidad y amplían la oferta turística mediante experiencias auténticas y gestionadas localmente. Metodológicamente, se aplicó un enfoque mixto de tipo descriptivo no experimental, empleando encuestas dirigidas a residentes y emprendedores, complementadas con análisis documental para garantizar validez y consistencia. Los resultados de campo muestran una alta aceptación del turismo colaborativo, con más del 90% de los participantes manifestando disposición a involucrarse en iniciativas comunitarias, diversificar la oferta y recibir capacitación. La comunidad reconoce que este modelo puede mejorar la distribución de beneficios económicos, fortalecer la identidad cultural y contribuir a la preservación del entorno natural. Asimismo, se identificó una base digital favorable para la implementación de plataformas colaborativas, así como prácticas comunitarias existentes que pueden integrarse en un circuito turístico organizado. A partir del análisis, se proponen estrategias de corto y mediano plazo orientadas al fortalecimiento de capacidades, gobernanza turística, digitalización, diversificación temática y sostenibilidad ambiental. Se concluye que Olón presenta condiciones sociales, culturales y operativas adecuadas para consolidar el turismo colaborativo como un eje de desarrollo territorial y un mecanismo efectivo para reducir la dependencia del turismo de sol y playa.

**Palabras claves:** turismo colaborativo, diversificación turística, participación comunitaria, sostenibilidad, desarrollo local.



**COLLABORATIVE TOURISM AS AN ALTERNATIVE FOR TOURISM  
DIVERSIFICATION IN THE COMMUNITY OF OLÓN, SANTA ELENA  
PROVINCE, 2025**

**AUTHOR:**

**Pilay Neira Danny Alexander**

**ADVISOR:**

**Ing. Yumisaca Tuquinga Jhony, PhD.**

**ABSTRACT**

This research project analyzes collaborative tourism as a strategic alternative for tourism diversification in the community of Olón, located in the province of Santa Elena, Ecuador. Recent literature indicates that collaborative models strengthen community participation, promote sustainability, and expand the tourism offer through authentic, locally managed experiences. Methodologically, a mixed, descriptive, non-experimental approach was applied, employing surveys directed at residents and local entrepreneurs, complemented by documentary analysis to ensure validity and consistency. Field results show a high acceptance of collaborative tourism, with more than 90% of participants expressing willingness to engage in community initiatives, diversify the tourism offer, and participate in training processes. The community recognizes that this model can improve the distribution of economic benefits, strengthen cultural identity, and contribute to the preservation of the natural environment. Likewise, a favorable digital foundation was identified for the implementation of collaborative platforms, as well as existing community practices that can be integrated into an organized tourism circuit. Based on the analysis, short- and medium-term strategies are proposed, aimed at strengthening capacities, enhancing tourism governance, promoting digitalization, encouraging thematic diversification, and supporting environmental sustainability. It is concluded that Olón presents adequate social, cultural, and operational conditions to consolidate collaborative tourism as a key driver of territorial development and an effective mechanism to reduce dependence on sun-and-beach tourism.

**Keywords:** collaborative tourism, tourism diversification, community participation, sustainability, local development.

## INTRODUCCIÓN

Desde principios del milenio, el turismo ha adquirido un rol crucial en la reconfiguración de economías locales y regiones costeras del mundo y en América Latina, como una apuesta a la diversificación y dinamismo económico, como una alternativa de enfrentar la globalización y adentrarse en el desarrollo sostenible. En Ecuador, la llegada de 1262.664 turistas (INEC, 2025), demuestra la creciente demanda por destinos alternativos y diferenciadores ha impulsado una expansión del sector turístico, generando oportunidades en la sociedad y comunidades, pero también retos en la planificación, equidad social, sostenibilidad ambiental y gestión comunitaria. En este marco general o contexto se antepone la presente investigación, que propone analizar al turismo colaborativo como una alternativa viable para diversificar la oferta turística de Olón.

Ecuador ha experimentado un dinamismo turístico estable en los últimos años, según datos del Banco Central del Ecuador - BCE (2025), el turismo ocupando el cuarto lugar en conceptos de exportación no petroleras y mineras, apenas por debajo del camarón, banano y cacao, esto implica que Ecuador está posicionándose como destino prioritario para los norteamericanos, colombianos, peruanos, españoles y canadienses. Sin desmerecer el turista interno que se desplaza por los diferentes destinos del país, cuyo perfil joven de ingresos medios, con un nivel de educación superior y que en su mayoría son hombres (MINTUR, 2022), crea la oportunidad y el reto para las regiones sierra y costa de generar nuevas propuestas para atender esta nueva demanda.

Según datos del Ministerio de Turismo (2022), Santa Elena como destino turístico recibe el 1.43% de visitantes que se interesan en hacer el turismo interno, con una intención de viaje del 71.23% y un gasto turístico promedio durante el viaje de

487 dólares, cuyo motivo principal es el descanso, la gastronomía y el turismo basado en la naturaleza, dentro de esta exigencia aparece Olón en el mapa turístico, al norte de la Provincia de Santa Elena, cuya llegada de turistas nacionales y extranjeros, motiva las transformaciones profundas en su estructura productiva y un interés marcado a raíz de la declaratoria de Rincón Mágico.

Originalmente una comunidad centrada principalmente en la pesca artesanal, los pobladores han adoptado en las últimas décadas por una economía orientada al turismo. Una implicación en el estudio en cuestión es el cambio estructural que ha surgido de la tendencia hacia el turismo residencial, con el alejamiento de la pesca como principal fuente de ingresos (Lager, 2023). Además, es notorio un incremento en el número de pobladores locales y no residentes de la comunidad, junto con una inversión en hostales, hoteles, restaurantes y alojamientos para residentes extranjeros, lo que indica la proliferación de bienes raíces y servicios relacionados con el turismo.

De hecho, en 2014 se construyó un poco menos del 5% de las aproximadamente 5,000 hectáreas de Olón; de hecho, en unos pocos años recientes esto ahora supera el 30%, lo que indica una rápida proliferación de bienes raíces y proyectos turísticos en la región (Dialoguemos, 2024). Esta transición sugiere una apertura económica, pero también debería llevar a la reflexión sobre la sostenibilidad, los efectos sociales y ambientales, las desigualdades y los tipos de gestión del turismo. Olón ha abierto un Rincón Mágico de Ecuador, el "Encanto de los Senderos y la Magia del Mar", donde se reconoce el potencial económico del destino para promover el desarrollo turístico, atraer inversiones y consolidar su oferta (Presidencia, 2024).

Olón con una costa de aproximadamente 7 kilómetros, una de las playas más largas de la costa ecuatoriana, que incluye atracciones naturales, culturales, así como bosques costeros, paisajes, senderos, etc., que se encuentran entre las áreas

diversificadas de alto potencial turístico. Sin embargo, el crecimiento del turismo en Olón ha venido con sus dificultades y contradicciones, enmarcándonos en los efectos causados por el cambio acelerado del espacio, como la segregación espacial, la desigualdad, el desplazamiento de residentes tradicionales, cambios en la estructura social y la gestión colectiva del territorio (Lager, 2023).

No obstante, tal dependencia del turismo basado en residencias restringe la diversidad de la oferta e incluso podría desconectar los beneficios del turismo de la comunidad local en su conjunto, influyendo en la equidad, la identidad cultural y la participación en las comunidades. En este escenario, la economía compartida (modelo de turismo colaborativo) se ofrece como una opción con beneficios potenciales para destinos como Olón. Esto facilita la participación de actores locales en la provisión de servicios turísticos al fomentar un consumo más eficiente, una provisión justa de beneficios, un uso respetuoso del patrimonio natural y cultural y una experiencia auténtica para visitantes y ciudadanos.

Por lo tanto, el turismo colaborativo en Olón es apropiado por cuatro razones; como primer punto, presenta una nueva forma de diversificar la oferta turística con una perspectiva inclusiva y sostenible; en segundo lugar, ayuda a aliviar las consecuencias negativas que vienen con el turismo residencial amplio y desigual; tercero, convierte a la comunidad local en el actor central en el desarrollo turístico, reforzando la imagen cultural y el bienestar de la comunidad; y finalmente, promueve la gestión sostenible de los recursos naturales y culturales que contribuyen a la calidad de los recursos que componen los atractivos turísticos.

En este sentido, la oferta turística existente en la comunidad se ve obstaculizada en su diversificación, depende cada vez más del turismo inmobiliario residencial y de problemas sociales y ambientales que impactan a la población local,

de ahí el énfasis en modelos alternativos, incluido el turismo cooperativo en busca de oportunidades de desarrollo más sostenibles y justas. Así, examinar el contexto macro, meso y local y su significado, y examinar hasta qué punto el turismo integrado puede a su vez crear una estrategia económica, cultural y ambiental accesible y sostenible que pueda mejorar la diversidad de la oferta turística en Olón en la dirección del desarrollo e integración local, la participación comunitaria, la gestión ambiental y la sostenibilidad territorial.

Con el contexto proporcionado, la investigación deberá abordarse con preguntas de investigación resumidas a continuación: ¿Cuál es la situación actual de la oferta turística de Olón y cuáles son las limitaciones para su diversificación? ¿Qué percepciones hay, qué grado de capacidad y disposición de la comunidad local para participar en emprendimientos de turismo colaborativo? ¿Cómo hacer del turismo colaborativo un modelo de viaje sostenible (estrategias) y diverso para Olón?

Al final de la investigación, la idea central que se va a defender a través de la aclaración de las preguntas de investigación sería: El turismo colaborativo, al proporcionar la participación local y acciones sostenibles, representa una solución prometedora como una forma de diversificar la oferta turística de Olón y permite adoptar un desarrollo socioeconómico más equitativo junto con una mejor gestión ambiental.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar las posibilidades del turismo colaborativo como un enfoque para la diversificación turística en Olón, para revelar áreas que proporcionen un desarrollo sostenible, participación comunitaria y mejora de la propuesta turística local.

### **Objetivos específicos.**

- Diagnosticar el estado actual de la oferta turística en Olón y sus limitaciones para la diversificación.
- Investigar las percepciones, capacidades y disposición de la población local hacia los esfuerzos turísticos conjuntos.
- Generar estrategias para fortalecer el turismo colaborativo como eje del desarrollo turístico local de manera que impacte positivamente la economía, amplíe la oferta turística y fomente prácticas sostenibles.

### **Justificación.**

El turismo colaborativo surgió como un modelo original dentro de los estudios turísticos actuales, con residentes y visitantes participando en el diseño, intercambio y gestión de nuevas experiencias. De naturaleza científica, este enfoque permite comprender cómo se están configurando otras nuevas dimensiones socioeconómicas y ambientales en el ecosistema turístico, que lo convierte en un marco ingenioso para estudiar la forma de interactuar con las interacciones comunitarias, gestionar recursos, gobernanza y la economía compartida en el contexto de sostenibilidad y resiliencia de una zona costera, como lo es Olón.

Un estudio de este modelo profundiza el análisis de las ciencias sociales, la economía sostenible y la gestión territorial. La investigación hace una contribución académica a la literatura sobre diversificación turística, ya que aborda una dirección importante en destinos que enfrentan estacionalidad y saturación de los productos tradicionales.

La investigación del turismo colaborativo en Olón proporciona nuevos avances metodológicos y teóricos en la interpretación de la transformación turística en contextos locales, capaces de producir recomendaciones basadas en evidencia que sirvan como puntos de referencia para una serie de futuros proyectos de investigación y capacitación en gestión turística, desarrollo comunitario y planificación sostenible. Socialmente, el acto de turismo cooperativo podría considerarse como una forma de mejorar las relaciones y la cohesión de la comunidad que puede participar en el desarrollo de productos turísticos genuinos.

En Olón, un lugar bien definido por su cultura y perfil costanero fácilmente incurriría en nuevos modelos para la producción de ingresos dentro del área, aumentarían la inclusión social y mejorarían la calidad de vida al diversificar las actividades económicas. En términos ambientales, la propuesta es de especial importancia dado que los recursos naturales son parte integral de los activos y el patrimonio turístico de Olón.

El turismo cooperativo – colaborativo encaja con el turismo sostenible, donde se cuida el medio ambiente y los recursos para reducir los efectos adversos del turismo masivo. Esto ayuda a asegurar una administración más juiciosa del territorio costero. Desde la perspectiva de la tecnología, el estudio es importante ya que el turismo colaborativo depende en gran medida de plataformas digitales, redes sociales y

herramientas de comunicación que facilitan la conexión de visitantes y la comunidad local.

Analizar cómo se pueden adoptar o mejorar dichas tecnologías en Olón facilitaría la identificación de áreas para la innovación, digitalización y promoción turística, lo que en ese sentido ayuda a hacer esa parte del destino más competitiva en un mercado cada vez más digitalizado. El autor concluye con una justificación de este estudio como una contribución integral que mejora el crecimiento sostenible de Olón a través de perspectivas científicas, académicas, sociales, ambientales y tecnológicas, lo que ofrece un sustituto posible y muy actual para la diversificación de su promoción turística. Finalmente, este trabajo consta de cuatro secciones, comenzando con la parte introductoria, donde se propone el desafío de la diversificación y nuevos modelos de desarrollo turístico más basados en la realidad de los territorios.

La segunda sección presenta el capítulo I de revisión de la literatura sobre la base de las teorías de las autoridades del tema, y el contexto legal que proporciona el alcance y la dirección legal del estudio.

El capítulo II describe los aspectos metodológicos de la investigación; aquí nos referimos al capítulo de la investigación, que establece el enfoque, tipologías de investigación e instrumentos y técnicas de campo.

La cuarta sección o capítulo III cubre los resultados y discusión que han surgido de la investigación, propuesta, posteriormente se concluye la investigación con conclusiones y recomendaciones que este estudio ofrece.

# CAPITULO I

## MARCO TEORICO

### 1.1. Revisión de la literatura

En los últimos cinco años, diversas investigaciones han abordado el turismo colaborativo, el turismo comunitario y la diversificación turística en contextos similares al de Olón. Estos antecedentes aportan evidencia empírica y conceptual que sustenta la pertinencia del estudio. Por tanto, la literatura ha consolidado la noción de *turismo colaborativo* como una evolución de la economía colaborativa aplicada al turismo: un conjunto de prácticas en las que la provisión de bienes y experiencias depende de la cooperación entre actores locales y visitantes, mediada frecuentemente por plataformas digitales (Sánchez, Gozález, & Terán, 2024) .

Incluyendo estudios más recientes de su marco teórico y su sistematización, se divisa un alejamiento del modelo utópico de "compartir" hacia modelos más profesionalizados y comercializados que crean tensiones (mercantilización, profesionalización) al servicio de propósitos comunitarios frente a las fuerzas del mercado. La literatura destaca varios conceptos importantes: co-creación de valor, gobernanza distribuida, confianza y reputación digital.

Perspectivas de investigación recientes han argumentado que el turismo colaborativo ha surgido del auge de las plataformas digitales, así como de la búsqueda de los viajeros por experiencias auténticas. La economía compartida influye significativamente en la generación de dicho valor para las personas locales y para los viajeros, resultando en innovaciones de productos turísticos y modos de interacción social, según algunos estudios publicados entre 2019-2023.

Si bien hay revisiones teóricas sobre el desarrollo conceptual, hay menos estudios empíricos que demuestren cómo estas transiciones se convierten en procesos

de diversificación productiva en destinos costeros particulares. Varios trabajos empíricos entre 2020 y 2024 enfatizan la necesidad de diversificación turística para destinos confrontados con la estacionalidad, la saturación del turismo tradicional y las restricciones ambientales. Estudios recientes sugieren que los modelos colaborativos pueden integrarse en enfoques de diversificación a través de los cuales las comunidades pueden crear nuevos productos culturales, alimentarios y ambientales (Mendoza, Yumisaca & Peralta, 2022).

La literatura sobre diversificación del turismo costero destaca estrategias como rutas culturales, ecoturismo, turismo de naturaleza, productos gastronómicos locales y experiencias comunitarias que complementan el turismo de sol y playa. Saliendo de su propio patio trasero, estudios de caso de parroquias costeras revelan que la diversificación promueve la competitividad y mitiga los riesgos de dependencia, pero necesita un enfoque integrado de planificación, gobernanza y financiamiento para los negocios locales.

En América Latina, estudios de 2021 a 2024 indican que el turismo comunitario ha mejorado la economía local de comunidades rurales y costeras. Se enfatiza, por ejemplo, logros en el compromiso social, la protección ambiental y el dinamismo económico impulsados por productos turísticos arraigados en la identidad cultural. Estos antecedentes son críticos para entender cómo el turismo colaborativo puede adaptarse y evolucionar desde el turismo comunitario.

Investigaciones, así como trabajos aplicados en la provincia de Santa Elena, como las rutas culturales en Manglaralto han propuesto las experiencias complementarias como una ruta hacia la diversificación post-COVID, ya que el patrimonio local tuvo que presentarse con la identificación de líneas de capacitación y financiamiento para emprendedores. Estos trabajos proporcionan un ejemplo para

Olón y demuestran que las acciones locales solo pueden tener éxito si están enmarcadas con apoyo técnico y comercialización adecuada.

Hay propuestas y diagnósticos en parroquias cercanas, pero no hay una exploración publicada integral específicamente sobre la viabilidad y el efecto potencial del turismo colaborativo en Olón, y el grado de preparación comunitaria, y la capacidad de diversificar la oferta en lugar del turismo residencial, por lo tanto, esta brecha apoya la validez de la investigación.

En las últimas décadas, las plataformas tecnológicas han transformado el panorama turístico al hacer las experiencias más visibles, promoviendo la comunicación y la comercialización directa de experiencias por parte de los anfitriones. Por tanto, se ha revelado en estudios cómo la digitalización ha sustentado modelos colaborativos, y en comunidades con recursos limitados con la tecnología como un vínculo a los mercados globales. Trabajos recientes enfatizan que la digitalización es un facilitador esencial del turismo colaborativo: permite que las experiencias se anuncien, las reservas se coordinen y se establezca la reputación.

Por otro lado, también ha traído consigo desafíos como la brecha digital, la dependencia de plataformas de terceros, y el control de precios y datos. En medio de esta realidad, Camacho, Cavazos y Monge (2024) desarrollan un enfoque mixto: (a) utilizar herramientas externas para un escalado inicial, (b) construyen plataformas propias y canales de marketing comunitario, y (c) implementar políticas locales que garanticen retornos redistributivos. Los estudios más recientes muestran que el turismo colaborativo puede mejorar la sostenibilidad, siempre que esté adecuadamente regulado, sea participativo y esté acompañado de un monitoreo ambiental.

Al mismo tiempo, profesionalizar y comercializar el intercambio tiene un costo, amenazando los objetivos sociales originales. Así, se destaca la investigación

que conecta las prácticas de monitoreo ambiental y el control de externalidades en la gobernanza multinivel (comunidad-municipio-estado) (Farmaki, Stergiou y Kladou, 2025). Dentro de este marco, estos estudios indican una implicación para Olón: la gobernanza local (a través de ordenanzas, participación ciudadana, instrumentos de gestión costera) constituye un requisito necesario para que el turismo colaborativo realmente genere diversificación en lugar de simplemente exacerbar las consecuencias negativas.

Considerando las publicaciones más recientes de cinco años de estos estudios, Camacho (2024) examina el dominio del turismo y las plataformas de alojamiento digital mostrando un intento de reflexionar sobre los diferentes temas discutidos en estudios de la economía compartida en la industria hotelera en los que se emplea una metodología de revisión sistemática de la literatura. Los resultados llevaron a la recopilación de cincuenta y cinco investigaciones, organizadas en cinco categorías: 1) estudios sobre turismo colaborativo; 2) comportamiento de las empresas hoteleras; 3) consumidores; 4) impacto de las TIC en el consumo de servicios de alojamiento; 5) tipología de turistas, lo que indicó que la mayoría de los estudios tienden a investigar el análisis del servicio de alojamiento para la economía compartida y se espera una mayor investigación sobre su relación en este campo.

En este sentido, una revisión sistemática sobre la economía compartida y el turismo desarrollado por Camacho (2024), analiza sistemáticamente los fundamentos teóricos y los componentes esenciales que sustentan la economía compartida y su importancia en el turismo. La base teórica y los aspectos metodológicos dominantes del estudio en el contexto se exploran mediante una revisión sistemática de 71 documentos. El análisis identifica diversas perspectivas teóricas, centrándose en el

turismo colaborativo, el impacto social, económico y político, y la sostenibilidad como impulsores clave de la sociedad a través del lente de la investigación.

Metodológicamente, los métodos cualitativos y cuantitativos son ambos una preferencia en la investigación de usuarios y proveedores de servicios turísticos. El estudio sugiere una producción científica creciente, aunque limitada, la mayoría de la investigación proviene de España y Dinamarca, y sugiere la necesidad de investigación para fomentar la diversidad de geografías en estudios futuros.

La investigación de Cueva y Rodríguez (2020) sobre el turismo colaborativo y sus estrategias discursivas: basado en el caso de los anfitriones de Airbnb en Lima-Perú, demuestran que Airbnb es un fenómeno turístico que representa una amenaza para la industria hotelera de Lima, así como una bendición para el turismo en esta ciudad. La investigación utiliza 108 muestras discursivas de anfitriones de Lima, tomadas de cada una de las 8 áreas turísticas más populares de la ciudad, con vistas a un muestreo discursivo de la plataforma Airbnb.

Los hallazgos indican que, a través de un discurso de familiaridad, accesibilidad y pertenencia, el sector de alojamiento turístico atrae a millones de personas, y que los anfitriones de Airbnb producen discursos altamente persuasivos a través de una serie de estrategias discursivas. Por último, se encuentra que los anfitriones utilizan herramientas orientadas a mostrar la proximidad de sitios de interés, la historia y características de su cultura, su experiencia a través del sector, junto con su origen, pasatiempos, trayectoria académica o profesional, o su vida familiar. La investigación reciente de Duarte y Martínez (2020) discute el turismo colaborativo en una economía subterránea y la invasión como parte del turismo guiado.

El trabajo sobre economía colaborativa: una aproximación al turismo colaborativo en España abordado por Rodríguez, Alonso, Rubio, & Pedroche (2016) pretendió profundizar en el estudio de las diferentes propuestas que se han formulado sobre la definición de economía colaborativa y sugerir una definición propia de lo que entendemos por economía colaborativa. Como parte de la metodología, se ha realizado una revisión exhaustiva de toda la información disponible sobre economía colaborativa a nivel europeo y español específicamente, pudiendo demostrar en relación con la economía colaborativa, que múltiples actividades tienen aspectos en común, como el uso de plataformas en línea, el uso temporal de recursos, la relación entre consumidores o el intercambio de bienes y servicios.

El turismo colaborativo un nuevo modelo de negocios en el rubro de la alimentación brasileña abordado por Cibele & Abreu (2018), demuestran que las plataformas de turismo colaborativo permiten que los turistas obtengan a través de los individuos comunes los bienes y servicios que necesitan. Este nuevo modelo económico ha conquistado un número cada vez mayor de personas en todo el mundo, incomodando a las empresas tradicionales del sector. En Brasil el Turismo Colaborativo se tornó aún más atractivo gracias a las condiciones desfavorables de la economía, significando una fuente alternativa de ingresos para aquellos que desean alquilar sus activos ociosos a los turistas o reducir los costos de quienes viajan.

El estudio pretendió analizar el modelo de negocio de Dinneer, una plataforma brasileña de Turismo Colaborativo del ramo de la alimentación en base al framework Business Model Canvas. Dicha empresa fue elegida para esta investigación debido a su exclusividad en el mercado, ya que es la única que provee el servicio de compartir una comida (el turista participa de una comida exclusiva en la casa de un chef).

El trabajo de Petrizzo (2017) explora las características, condiciones y manifestaciones del turismo colaborativo como tendencia instalada en la actividad turística en varios destinos turísticos. En este contexto, el autor busca identificar los impactos más evidentes de esta tendencia en el sistema turístico local y en las actividades conexas vinculadas a su desempeño. Se exploran algunas experiencias de turismo colaborativo en ámbitos locales y su repercusión en la generación de sinergias para el desarrollo endógeno local.

Por otro lado, Cibele, Melo, & Abreu (2020) afirman que como parte de las tendencias del siglo XXI, el Turismo Colaborativo, utiliza la tecnología para compartir bienes y servicios entre personas comunes y turistas por medio de plataformas con o sin fines de lucro, garantizando un uso más eficiente de los recursos y el intercambio cultural entre los participantes. Para esto se adoptó el estudio de casos múltiples como estrategia de investigación, incluyendo la realización de entrevistas semiestructuradas a los gestores de cada una de las dos categorías de empresas. Los resultados muestran que las empresas de Turismo Colaborativo buscan atender a clientes con demandas distintas de las del turismo tradicional, lo que se refleja en todo el modelo de negocios y consecuentemente, promueve una diversificación aún mayor del sector de turismo.

El turismo colaborativo es una tendencia mundial en desarrollo que está teniendo gran acogida por parte de los viajeros. Según Icaza & Pacheco (2016) en su estudio análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil: caso Airbnb, menciona que eexisten diversas plataformas que ofertan una variedad de servicios turísticos. Metodológicamente se levantó información mediante entrevistas a anfitriones y entidades importantes del área turística y hoteles. Además, se elaboró un análisis de comentarios emitidos por viajeros, tanto en Airbnb como en Tripadvisor. Como

resultado de la investigación, se determinó que sí existe competencia desleal por parte de los establecimientos ofertados en la plataforma Airbnb, considerados como informales, debido a la evasión de impuestos.

La investigación de Zambrano (2021) pretende determinar la factibilidad de la economía colaborativa como modelo de negocios, mediante un análisis estadístico descriptivo y causal a los servidores turísticos de la provincia de Pichincha a través de la potenciación de plataformas digitales como nexo directo entre las empresas turísticas y sus consumidores. La investigación se dividió en dos grupos: ofertantes y consumidores, en donde el ofertante promete nuevas formas de viajar, de alojarse y de integrarse en la cultura local a un costo inferior y por el otro lado el consumidor, describe la familiarización con el uso de aplicaciones móviles, así como páginas web para la búsqueda de los lugares turísticos de su preferencia. Los resultados muestran que existe una relación entre los medios digitales y el servicio contratado, más se evidencia que la economía colaborativa aplicada al turismo es un modelo de negocios que por el momento no se ha explotado en la provincia de Pichincha, a excepción de aquellos que usan activamente redes sociales y tecnologías de la información para promover sus recursos, mientras que en el caso de establecimientos pequeños se debería trabajar arduamente en el uso de estas bondades a fin de sacar a flote su dependencia.

Respecto al contexto santaelenense, no se registra estudios economía colaborativa menos sobre turismo colaborativo, sin embargo, existen estudios sobre modelos de planificación sostenible, consideraciones participativas y endogeneidad (Yumisaca, Plaza, & Mendoza, 2022), que describen la participación de comunidad en procesos colaborativos en pro de un turismo ligado a destinos sostenibles y resilientes.

## **1.2. Marco conceptual**

### **1.2.1. El Turismo**

La actividad turista, de acuerdo con su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas. La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Morillo, 2011).

Es tanta la dinámica del turismo en la actividad económica, por tanto, amerita ser tema de investigación desde los ámbitos social, económico, administrativo, legal, ambiental, entre otros. En este contexto, dado a que en la literatura del turismo no existe una definición única de turismo, se presenta algunos conceptos que oriente la investigación.

Considerando la amplitud y flexibilidad del turismo, Gurría (2004) afirma que el turismo es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura nómada con la idea del hombre viajero o móvil, dada por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras. En este contexto, Ramírez (2006) afirma que posteriormente en el Renacimiento, Marco Polo fue uno de los primeros turistas y su primer viaje lo hizo de Venecia a la China regresando con pieles y esencias; al regresar escribió el primer libro conocido sobre turismo: “Los Viajes de Marco Polo”.

Para Acerenza (2001), a inicios del siglo XVI hasta el siglo XIX se establecieron las bases del turismo moderno; en este periodo confluyen los factores capaces de impulsar a la actividad como son la prosperidad, la paz, las comunicaciones, el tiempo libre, nuevos deseos y gustos de las personas. El turismo a

través de la historia se desarrolló de forma lenta y espontánea, pero los nuevos inventos y descubrimientos científicos de fines del siglo XVIII hacen que éste haya tomado importancia mundial. Según Cárdenas (2001), en 1830 el ferrocarril fue el medio de transporte más popular, pero su tecnología rudimentaria hacía incierto los horarios de llegada y partida, con innumerables incomodidades.

Acerenza (2001) asevera que Thomas Cook, precursor del turismo, organizó sin fines de lucro el primer viaje para 570 personas (alcohólicos) con todos los servicios para asistir a un congreso. Esta experiencia le permitió comprender el potencial de la actividad y luego, en 1845, comenzó a organizar excursiones para grandes cantidades de turistas. Históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante.

Desde sus orígenes, el término turismo ha sido asociado a la acción de viajar por placer. Aún hoy, muchas personas lo entienden de la misma manera, sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones. Para la Organización Mundial del Turismo - OMT (1998), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.

Según Theobald (2005), la palabra *tour* proviene del latín *tornare* y del griego *tornos*, que significa *torno* o *círculo*; es decir, el movimiento alrededor de un punto central o eje. En un sentido más estricto, según la Real Academia Española de la Lengua (RALE, 2019), el turismo es la actividad o hecho de viajar por placer. Cárdenas (2001) al referirse al turismo indica que es el conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos.

El cambio en los patrones y valores de consumo impulsó el nuevo turismo (Poon, *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. ., 1993). Los desplazamientos masivos a sitios específicos incrementaron la presión, que a decir de Opaschowski (2001), el turista actual no sólo busca ir de vacaciones, o escaparse de su rutina, sino que busca emociones para el enriquecimiento personal, felicidad y otras percepciones. Fue así como, Poon (1994), el turismo de masa estandarizado fue reemplazado por un nuevo turismo manejado por adelantos tecnológicos y la sensibilidad del turista. Según Poon (1993), desde esa época disminuye la aceptación del turismo en masas y se opta por un turismo controlado y planificado para satisfacer a un turista con un patrón de consumo que exige mayor cuidado del medio ambiente, mayor personalización, flexibilidad, y calidad en el servicio.

Es así como, para Poon (1994), el turismo ofrece una oportunidad para la sustentabilidad del destino y la creación de riquezas donde los servicios deberán apuntalar su competitividad anteponiendo al consumidor, al medio ambiente y fortaleciendo su posición en la cadena de valor de la actividad a través del desarrollo de estrategias de tecnología de la información y segmentación del mercado. Bajo este contexto, de acuerdo con Acerenza (2001) el turismo se clasifica según motivo de viaje en: turismo vacacional, turismo especializado, turismo de afinidad.

Respecto a las clasificaciones que se pueden abordar, el turismo colaborativo se alinea con el turismo especializado, en virtud de que los segmentos deben tener ciertas características peculiares como manejo tecnológico de plataformas, debe ser alineado con la sostenibilidad y ser empático con el destino. De tal manera es importante comprender conceptos en auge como economía colaborativa de donde parte el turismo colaborativo.

### **1.2.1. Economía colaborativa**

El comercio es una de las actividades más antiguas que el ser humano ha participado y practicado a lo largo de la historia. Siendo la oferta y la demanda el eje central del comercio, se dio la necesidad de administrar los excesos de producción principalmente agrícola, siendo el intercambio la opción más acertada, es decir el trueque, que se convirtió en el mecanismo válido para las interacciones comerciales (Ianni, 1998).

El diccionario de la Real Academia (2012) establece tres acepciones sobre la palabra trueque: uno, acción o resultado de trocarse, la segunda basado en el intercambio de bienes por servicios, y la tercera, cambio de otra cosa. En definitiva, el trueque es la forma de intercambio de productos sin la intervención de dinero, sin embargo, que en la actualidad es escaso su accionar, deja sentada la base para estudios y conceptualizaciones de economía colaborativa.

En este mismo contexto, lo colaborativo resalta como base para la economía colaborativa y posteriormente para impulsar un turismo colaborativo. Este término se refiere personas trabajando juntas, esto implica un trabajo horizontal, significa que algo se realiza o se crea con la acción conjunta de varias personas, grupos u organizaciones que trabajan juntos hacia un propósito común. La colaboración es un modo productivo de unir al talento para lograr algo que no se podría conseguir de otra manera. Precisamente, esta es una de las principales ventajas del trabajo colaborativo (Factorial, 2025).

Por lo tanto, el trabajo colaborativo implica trabajar con otra persona para crear algo que permita cumplir un objetivo en común. Todo ello compartiendo:

- Ideas.
- Experiencias

- Conocimientos.
- Habilidades.
- Responsabilidades.
- Logros.

A partir de este entendimiento, surge los modelos colaborativos que en definitiva nace frente a los fracasos del modelo de mercado convencional basado en la propiedad incluye empresas que desarrollan y comercializan productos para satisfacer las necesidades de un mercado específico (Puschmann, 2016). No obstante, los clientes están demandando soluciones más sofisticadas, sostenibles e integradas, yendo más allá de ofertas unidimensionales y uniformes. Aquí, la economía colaborativa rechaza tal modelo, donde se busca el uso de productos y servicios compartidos basados en tecnología como viables monetaria o no monetariamente (Belk, 2014).

La economía colaborativa ve a las empresas convencionales ceder ante plataformas que sirven como mercados virtuales expansivos que vinculan a productores y consumidores (Puschmann & Alt, 2016) y facilitan transacciones. Las personas que tienen recursos sobrantes como productos o conocimientos pueden compartirlos con sus pares, optimizando la eficiencia de los activos, reduciendo el daño ambiental a través del consumo y creando oportunidades de ingresos (Leismann, Schmitt, & Rohn, 2013).

En este entorno, los consumidores tienen acceso a los artículos que satisfacen sus necesidades actuales y ahorran al adquirir acceso temporal a ellos en lugar de comprarlos para un uso poco frecuente (Puschmann y Alt, 2016). La economía colaborativa pone la creación de valor a través del intercambio de activos en primer plano (Ganapati, 2018).

Las plataformas de economía colaborativa también permiten el establecimiento de confianza entre extraños. Se crea a través de múltiples mecanismos posibilitados por la tecnología (Richardson, 2015), que incluyen sistemas de evaluación mutua mediante los cuales se examina la calidad del servicio o producto. Además, ciertas plataformas confirman la identidad de los usuarios a través de documentos de identificación oficiales o números de teléfono, así como proporcionan seguros contra robo o daño (Teubner, Adán y Camacho, 2014). Esto es una victoria para la transparencia de las transacciones y da a los consumidores la capacidad de llegar a otros que pueden afectar sus decisiones futuras.

En este escenario, la economía colaborativa puede ser muy beneficiosa para el desarrollo de un presente sostenible, un mayor uso de los recursos, un tejido social más fuerte, el desarrollo de mercados para productos y servicios turísticos, y lo más importante de todo, la posibilidad de flexibilidad en el trabajo y el gasto (Terrazas, 2014).

### **1.2.2. Economía compartida**

La actividad de colaborar y compartir ha existido desde siempre, el interés en sus análisis surge a partir de los primeros estudios sobre modelos de negocios basados en redes distribuidas de individuos y comunidades conectados a través de internet (Gansky, 2010). La economía del compartir (sharing economy) constituye la base del turismo colaborativo. Botsman (2011) plantean que este modelo reduce costos, aumenta la eficiencia de activos subutilizados y fomenta la interacción social basada en plataformas tecnológicas.

En turismo, estas prácticas han adquirido relevancia debido a cambios en las motivaciones de los viajeros, quienes buscan autenticidad, sostenibilidad y contacto directo con la comunidad (Priporas & Fotiadis, 2017). La economía compartida se

posiciona al centro de estas nuevas tendencias, buscando contrarrestar la noción de activos no utilizados que son consecuencia de una cultura hiperconsumista (Crowd Sourcing Week, 2015).

La economía compartida es un sistema económico en donde los activos o servicios son compartidos entre individuos privados de forma gratuita o por un pago, todo coordinado a través del internet. Aunque el concepto de economía compartida está en su infancia, ha tenido un impulso fuerte a través de la tecnología, en donde busca el compartir y colaborar, además que el modelo de economía compartida ofrece la posibilidad de formalizar muchos negocios informales.

En definitiva, la economía compartida surge alrededor de la frase ¿Por qué ser propietario cuando puedes alquilar y por qué dejar algo sin usar cuando alguien más lo paga? Esta es la base de la economía compartida, que también es la base de empresas como Airbnb. Pero no se trata solo de casas de vacaciones (Schumacher, 2025). Se puede incluir a todo, desde ropa y automóviles hasta ideas y tiempo, y es un concepto que se puede encontrar en muchas empresas modernas.

Según Schumacher (2025), las personas privadas pueden participar en la economía colaborativa alquilando sus bienes personales, como empresa también puede combinar varios espacios de trabajo, alquilar espacios de estacionamiento/espacio de oficina y asegurarse de que cada activo se utilice de manera óptima.

Según Rifkin (2011) en la era del acceso, la gente “compraría acceso a una experiencia vivida” y que las nuevas industrias que dominarían la economía global serían “las industrias de las nuevas experiencias” como la cultura y el turismo. Esta última es una de las pocas industrias que crece, incluso durante la crisis, en todos los países occidentales, globalmente la industria del turismo es tan grande como la del

petróleo; y, por lo tanto, este segmento es un potencial para el turismo “*peer to peer*” o “P2P” y para el desarrollo de nuevas ofertas más sustentables-

### **1.2.3. Turismo Peer to Peer P2P**

Peer-to-peer (P2P) es una colección de computadoras conectadas sin un controlador único. Cada computadora participante, llamada peer o nodo, es tanto un usuario como un proveedor de recursos (Brave, 2024). Los peers contribuyen a una red P2P compartiendo recursos como espacio de almacenamiento, capacidades de procesamiento y ancho de banda. Una red P2P es descentralizada, lo que la hace diferente de la disposición tradicional cliente/servidor donde un servidor solo proporciona contenido y un cliente solo usa contenido.

Según Brave (2024), las redes P2P tienen varias aplicaciones, pero la más común es el intercambio de medios (como música, películas y juegos). Debido a que no hay un controlador central, todo el contenido almacenado en la red se distribuye entre los peers. El contenido puede estar almacenado en múltiples ubicaciones, y cada peer es igualmente capaz de proporcionar a otros peers el contenido solicitado.

El turismo "peer to peer" p2p es una de las grandes tendencias globales que está transformando el modo de viajar y consumir. Transporte por carretera, alojamiento, experiencias en el destino, restauración (Canalis, 2014). Prácticamente todos los sectores de la industria turística se han visto ya afectados por la llamada “economía compartida” que en muchos casos también es economía sumergida e intrusismo.

La tendencia p2p se ha visto impulsada en los últimos años gracias a la aparición de webs especializadas que ponen en contacto a particulares que ofrecen sus servicios (alojamiento, visitas guiadas, coches...) con potenciales viajeros (Hosteltur, 2014). Muy ligado a este “consumo colaborativo” también comienzan a consolidarse

nuevos intermediarios con presencia internacional, cifras muy considerables y participados por fondos de capital riesgo.

Este auge pone en apuros a autoridades de varios países para intentar regular el fenómeno p2p, puesto que en muchos casos este tipo de actividad económica se escapa al pago de impuestos y puede generar conflictos con los residentes locales y empresas que sí tienen regularizada su actividad.

En el contexto económico y cultural vinculado a las nuevas tecnologías, la crisis económica y las nuevas demandas del turista, aparecen las plataformas digitales para ofrecer servicios que tratarán de diferenciarse de los demás. Los demandantes son nativos tecnológicos que buscan en internet y en las nuevas aplicaciones las distintas propuestas, y se dejarán influir en su elección, por los comentarios vertidos por otros turistas (Navalón-García, 2016).

Seguidamente se expone diferentes casos de plataformas empresariales surgidos alrededor de esta tendencia, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 1 Operadores turísticos P2P

<b>Operador</b>	<b>Sector</b>
Airbnb	Alojamiento
Alterkeys	Alojamiento
Homeaway	Alojamiento
Housetrip	Alojamiento
Flipkey	Alojamiento
Knok	Alojamiento
Only_apartments	Alojamiento
9flats.com	Alojamiento
Windu	Alojamiento
Uber	Transporte
Bla bla car	Transporte
Carpooling.com	Transporte
Socialcar	Transporte
Eatwith	Restaurante
Cookening	Restaurante
Mealsharing	Restaurante
Meetmeals	Restaurante
Voyable	Experiencia en el destino
Touristlink	Experiencia en el destino
Trip4real	Experiencia en el destino
Sherpandipity	Experiencia en el destino
Triperone	Experiencia en el destino

Elaboración propia a partir de datos de Hosteltour 2024

#### **1.2.4. Turismo colaborativo**

El turismo colaborativo se ha desarrollado como una respuesta a las transformaciones sociales, tecnológicas y económicas que caracterizan al turismo en el siglo XXI. En su esencia, este modelo propone formas más participativas, inclusivas y horizontales de interacción entre visitantes y comunidades anfitrionas. Según Bialski et al., (2020) el turismo colaborativo se define como un modelo que integra principios de la economía del compartir, donde los visitantes participan de manera activa en la co-creación de experiencias turísticas con los residentes locales.

Este modelo se basa en el intercambio, la confianza, el uso eficiente de los recursos y la participación social. Se apoya en la lógica de la cooperación, el uso compartido de recursos, la autenticidad y la construcción colectiva de experiencias. El turismo colaborativo comprende más que el alojamiento (como en plataformas como Airbnb), incluyendo actividades comunitarias, experiencias gastronómicas, talleres, transporte compartido y otros servicios gestionados por usuarios y comunidades (Chung, 2021).

Este tipo de turismo se alimenta principalmente a gran escala por plataformas digitales, cambiando las preferencias de los turistas y la búsqueda de la sostenibilidad. La economía colaborativa (o entre pares) ha transformado el campo del turismo y ha presentado un nuevo modelo de interconexión de turistas con experiencias locales a través de intercambios entre pares (Paulauskaite, 2017).

El término economía colaborativa describe diversas plataformas que conectan a los usuarios con propietarios de activos, lo que permite compartir bienes y servicios de forma gratuita o a cambio de una tarifa (Belk, 2014); (Wallace, 2024). Si bien el concepto se ha expandido a diversos sectores, el alojamiento y el transporte

representan sectores clave de la economía, siendo Airbnb y Uber consideradas empresas emblemáticas.

Además, se argumenta que el acceso temporal a los activos ofrecidos a los usuarios mediante el uso compartido facilita la democratización de la oferta turística (Dredge D. y., 2015), fomentando la innovación, la rentabilidad y experiencias únicas para los viajeros.

Sin embargo, detrás de lo aseverado sobre lo colaborativo, existen desafíos que enfrentar. La rápida expansión de la economía colaborativa ha provocado importantes perturbaciones en los destinos, las comunidades y las empresas turísticas tradicionales (Farmaki A. K., 2023), y la idea inicial de que la economía colaborativa representa una forma de economía descentralizada, equitativa y sostenible ha sido cuestionada (De las Heras, 2021).

En los últimos años, la economía colaborativa ha influido en la estructuración de nuevos productos turísticos, donde la confianza, las redes sociales, la reputación digital y la sostenibilidad se vuelven elementos clave. Este modelo también facilita el empoderamiento local, ofreciendo oportunidades para que las comunidades fortalezcan sus capacidades y diversifiquen su economía.

Las nuevas tecnologías inciden y facilitan la comercialización online entre particulares, por tanto, el número de turistas extranjeros que se alojan en viviendas alquiladas ha incrementado un 44% durante los años 2007-2013, frente al aumento del 4.5% de turistas alojados en hoteles tradicionales (Frontur, 2014). Es evidente entonces que la economía colaborativa está ahora instalada en los elementos claves del turismo:

- El transporte, para compartir o alquilar el coche.
- Dormir, para intercambiar casas, alquilar una habitación o tu casa entera.

- Comer, particulares que cocinan en su casa invitando a personas que pagan por la experiencia o chefs que viene a tu casa a cocinar para ti y tus amigos.
- Visitas, una vez en el destino, puedes utilizar un guía local fuera del circuito tradicional turístico.

El turismo colaborativo es una idea de intercambiar habilidades por hospedaje y otros beneficios. El concepto es simple: ayudas en un hostel, ONG o proyecto ecológico, habiendo diferentes funciones disponibles, a cambio, recibes hospedaje donde hagas el voluntariado (Luiza, 2024). En definitiva, las relaciones colaborativas son aquellas que, además de ayudar al prójimo, pretenden incentivar los intercambios sin que haya dinero involucrado. Ese tipo de relación está basada en la empatía, el desarrollo personal del prójimo y en la evolución de todos en conjunto.

### **1.2.5. Lo social y comunitario en el turismo colaborativo**

Uno de los pilares fundamentales del turismo colaborativo es la participación de la comunidad en la gestión del destino. Según Ketter (2021) esto fortalece:

- Identidad cultural local
- Cohesión social
- Redistribución de beneficios turísticos
- Empoderamiento comunitario

Se aduce que el turismo colaborativo se fundamenta en la interacción directa entre visitantes y comunidades locales, promoviendo formas de intercambio basadas en la cooperación, el beneficio mutuo y la participación. Este modelo representa una evolución del turismo tradicional hacia prácticas más sociales, horizontales y comunitarias, donde los habitantes locales no solo son proveedores de servicios, sino protagonistas del proceso turístico (Bialski P. , 2021).

La dimensión social del turismo colaborativo se centra en las relaciones de confianza, las redes de apoyo y la participación voluntaria entre turistas y locales. Como señaló Dredge (2017), la economía colaborativa del turismo abarca aquellos intercambios en redes sociales que apoyan el compartir de espacio, experiencia, conocimiento y recursos. Este intercambio social transforma la experiencia turística en algo más genuino, significativo y cercano a las experiencias cotidianas de las comunidades anfitrionas.

Está bien documentado que la interacción social impacta positivamente en la cohesión, el capital social, la comunicación, la comprensión cultural y la cooperación (Möller & Bauhuber, 2020). Este capital social permite a los residentes coordinarse, diseñar sus propios proyectos y mejorar su posición en la cadena de valor del turismo. A diferencia de los modelos industrializados, este modelo de turismo cooperativo prefiere relaciones sociales más igualitarias y humanizadas, ya que el turista deja de ser simplemente el consumidor del producto para convertirse en un co-creador de experiencias (Farmaki A., 2021).

Al igual que el aspecto social, el componente comunitario está conectado con el empoderamiento de los residentes, la gestión del destino a través de decisiones compartidas y una distribución más equitativa de los beneficios. Los modelos de turismo colaborativo permiten a las personas locales desarrollar una participación comunitaria desde la planificación del turismo hasta la realización de actividades turísticas. De la misma manera, también diseñan conjuntamente eventos, tales como:

- Tours comunitarios,
- Gastronomía compartida,
- Actividades de agricultura local,
- Talleres de artesanía,

- Voluntariado y aprendizaje experiencial.

Definitivamente, los beneficios comunitarios reflejados en nuestra literatura son impresionantes y consistentes con la sostenibilidad y la endogeneidad:

- Creación de oportunidades económicas locales sin grandes inversiones (Sigala, 2020).
- Promoción de la identidad cultural y el patrimonio intangible (Richards, 2021).
- Mayor resiliencia social colectiva a partir de la cooperación y diversificación de economías y redes (Bock, 2020).
- Ganancias en conectividad y orgullo comunitario.
- Desarrollo de capacidades basadas en equipos a través de la formación en hospitalidad, gestión y digitalización.

El turismo colaborativo está inextricablemente ligado a enfoques comunitarios sostenibles para el desarrollo en el sentido de que toma en cuenta las condiciones locales, la toma de decisiones comunitaria, la autoorganización comunitaria y el entorno social y cultural (OMT, 2022). Aspectos sociales y comunitarios como estos, permiten que las experiencias turísticas participativas creen oportunidades que logren una mejor riqueza social y económica compartida para el público.

Aquí, los residentes se convierten en anfitriones activos, los turistas participan en actividades locales, la experiencia es coproducida y se fortalece la cohesión social interna y externa. Según Ketter (2021), este tipo de interacción enriquece la narración local y permite a la comunidad local contar su historia, creando productos turísticos más auténticos.

### **1.2.6. Diversificación turística como estrategia de desarrollo**

La diversificación turística es un proceso mediante el cual un destino amplía la variedad de productos, servicios y experiencias que ofrece. La diversificación turística se entiende como el proceso mediante el cual un destino amplía o transforma su oferta turística, incorporando nuevas actividades, productos o segmentos de mercado con el fin de reducir su dependencia de un solo tipo de turismo y mejorar su competitividad.

Como describe López (2020), diversificar significa "expandir la cartera turística del destino para responder a los nuevos requisitos de demanda, mitigar riesgos y mejorar la sostenibilidad económica y social". Diversificar aún más significa reformar la experiencia turística, innovar, fortalecer las identidades locales y utilizar recursos infrautilizados.

Según la Organización Mundial del Turismo – OMT (2022), la diversificación es esencial para los destinos que desean responder a cambios mundiales como las preferencias de viaje, crisis económicas, cambios ambientales y cambios tecnológicos. En este sentido, la diversificación se refiere a lo que se conoce como innovación, turismo sostenible, turismo comunitario, así como nuevos paradigmas, por ejemplo, el turismo colaborativo.

Durante los últimos cinco años ha habido un influjo entre los destinos en desarrollo que demuestra que la diversificación turística lleva a fortalecer su identidad cultural, mantener su entorno natural y mejorar el estilo de vida de la población. La diversificación está entrelazada con el desarrollo turístico sostenible, por lo cual se espera que un destino equilibre los beneficios económicos del turismo con la protección social, cultural y ambiental.

Los destinos que dependen únicamente de un tipo de turismo (sol y playa) están expuestos a influencias adversas (Budeanu, 2021); en consecuencia, la diversificación mejora la resiliencia y la estabilidad del desarrollo. En este sentido, los destinos diversificados tienden a:

- Promover una distribución más justa de los beneficios,
- Proteger las prácticas culturales,
- Impulsar las actividades económicas locales,
- Reducir la saturación turística (sobreturismo).

Sin desmerecer que la diversificación también forma parte de la resiliencia de los destinos, entendida como la capacidad de adaptarse y recuperarse de crisis externas. Durante la pandemia de COVID-19, estudios evidencian que destinos diversificados resistieron mejor los impactos (Hall, 2020). Reforzando la importancia de crear múltiples líneas de oferta turística como una respuesta de resiliencia y competitividad de destino.

En este contexto, la competitividad implica la capacidad de un destino de generar valor superior frente a otros destinos. Según Ritchie (2021) la diversificación contribuye a la competitividad al permitir que los destinos atiendan múltiples nichos, prolonguen la estadía promedio del turista, se adapten a nuevos mercados y reduzcan dependencia estacional.

### **1.2.7. Diversificación de productos turísticos**

Según la teoría schumpeteriana del desarrollo económico, la innovación y la diversificación de productos son estrategias de crecimiento diferentes, pero interdependientes. Mientras que la innovación se refiere al grado o tipo de novedad que incorpora el producto, la diversificación se refiere a la expansión de un producto

o sector a un nuevo mercado, en lugar de especializarse en un solo producto (Deligianni, Voudouris, & Lioukas, 2014).

La diversificación consiste en la creación de nuevas experiencias basadas en recursos naturales, culturales, comunitarios e innovaciones tecnológicas. Entre otros tenemos:

- Turismo colaborativo,
- Turismo rural
- Ecoturismo
- Turismo gastronómico
- Turismo de bienestar
- Turismo creativo
- Turismo colaborativo

Según Richards (2021), la diversificación productiva en turismo se vincula a la creatividad territorial, donde las comunidades desarrollan experiencias únicas basadas en su identidad. En las industrias de servicios, la diversificación está asociada con la creación de valor o la minimización de riesgos en el extremo del cliente (Rugman & Verbeke, 2008). En turismo, la diversificación ofrece productos de experiencia variados y personalizados, flexibilidad en la planificación y el diseño de la experiencia de destino y competitividad a través de la creación de más complementariedades, sinergias y economías de alcance (Benur & Bramwell, 2015).

Los destinos que diversifican mercados experimentan menor riesgo económico (Neuts, 2020). Así como la diversificación implica atender diferentes segmentos de turistas existentes en el mercado:

- Viajeros jóvenes
- Adultos mayores

- Nómadas digitales
- Turistas de intereses especiales
- Estudiantes
- Voluntarios viajeros

Diversificar también implica atender el aspecto territorial, esta consiste en desconcentrar el flujo turístico hacia zonas menos desarrolladas, promoviendo un equilibrio en la distribución territorial del turismo. Sin duda, esto favorece:

- Menor presión urbana,
- Fortalecimiento rural,
- Revitalización de comunidades periféricas.

Así también, diversificar el producto implica considerar las plataformas digitales y modelos colaborativos que apuntalan la ampliación de la oferta turística. Considerando que la digitalización facilita la creación de productos turísticos flexibles y co-creados (Sigala, 2020), que pueden ser expuestos mediante:

- Marketplaces turísticos,
- Plataformas de co-experiencias,
- Herramientas de realidad aumentada,
- Alojamiento colaborativo.

La diversificación turística tiene un impacto directo en el desarrollo local, ya que permite:

- Generar empleo comunitario
- Ampliar cadenas de valor
- Fortalecer la identidad cultural
- Distribuir de manera más equitativa los beneficios del turismo
- Estimular el emprendimiento

Para Ruiz (2021), la diversificación empodera a la población local y promueve una economía más plural, inclusiva y resiliente. En destinos con recurso potenciales como es el caso de Olón la diversificación mediante modelos como el turismo colaborativo puede convertirse en una estrategia de innovación social y económica. Finalmente, el turismo colaborativo constituye una modalidad emergente que facilita procesos de diversificación, ya que:

- Genera nuevos productos turísticos basados en la comunidad
- Promueve la participación de los residentes
- Permite experiencias auténticas
- Incentiva la economía local
- Conecta a turistas con redes sociales y comunitarias

En definitiva, el turismo colaborativo no solo amplía la oferta turística, sino que también fortalece dinámicas sociales que favorecen la diversificación sostenible en destinos emergentes (Farmaki A., 2021).

### **1.2.8. Estrategias de diversificación en el turismo**

Las estrategias de diversificación conducen a un mayor desarrollo turístico sostenible en términos de protección de los recursos naturales y productos y servicios de valor añadido, así como al fortalecimiento de los vínculos entre el turismo y otros sectores industriales regionales (Romão, Guerreiro, & Rodrigues, 2017). La diversificación como estrategia para la recuperación de los destinos turísticos se clasificó como un componente alternativo para la reestructuración de destinos costeros (Anton Clavé, 2012).

El potencial de los territorios entre ellas las tradiciones y costumbres locales generan expectativas e interés significativo en los turistas por conocer más sobre estas manifestaciones culturales, esto conlleva a afirmar la necesidad de diversificar la

oferta turística en comunas costeras que por tradición se desenvuelven en productos de sol y palaya (Pezo & Yumisaca, 2024).

La estrategia de diversificación es el proceso de ingresar a nuevas industrias, distintas del centro de una empresa original, para hacer nuevos tipos de productos que se pueden vender de manera rentable a los clientes en nuevos mercados, una empresa diversificada es aquella que desarrollan y venden el producto en dos o más mercados diferentes o distintas (Sánchez M. , 2013). Las estrategias de diversificación están relacionadas con el desarrollo de una empresa que pasa en incontables ocasiones por la generación de nuevos productos de mercados, pudiendo estar o no relacionados unos con otros (Ardura, 2012).

La diversificación relacionada se considera cuando existen similitudes entre los recursos utilizados por los negocios, los canales de distribución, los mercados, la tecnología y cualquiera otro elemento que permita complementar los negocios entre sí; mientras que la diversificación no relacionada supone la forma más radical de diversificación, ya que no existe ninguna relación entre las actuales y nuevas actividades de la empresa. De acuerdo con Nardone (2014), la estrategia de diversificación es importante por la cual se puede dar cuando la organización amplía su variedad, ya sea de productos o servicios que ofrecen a sus clientes para incrementar sus utilidades o lanzar nuevos productos a mercados nuevos o en el actual.

Basado en el análisis de la teoría, el turismo colaborativo puede considerarse una alternativa innovadora para abordar los desafíos existentes en lugares como Olón. Un modelo económico participativo y sostenible, como la economía colaborativa, abre puertas a diferentes tipos de turismo, redistribuye los beneficios económicos y fortalece la cohesión comunitaria.

Una conclusión general de la revisión teórica refleja que el concepto se ha convertido en un modelo global importante en los últimos años porque aborda las nuevas demandas de los turistas y los desafíos sociales y ambientales de los destinos. Por lo tanto, es un marco sólido para examinar su potencial aplicación en Olón.

### **1.3. Marco legal técnico para el proyecto**

#### **1.3.1. Base constitucional (constitución de la Republica del Ecuador, 2008)**

La Constitución en su artículo 14 reconoce expresamente “el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” y declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la prevención del daño ambiental. Esta disposición obliga a que toda actividad incluido el desarrollo de proyectos turísticos se planifique, diseñe y ejecute respetando la integridad ecológica y los principios de sostenibilidad.

En este sentido, la implicación para el proyecto es que cualquier intervención o propuesta para la implementación del turismo colaborativo en Olón deberá asegurar: No causar daños ambientales significativos; Incluir medidas de prevención, mitigación y restauración; Enfatizar la sostenibilidad como un sistema de valores central; Mostrar cómo contribuye al “buen vivir” de la población local (*sumak kawsay*).

El artículo 83, numeral 6, establece deberes individuales como el respeto al medio ambiente y la protección de la naturaleza. Tal obligación debería ser una responsabilidad que los actores locales, turistas, proveedores de servicios turísticos y la comunidad investigadora adopten comportamientos y prácticas que reduzcan impactos y promuevan prácticas responsables. Aplicación en el proyecto: (1) elaborar directrices y protocolos para los visitantes y operadores, y (2) código de conducta, prácticas de bajo impacto, señalización interpretativa, etc.

Según el Estado en su Artículo 395, tiene la obligación de salvaguardar la biodiversidad y el uso consciente de los recursos naturales. Esto implica deberes de planificación y supervisión y proporciona bases legales para exigir evaluaciones de impacto ambiental y su gestión cuando sea relevante. Implicación del proyecto: cualquier intervención debe ir acompañada de la identificación de recursos naturales sensibles, propuestas de gestión ambiental y, si es necesario, en apoyo de las regulaciones sectoriales que acompañan la propuesta, incluyendo instrumentos ambientales acompañantes o justificando razones para su no aplicabilidad dada la escala y naturaleza de las intervenciones propuestas.

### **1.3.2. Regulaciones sectoriales: Ley de Turismo (MINTUR, 2002)**

La Ley de Turismo en su Art. 4, literales b y c, establece que la política estatal del sector debe asegurar la utilización racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos (lit. b); proteger al turista y promover la conciencia turística (lit. c). En cierto sentido, esto sitúa al turismo colaborativo en un contexto que enfatiza el uso racional y la preservación tanto del turista como del patrimonio mismo. Implicación para el proyecto: la propuesta debe demostrar cómo los actos de colaboración turística contribuyen al uso racional de los recursos locales (en lugar de la extracción o deterioro), cómo mantienen la integridad del patrimonio cultural y natural y cómo tienen en cuenta la seguridad y los derechos del turista.

La Ley en su Art. 21 establece que las áreas turísticas protegidas serán definidas por Decreto Ejecutivo, el cual especificará los límites de uso del suelo y las restricciones para actividades que tengan un efecto perjudicial sobre el turismo (por razones de seguridad, higiene, salud, conservación o estética). Para abordar esto, cada proyecto en Olón deberá estar acorde con las ordenanzas nacionales y los decretos o zonificaciones que impactan la franja costera.

### **1.3.3 Código Orgánico Ambiental (Asamblea Nacional, 2017)**

La interpretación y operación de los derechos de la naturaleza están consagrados en el Artículo 7 del COA, así como el deber tanto del Estado como de los individuos de conservar ciclos vitales, funciones y procesos evolutivos. En cuestiones ambientales, esta regulación es más firme que la Constitución y exige incorporar medidas de conservación en todas las actividades económicas. Dado esto, se implica en el diseño del proyecto que las iniciativas de turismo sostenible deben desarrollarse de manera que cumplan con las limitaciones proporcionadas en el COA, lo cual no es necesariamente solo para prevenir daños sino también para conservar proactivamente y restaurar, y algún tipo de acción de conservación debería planificarse en sitios de especial valor (bosques, estuarios).

### **1.3.4. Instrumentos de planificación y lineamientos sectoriales: Plan Nacional de Turismo 2030 (MINTUR, 2020)**

El Plan Nacional de Turismo 2030 establece lineamientos estratégicos para el desarrollo turístico con énfasis en sostenibilidad, inclusión social, diversificación de productos y fortalecimiento territorial. Promueve el turismo comunitario y la creación de capacidades locales como ejes para un turismo más equitativo y resiliente, y plantea metas orientadas a diversificar la oferta turística nacional. Implicación seria que el enfoque del Plan Nacional respalda la investigación, pues el turismo colaborativo encaja en las estrategias de diversificación, fortalecimiento comunitario y sostenibilidad; además, facilita la búsqueda de coherencia con metas y posibles líneas de financiamiento o programas técnicos del Ministerio.

El Plan Sectorial 2021–2025 del Ministerio de Turismo complementa el Plan Nacional con objetivos orientados a: recuperación sostenible post-COVID, diversificación productiva, fortalecimiento de capacidades locales, mejora de la

gobernanza territorial y la formalización de prestadores turísticos. Estos objetivos sostienen la pertinencia de proponer modelos colaborativos y de diversificación en destinos como Olón. En este sentido la investigación puede alinearse con las acciones del Plan Sectorial (capacitación, formalización, promoción) y, en la fase propositiva, plantear acciones que sean coherentes con las líneas de financiamiento y programas del Ministerio.

## **CAPÍTULO II.**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Diseño de la Investigación**

La investigación se enmarca en un diseño no experimental, ya que no se interviene de ninguna manera en las variables, sino que se observan fenómenos en su estado natural. A su vez, el estudio es transeccional ya que la toma de datos se desarrolló en septiembre y octubre del 2025; el alcance del trabajo es descriptivo al caracterizar los datos obtenidos en el campo.

#### **2.2. Enfoque de la investigación**

La investigación adopta un enfoque cuantitativo ya que se pretende conocer la opinión de los habitantes, emprendedores y demás actores de la comunidad respecto al turismo colaborativo. Este enfoque permitió medir percepciones, niveles de participación, intencionalidad y demás características que permitan generar estrategias de diversificación para el destino basado en sus opiniones. Este enfoque es adecuado para estudios de turismo comunitario y colaborativo, debido a la necesidad de integrar datos objetivos con la comprensión de la realidad local y los significados culturales asociados.

#### **2.3. Tipo y nivel de investigación**

- **Tipo:** la investigación es aplicada, ya que busca generar propuestas prácticas que puedan implementarse en el contexto del destino Olón.
- **Nivel:** la investigación es de nivel descriptivo, porque caracteriza la situación actual de la oferta turística y las percepciones de la comunidad, a su vez, es explicativo, porque analiza relaciones entre variables (turismo colaborativo y diversificación turística). También toma aspectos de tipo propositivo, al plantear estrategias de implementación del turismo colaborativo.

## 2.4. Población y muestra

### Población

La población está constituida por grupos claves: habitantes de la comuna de Olón, emprendedores y actores turísticos, es decir, dueños de alojamientos, gastronomía, actividades recreativas, guías y otros. Sin embargo, de definir la población, el total en números suele variar debido a que existen negocios flotantes por feriados, temporadas y fines de semanas. Para este estudio se consideró levantar información a los actores claves del destino, por tanto, la muestra usada fue mediante el cálculo de población infinita.

### Muestra

El cálculo de la muestra se lo hace considerando los siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Remplazando los valores

- $Z = 1.96$  (95% de confianza)
- $p = 0.5$
- $q = 0.5$
- $E = 0.05$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384.16$$

## **2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica usada es la cuantitativa basada en un cuestionario con escala de Likert con preguntas cerradas y dicotómicas dirigida a residentes, emprendedores, pescadores y demás actores del destino. Los datos recolectados permitieron cuantificar percepciones, actitudes y conocimientos sobre turismo colaborativo y valoración de la oferta turística actual.

## **2.6. Técnicas de análisis de datos**

El análisis es de tipo cuantitativo ya que los datos se procesaron con software estadístico Excel. Además, se aplica los estadísticos descriptivos para representar datos en tablas y gráficas.

## **2.7. Consideraciones éticas**

La investigación se desarrolló bajo principios éticos:

- Consentimiento informado.
- Confidencialidad y anonimato de la información
- Respeto a la cosmovisión local y estructuras comunitarias
- Transparencia en el uso de los datos

## **2.8. Limitaciones del estudio**

- Posible resistencia de algunos actores locales debido a tensiones internas por delincuencia.
- Temporalidad de la investigación frente a la disminución de visitantes.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Este capítulo describe y analiza los resultados de las técnicas y herramientas aplicadas en la investigación con el fin de caracterizar el estado y la situación del turismo, sus perspectivas y potenciales estrategias para el destino Olón en la provincia de Santa Elena.

#### **3.1. Diagnóstico de la situación turística del destino Olón**

##### **3.1.1. Caracterización de Olón**

Olón es una comuna ubicada en la zona costera de la provincia de Santa Elena, dentro de la parroquia de Manglaralto, cuyo territorio lleno de bondades de naturaleza y cultura, son fortalezas que han permitido a propios y extraños apostar por el turismo como una alternativa de dinamizar la economía. Su extensa playa y su gran oferta gastronómica ha permitido el desarrollo del turismo de sol y playa.

La Comuna Olón ha vivido una transformación socioeconómica acelerada en los últimos veinte años, en especial por el surgimiento del turismo costero, el impulso de actividades relacionadas al ocio, la gastronomía y la hospitalidad en general. La apertura del territorio a visitantes nacionales y extranjeros ha reestructurado las dinámicas productivas, sociales y culturales. A decir de Chiquito (2024) el turismo se ha convertido en la principal fuente de ingresos de la comuna y que, progresivamente ha ido desplazando las actividades tradicionales hasta convertirse en el eje articulador del crecimiento económico local.

Olón se caracteriza por generar un ambiente tranquilo y familiar, con un entorno agradable para los turistas gracias a los pobladores que se han convertido en excelentes anfitriones. Geográficamente, Olón forma parte del corredor turístico conocido como la Ruta del Spondylus, una franja costera reconocida por su diversidad

natural, playas extensas y atractivos paisajísticos. Sus coordenadas aproximadas de 1°49' S, 80°45' O, genera una topografía que oscila entre los 7–10 m s. n. m. dentro de una zona UTM 17s y una zona horaria UTC -5.

El territorio posee una superficie aproximada de 10 a 12 km<sup>2</sup>, dependiendo de la delimitación considerada entre zona urbana y área natural. Su territorio combina:

- Una franja urbana costera,
- Zonas residenciales,
- Áreas rurales,
- Pendientes boscosas pertenecientes a la cordillera Chongón Colonche.
- Bosques protectores y
- Zonas agrícolas

Olón limita geográficamente por dos comunidades, la cordillera y el mar:

- Norte: Comunidad de Las Núñez y áreas de bosque protector
- Sur: Montañita
- Este: Cordillera Chongón - Colonche
- Oeste: Océano Pacífico

### **3.1.2. Aspecto biofísico de Olón**

La presencia de la cordillera cercana aporta una barrera natural que influye en la climatología y biodiversidad del sector. El relieve combina entre planicies costeras donde se desarrolla la actividad turística, playas amplias con pendiente suave, colinas y estribaciones de la cordillera Chongón Colonche hacia el oriente. Estas transiciones permiten una amplia variedad de paisajes y microambientes con presencia de pequeños esteros temporales, quebradas que descienden desde la cordillera, zonas húmedas en época lluviosa.

El clima es tropical costero, influenciado por la corriente cálida del Niño y la fría corriente de Humboldt, generando dos estaciones marcadas: invierno con lluvias moderadas de enero a abril y, verano con ambientes con brisa constante, temperaturas templadas que se extiende desde mayo a diciembre.

Olón es accesible por la Ruta del Spondylus (E15), una carretera costera que conecta Santa Elena, Montañita, Puerto López y Manta. Desde Guayaquil, el viaje toma entre 2.5 y 3 horas aproximadamente, por transporte terrestre cuyos servicios es brindada por cooperativas de viaje directo. Desde Santa Elena, Salinas y La Libertad, Olón se encuentra a 75km, 1 hora con 10 minutos aproximadamente. Desde Puerto López a Olón existe 36km dando un tiempo de 40 minutos a 1 hora según el tráfico del camino.

La relevancia geográfica para el turismo radica en la posición geográfica de Olón que le otorga ventajas estratégicas como el estar sobre la Ruta del Spondylus que permite recibir turistas nacionales e internacionales que recorren la costa; su cercanía a Montañita atrae visitantes que buscan un ambiente más tranquilo, familiar y natural; su riqueza ecosistémica favorece el desarrollo de turismo de naturaleza, turismo comunitario, experiencias colaborativas, senderismo, aviturismo y actividades culturales rurales.

Olón tiene una gran playa de más de 3km con arena clara, un mirador natural al norte donde se observa el océano, se ubica el santuario blanca estrella de la mar que es un sitio religioso muy visitado, tiene un clima agradable con temperatura que oscila entre 24°C 30°C en su costa la mayor parte del año.

### **3.1.3. Aspecto socioeconómico de Olón**

Desde la perspectiva económica y social, Olón muestra un crecimiento económico bastante significativo, apoyado por la creación de nuevas oportunidades laborales en actividades como la construcción, la prestación de servicios turísticos, la gastronomía y el comercio minorista. Esta dinámica económica ha permitido incluso mejorar los ingresos en las familias y diversificar las fuentes de empleo al tiempo que ha permitido atraer inversiones privadas, sobre todo en infraestructura hotelera y en servicios complementarios.

Pero paralelamente a este proceso también se han generado desigualdades, ya que los beneficios del turismo se concentran sobre todo en aquellas familias que poseen tierras, el acceso a capital o que tienen negocios formalmente constituidos; en cambio, los hogares más pobres dependen de trabajos de carácter temporal o informal que les impide aspirar a la estabilidad o a la seguridad laboral (Delgado Paredes, 2023).

Otra dificultad adicional viene por la presión que el turismo residencial pueda generar y la llegada de nuevos pobladores tanto de nacionales como que ha incidido en el incremento del valor del suelo y el precio de los arrendamientos. Las transformaciones socioculturales no son menos evidentes y el coste de productos básicos ha incrementado el coste de la vida de los comuneros generando tensiones en la convivencia entre residentes y migrantes y el estilo de vida globalizada que han cambiado determinadas prácticas comunitarias tradicionales y han fomentado debates y polémicas en cuanto a la identidad y a la organización social del territorio.

#### **3.1.4. Aspectos turísticos**

Entre los recursos sobresalientes esta la playa que es una de las más visitadas por los turistas por sus aguas tranquilas y amplia de 3km de arena de punta a punta, estas aguas son ideales para nadar y practicar surf por sus grandes olas, caminar por su arena y ver su atardecer deja una experiencia única, la playa de Olón se encuentra entre las playas más visitadas por los turistas y esto gracias a su higiene y la amabilidad por los anfitriones.

Al norte de la comuna se encuentra un mirador muy ideal para tomar fotografías del paisaje, su flora y su fauna, o del mar que se encuentra a plena vista y disfrutar el sendero natural excelente para un recorrido de excursión. El Santuario Blanca Estrella del Mar ubicada entre la vegetación y acantilado es conocido por los aspectos espirituales y su diseño arquitectónico con una forma de caracola y vista directa al mar, en este lugar se realizan actividades religiosas o métodos de meditación especial para la relajación y vivencia.

La gastronomía en Olón se destaca por su gran variedad de platos de mariscos como: camarones apanados, el ceviche de pulpo o pescado, los cangrejos, el pescado frito y el arroz marinero, todo esto mientras se disfruta de la brisa del mar y la cálida arena de la playa. Otro aspecto singular en Olón es la autenticidad los comuneros que aun resaltan sus artesanías elaboradas con materiales del lugar y la parte religiosa y de festividades relacionadas con el mar y la pesca, aspectos que generan atracción para segmentos que buscan lo religioso y festividades de pueblos que tiene características peculiares.

Si bien Olón tiene características naturales y culturales que podrían soportar una oferta diversa, hay pocos operadores turísticos del sector formal en la comuna y muchos de los tours y actividades como: el surf, visita al bosque protector, paseos a

caballo, observación de fauna, recorridos culturales, etc., se operan desde Montañita (Pazmiño, 2017). Lo aseverado imposibilita que los recursos económicos se deriven directamente hacia la comuna y con ello la posibilidad de generar desarrollo queda distante, aunque se estén planteando iniciativas de turismo comunitario y actividades complementarias, mientras exista desarticulación en la cadena y calidad de servicios, los beneficios se verán disminuidos.

Con respecto a las restricciones para el desarrollo del turismo, la bibliografía es coincidente en que Olón presenta serias dificultades estructurales. En primer lugar, la falta de un plan de ordenamiento territorial vigente y adecuado limita la capacidad de la comunidad para controlar las edificaciones, regular la expansión urbana, controlar y regular las construcciones en áreas frágiles, planificar el uso del suelo y prevenir conflictos socioambientales (Fortis Suárez, J., Freire, M., Peralta, P., & Linzán, S, 2017).

El rápido crecimiento de las edificaciones, muchas veces sin criterios ambientales ni planificación, ha determinado presión sobre el bosque protector, las áreas naturales y la franja costera. Además, la infraestructura de servicios básicos como el alcantarillado, agua potable, recolección de residuos, energía eléctrica es insuficiente en épocas de máxima demanda, como en fiestas o en temporadas turísticas, contribuyendo a deteriorar la calidad de vida de los residentes y/o la sensación/experiencia del visitante.

Otro obstáculo fundamental es la escasa capacitación de la población en áreas clave del turismo tales como la atención al cliente, la gestión empresarial, el marketing digital, idiomas y gestión ambiental. Esta falta de capacitación los hace menos competitivos en cuanto a otros actores, quienes serán los más beneficiados por el crecimiento turístico.

El reto de la falta de diversificación en el turismo constituye otro reto importante. A pesar de que el potencial del bosque protector de Olón, sus ríos, cascadas, su fauna, flora, riqueza cultural, etcétera; el turismo se localiza en el sol y la playa, la gastronomía y la inversión inmobiliaria. A decir de González (2019), la falta de productos turísticos temáticos, circuitos interpretativos, experiencias comunitarias y actividades sostenibles limitaría la potencialidad del destino turístico para poder atraer turistas todo el año, dificultando de este modo poder reducir la estacionalidad.

Finalmente, la gobernanza comunitaria tiene que realizar tareas relacionadas con la gestión de la coordinación de actores, la toma de decisiones en grupo y la constitución del modelo de desarrollo turístico sostenible e inclusivo, ya que la coexistencia de intereses económicos externos y los derechos territoriales comunales son motivo de tensiones que habrá que canalizar a partir de procesos de participación y estrategias de gestión de carácter comunitario.

### **3.1.5. Infraestructura turística**

Olón actualmente cuenta con una infraestructura variada y en permanente desarrollo. La oferta en cuanto a hospedaje incluye hoteles, hostales, cabañas, eco-lodges, villas privadas y alojamientos del tipo airbnb, muchas de las cuales son promovidas por inversores externos o por los mismos proyectos familiares que vienen de la economía local. La variedad de opciones es generada en pro de satisfacer la demanda del turismo en la temporada alta, aunque todavía permanecen las diferencias en cuanto a calidad, servicios y criterios de sostenibilidad.

Tabla 2 Establecimientos de hospedaje registrados para la comuna Olón

Alojamiento turístico	Cantidad
<b>Casa huésped</b>	10
<b>Hostal</b>	71
<b>Hostería</b>	10
<b>Hotel</b>	43
<b>Inmuebles Habitacionales</b>	12
<b>Lodge</b>	1

Elaboración propia a partir de datos del catastro del MINTUR 2024

Se evidencia que en su mayoría los centros de hospedaje están compuestas por hostales, seguido de hoteles e inmuebles habitacionales particulares. En todo caso, existe infraestructura para segmentos que apuestan por un turismo de familia y un ambiente de tranquilidad. En lo que respecta a categorías se evidencia la categoría de una estrella como la dominante en el territorio (ver tabla siguiente).

Tabla 3 Categorías de los establecimientos de hospedaje de Olón

Categorías	Número
<b>1 estrella</b>	53
<b>2 estrellas</b>	45
<b>3 estrellas</b>	18
<b>4 estrellas</b>	8
<b>5 estrellas</b>	1
<b>Categoría única</b>	20

Elaboración propia a partir del catastro del MINTUR 2024

En lo que respecta a la gastronomía, esta es uno de los elementos más reconocidos por los turistas. Para Ampuero (2019) la gastronomía local tradicional y fundamentalmente basado en productos de mar genera empleo directo en restaurantes, cafeterías y los puestos de comida, además de activar las cadenas productivas que implican a los pescadores, agricultores y proveedores locales; no obstante, a esta gastronomía le podría venir muy bien establecer procesos de innovación, certificación sanitaria o de diversificación de la oferta gastronómica.

Tabla 4 Establecimientos de alimentación y bebidas en Olón

Categoría	Número
<b>Restaurante</b>	55
<b>Cafetería</b>	6
<b>Bar</b>	10
<b>Discoteca</b>	11

Elaboración propia a partir del catastro del MINTUR 2024

La distribución de centros de alimentos y bebidas está ampliamente compuesta por restaurantes, seguido de otros elementos del ramo, aunque en número es muy inferior, esto demuestra que el destino apuesta por ser un destino diferenciador y la gastronomía es parte de esta diferenciación. Respecto a la categoría, el destino cuenta con establecimientos bajo la categoría de uno y dos tenedores en su mayoría, lo que demuestra que en este aspecto falta un desarrollo de innovación y direccionamiento hacia segmentos interesados en gastronomía basado en servicios y calidad.

Tabla 5 Distribución categórica de los establecimientos A&amp;B en Olón

<b>Categoría</b>	<b>Numero</b>
<b>1 tenedor</b>	30
<b>2 tenedores</b>	22
<b>3 tenedores</b>	3
<b>1 copa</b>	14
<b>2 copas</b>	5
<b>1 taza</b>	5
<b>2 tazas</b>	1

Elaboración propia a partir del catastro del MINTUR 2024

En resumen, Olón tiene un gran potencial turístico y ya ha conseguido activar el desarrollo de su economía local a través del crecimiento sostenido del mismo. Sin embargo, la comuna deberá reforzar su planificación territorial, la capacitación de los habitantes, limitar el crecimiento del ámbito inmobiliario y diversificar la oferta turística y la consolidación de una gobernanza comunitaria que asegure un desarrollo armónico y sostenible. Solo a través de estos esfuerzos será factible avanzar hacia el modelo turístico que impulse el bienestar social, conserve los valores ambientales y culturales del lugar y asegure beneficios en el tiempo para las generaciones futuras.

### **3.2. Percepción y disposición comunitaria hacia el turismo colaborativo**

Los resultados de la investigación de campo evidencian que la comunidad de Olón presenta una alta aceptación, comprensión progresiva y fuerte disposición participativa respecto al turismo colaborativo, posicionándolo como una alternativa viable para fortalecer la diversificación turística del territorio (ver anexos). La percepción comunitaria se caracteriza por una convergencia entre expectativas económicas, identidad cultural y sostenibilidad ambiental.

En primer lugar, se observa un alto nivel de reconocimiento del concepto de turismo colaborativo, un alto porcentaje de los encuestados indica haber escuchado el término colaborativo y así mismo manifiestan que si logran comprenderlo con frecuencia o de manera parcial. Aunque la comprensión conceptual aún necesita fortalecerse, existe una base cognitiva suficiente para impulsar procesos formativos que consoliden competencias locales.

Esta comprensión progresiva se complementa con la identificación de experiencias colaborativas existentes dentro de la comunidad, tales como ferias artesanales, alojamiento local gestionado por familias, guiado comunitario y actividades culturales, lo que evidencia un ecosistema participativo en funcionamiento aun sin una estructura formalizada.

La percepción de viabilidad y pertinencia del turismo colaborativo es altamente positiva: los participantes consideran que este modelo puede implementarse exitosamente en Olón. Este resultado refleja una lectura comunitaria madura respecto a las necesidades actuales del destino, fuertemente dependiente del turismo de sol y playa. En coherencia, los residentes afirman que la diversificación turística es necesaria para fortalecer la resiliencia económica del territorio y superar la estacionalidad.

En términos de disposición comunitaria, los encuestados manifiesta estar dispuesto a participar en iniciativas colaborativas, e indican que estaría dispuesto a capacitarse para desarrollar experiencias turísticas. Esta voluntad no se limita a la participación pasiva; un gran porcentaje expresa estar dispuesto a liderar o integrar actividades culturales, ambientales o comunitarias, demostrando un nivel significativo de agencia local y compromiso con el desarrollo turístico sostenible.

Otro aspecto clave es la percepción del impacto social y cultural del turismo colaborativo. Los encuestados consideran que este modelo fortalece la identidad local, al promover la participación directa de la comunidad en la construcción de experiencias turísticas. De igual manera, sostienen que el turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y visitantes, lo que contribuye a un clima de convivencia armónica y al posicionamiento del destino como espacio de intercambio cultural auténtico.

La comunidad también reconoce el valor económico del modelo, creyendo que la diversificación mediante prácticas colaborativas generaría nuevas oportunidades laborales y permitiría una distribución más equitativa de los beneficios. Este hallazgo refleja una comprensión de que el turismo colaborativo, al democratizar la estructura de participación, abre espacios para que más familias y emprendimientos se integren a la actividad turística.

En el ámbito ambiental, la percepción también es favorable. Las personas consideran que el turismo colaborativo puede contribuir al cuidado del entorno natural, mientras que asocian también con la reducción de la saturación turística, al promover circuitos alternativos y experiencias de bajo impacto que desconcentran la demanda.

Finalmente, la disposición tecnológica y digital es otro indicador relevante: una gran parte de los actores utilizan herramientas digitales para promocionar productos y está dispuesto a usar plataformas colaborativas para gestionar experiencias turísticas

Esto demuestra que la comunidad cuenta con una base digital suficiente para implementar sistemas de promoción, reserva y gestión basados en plataformas. En conjunto, la evidencia empírica demuestra que Olón posee no solo el interés, sino también las capacidades humanas, sociales y tecnológicas para adoptar el turismo colaborativo como modelo complementario al turismo tradicional. La percepción favorable, combinada con una alta disposición participativa, posiciona a Olón como un territorio con potencial para fortalecer su identidad, diversificar su economía y promover un desarrollo turístico sostenible y equitativo.

En este contexto, se puede evidenciar la percepción de los actores turísticos de Olón respecto a la, participación, colaboración e intencionalidad de participar en este modelo de hacer turismo. Por tanto, se presenta los principales resultados obtenidos del trabajo de campo con los actores del destino implicado.

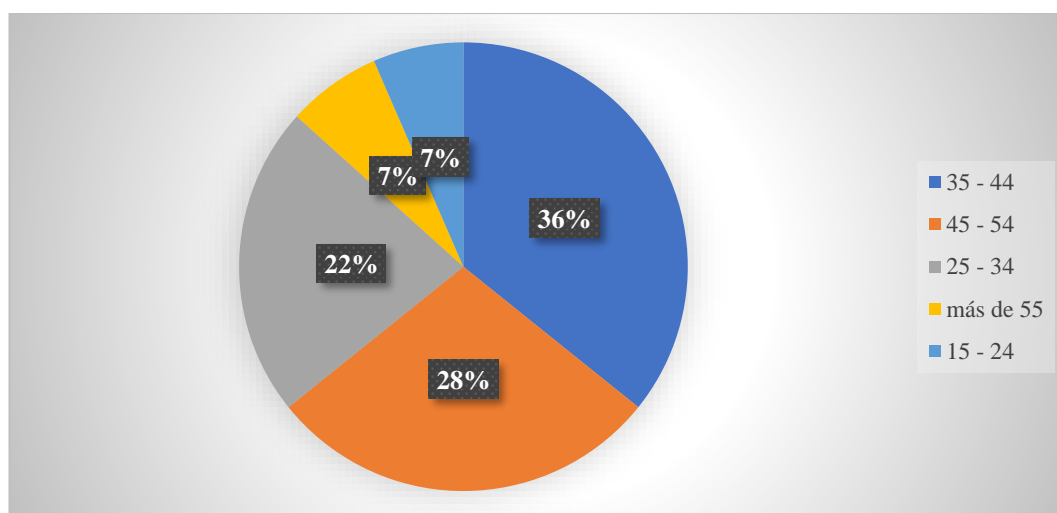
### 3.2.1. Resultados respecto a la percepción sobre el turismo colaborativo en Olón

Tabla 6 Edad de los residentes de Olón.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
35 – 44	137	36
45 – 54	109	28
25 – 34	86	22
más de 55	26	7
15 – 24	26	7

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 1 Edad de los residentes de Olón.



Elaboración propia. 2025

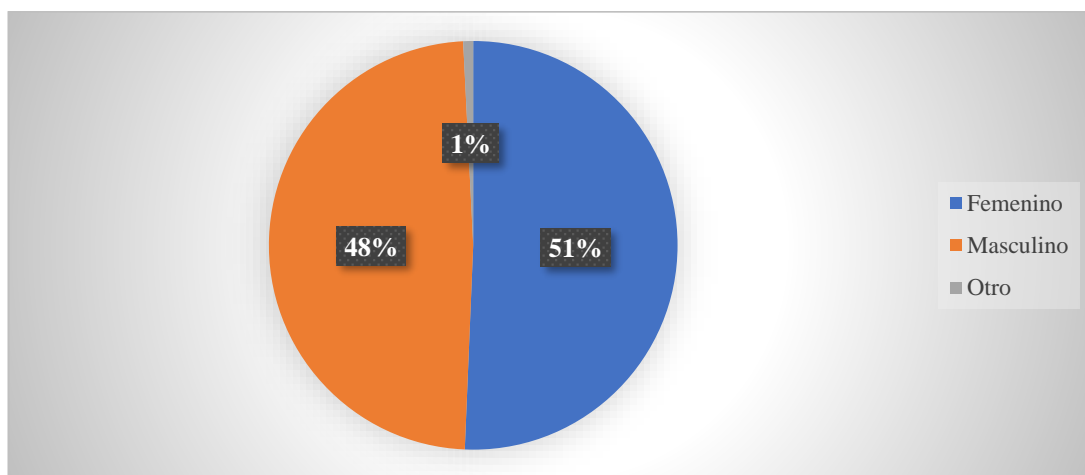
La población encuestada es mayoritariamente adulta, económicamente activa, con capacidad de participar e intervenir en modelos de turismo colaborativo. La baja participación juvenil implica un reto para integrar a jóvenes en proyectos turísticos.

Tabla 7 Sexo de los residentes de Olón.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>Femenino</b>	194	51
<b>Masculino</b>	186	48
<b>Otro</b>	4	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 2 Sexo de los residentes de Olón



Elaboración propia. 2025

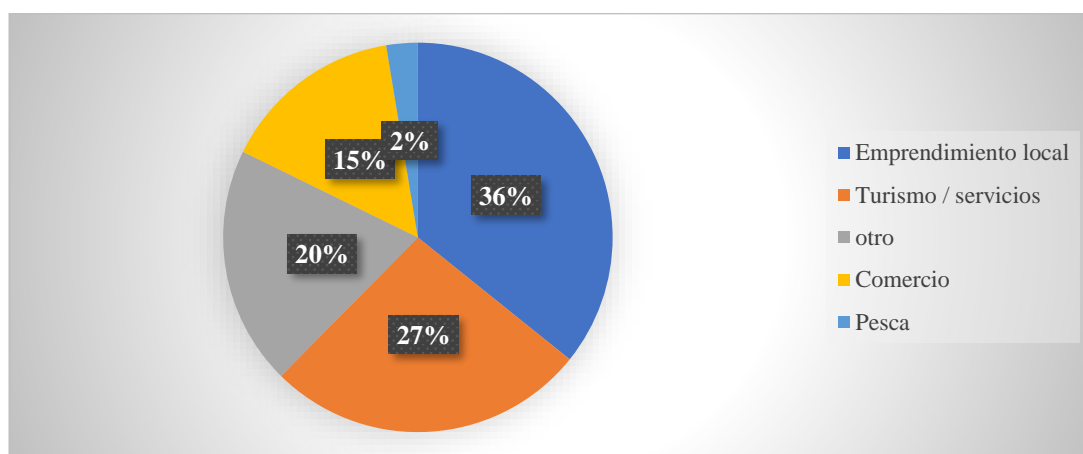
La participación equilibrada permite obtener una visión paritaria sobre el turismo colaborativo. La categoría “Otro” (1%) refleja inclusión, aunque en baja proporción. Estos resultados denotan que las acciones de generación de productos o intervenciones en el territorio deberán ser pensados para los dos géneros, en virtud de que se trata de un destino equiparado en cuento a segmentos hombre y mujer.

Tabla 8 Ocupación principal de los residentes y actores turísticos de Olón.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>Emprendimiento local</b>	137	36
<b>Turismo / servicios</b>	102	27
<b>Otro</b>	76	20
<b>Comercio</b>	58	15
<b>Pesca</b>	11	2

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 3 Ocupación principal de los residentes y actores turísticos de Olón



Elaboración propia. 2025

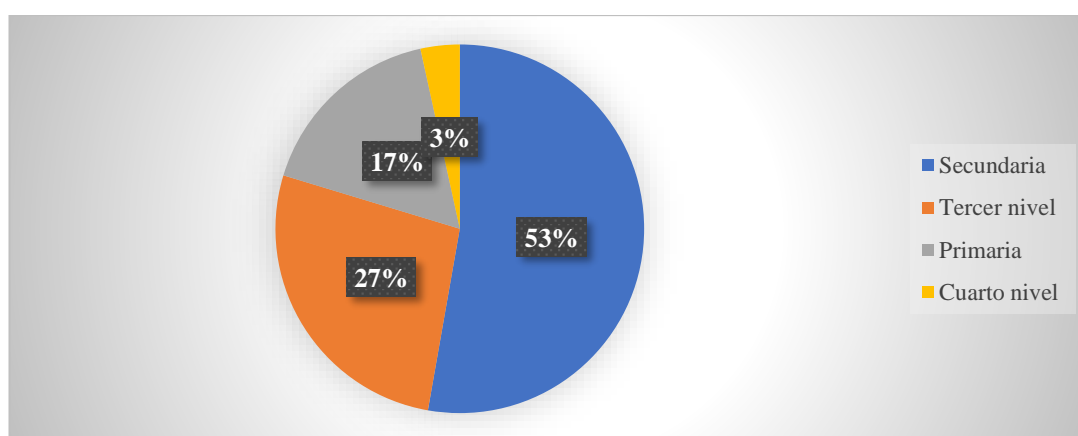
Más del 60% tienen actividades vinculadas directa o indirectamente al turismo, lo cual indica un contexto altamente dependiente del sector. Esto favorece la adopción de modelos colaborativos, ya que la comunidad posee experiencia previa en atención turística. El comercio y la pesca son elementos considerables en porcentajes, estos deberán ser considerados en programas o productos a generarse en el destino

Tabla 9 Nivel de educación del residente de Olón.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Secundaria</b>	201	53
<b>Tercer nivel</b>	102	27
<b>Primaria</b>	66	17
<b>Cuarto nivel</b>	15	3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 4 Nivel educativo de los residentes de Olón



Elaboración propia. 2025

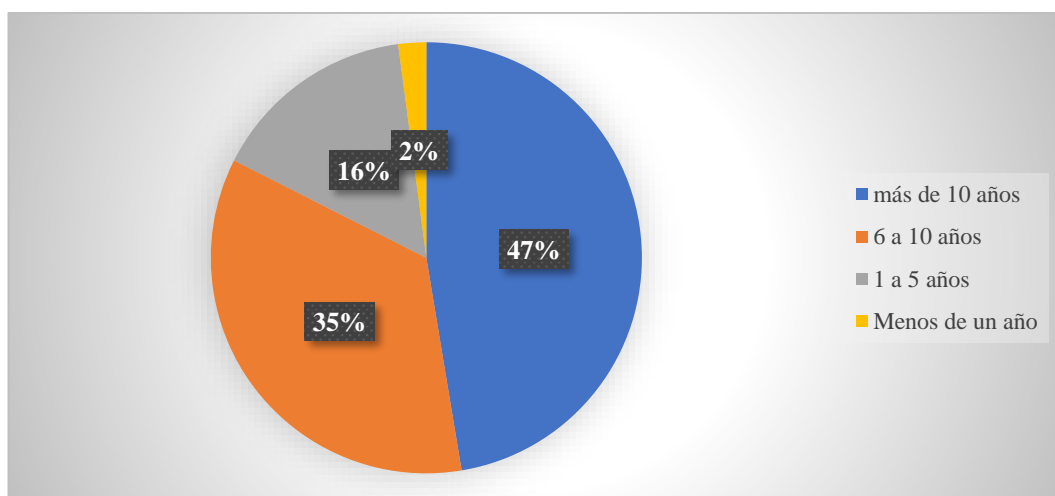
Existe una base educativa de nivel medio, suficiente para desarrollar procesos de capacitación en turismo colaborativo. El 26% con estudios superiores evidencia un capital humano capaz de liderar iniciativas comunitarias. Estos datos revelan que el destino tiene un potencial fuerte respecto al recurso humano, el nivel medio implica que estamos frente a una población que se prepara para enfrentar las adversidades del turismo y, el nivel superior se convierte en la base para generar a partir de estas estrategias de formación.

Tabla 10 Tiempo de residencia en Olón.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>más de 10 años</b>	181	47
<b>6 a 10 años</b>	134	35
<b>1 a 5 años</b>	60	16
<b>Menos de un año</b>	9	2

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 5 Tiempo de residencia en Olón.



Elaboración propia. 2025

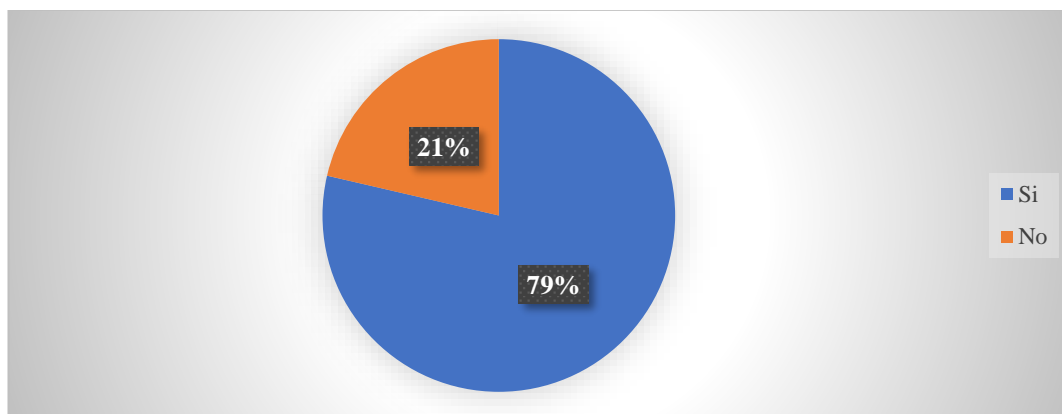
Los datos reflejan que la población encuestada, en su mayoría ha vivido en Olón más de una década, lo que garantiza conocimiento profundo del territorio, arraigo cultural, compromiso con el bienestar comunitario, siendo clave para el éxito de proyectos colaborativos y diversificación turística. Sin embargo, es importante considerar los porcentajes de las poblaciones más recientes, lo que implica que podrían tener nuevas iniciativas traídos de lugares previos al de Olón.

Tabla 11 ¿Ha escuchado antes el término turismo colaborativo?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	302	79
<b>No</b>	82	21

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 6 ¿Ha escuchado antes el término turismo colaborativo?



Elaboración propia. 2025

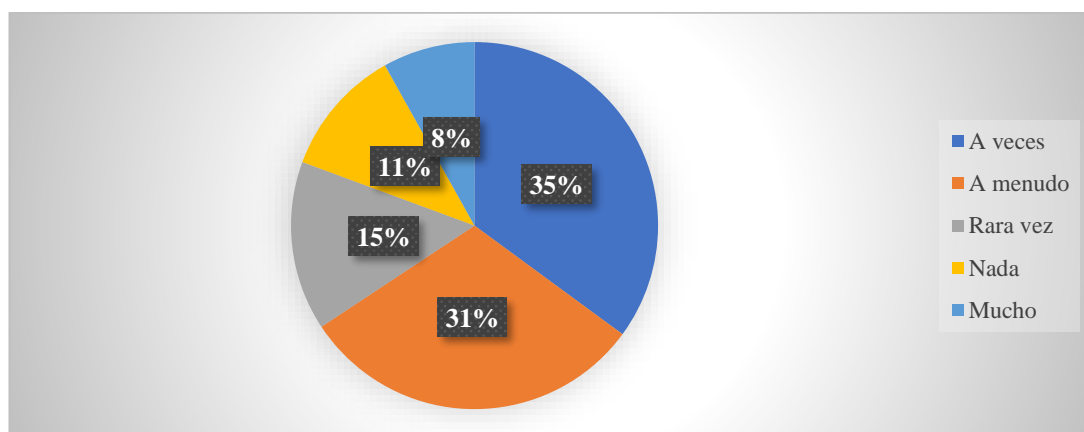
Existe un alto nivel de familiaridad inicial, lo que hace viable la implementación del modelo. Sin embargo, el entendimiento se debe al rose con diversos segmentos que buscan en Olón satisfacción de necesidades de distintas maneras, esto implica que tanto los anfitriones y visitantes conjuguen la manera de generar experiencia y de un aprendizaje mutuo.

Tabla 12 ¿Considera que comprende qué significa el turismo colaborativo?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>A veces</b>	134	35
<b>A menudo</b>	118	30
<b>Rara vez</b>	58	15
<b>Nada</b>	43	11
<b>Mucho</b>	31	8

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 7 ¿Considera que comprende qué significa el turismo colaborativo?



Elaboración propia. 2025

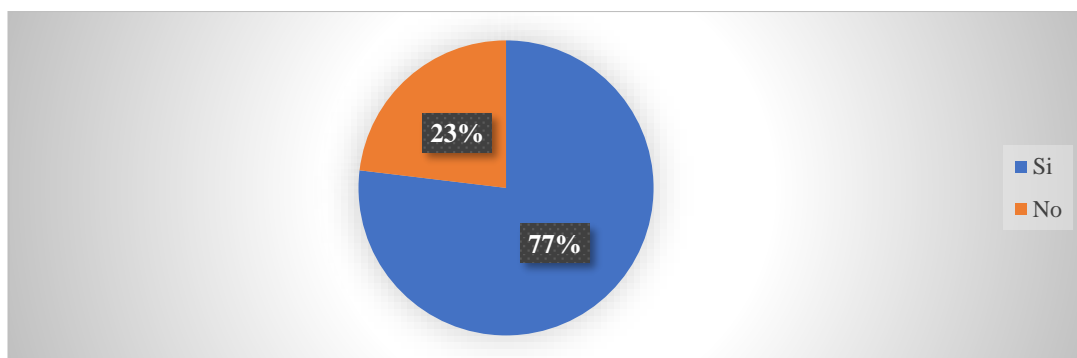
Aunque muchos han escuchado el termino, poco pueden explicarlo con precisión. Esto señala la necesidad de capacitaciones y talleres conceptuales para consolidar un modelo colaborativo. Este punto es el justificativo para generar estrategias que conjugue en la formación del talento humano y generar una hospitalidad de destino y un anfitrión más humano y preparado.

Tabla 13 ¿Conoce ejemplos de actividades colaborativas en Olón?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	295	77
<b>No</b>	89	23

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 8 ¿Conoce ejemplos de actividades colaborativas en Olón?



Elaboración propia. 2025

La comunidad identifica experiencias ya existentes, lo cual es una base sólida para ampliar la oferta colaborativa. El 77 % que es una mayoría está implicado en actividades turísticas y de alguna manera y de forma empírica esta inmiscuida en actividades que tiene relación con turismo colaborativo.

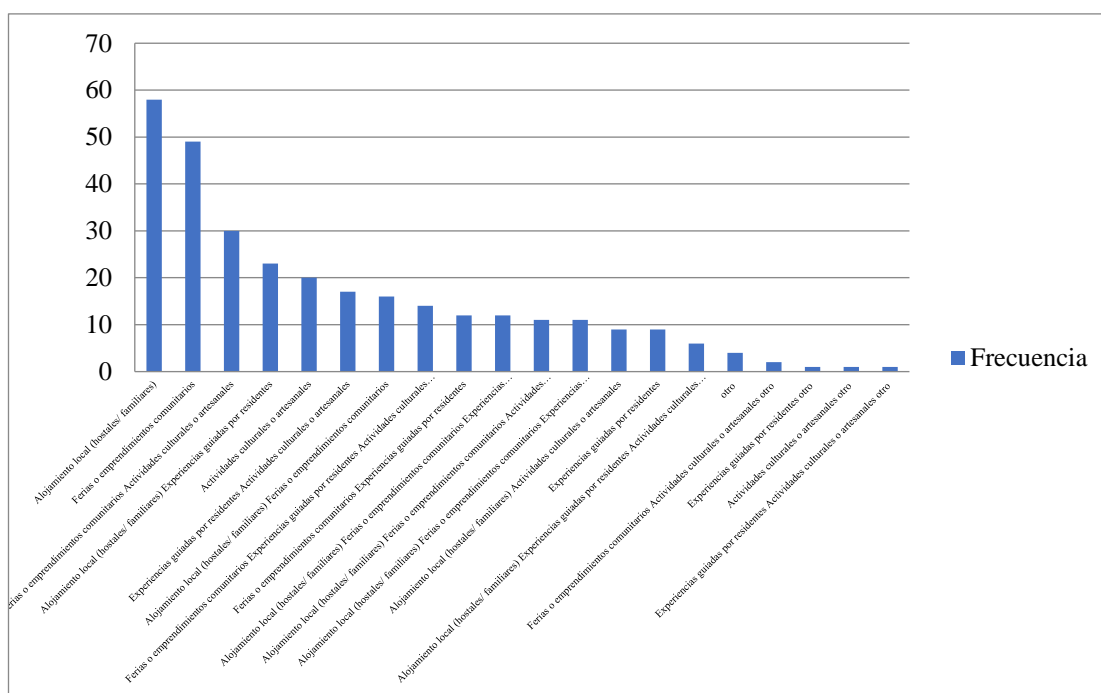
Tabla 14 Si responde sí, indique cuáles.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento local (hostales/ familiares)	58	19
Ferias o emprendimientos comunitarios	49	16
Ferias o emprendimientos comunitarios	30	9,8
Actividades culturales o artesanales		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	23	7,5
Experiencias guiadas por residentes		
Actividades culturales o artesanales	20	6,5
Experiencias guiadas por residentes	17	5,6
Actividades culturales o artesanales		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	16	5,2
Ferias o emprendimientos comunitarios		
Ferias o emprendimientos comunitarios	14	4,6
Experiencias guiadas por residentes		
Actividades culturales o artesanales		
Ferias o emprendimientos comunitarios	12	3,9
Experiencias guiadas por residentes		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	12	3,9
Ferias o emprendimientos comunitarios		
Experiencias guiadas por residentes		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	11	3,6
Ferias o emprendimientos comunitarios		
Actividades culturales o artesanales		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	11	3,6
Ferias o emprendimientos comunitarios		
Experiencias guiadas por residentes		
Actividades culturales o artesanales		
Alojamiento local (hostales/ familiares)	9	2,9
Actividades culturales o artesanales		
Experiencias guiadas por residentes	9	2,9

Alojamiento local (hostales/ familiares)	6	2
Experiencias guiadas por residentes		
Actividades culturales o artesanales		
otro	4	1,3
Ferias o emprendimientos comunitarios	2	0,7
Actividades culturales o artesanales otro		
Experiencias guiadas por residentes otro	1	0,3
Actividades culturales o artesanales otro	1	0,3
Experiencias guiadas por residentes	1	0,3
Actividades culturales o artesanales otro		

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 9 Si responde sí, indique cuáles.



Elaboración propia. 2025

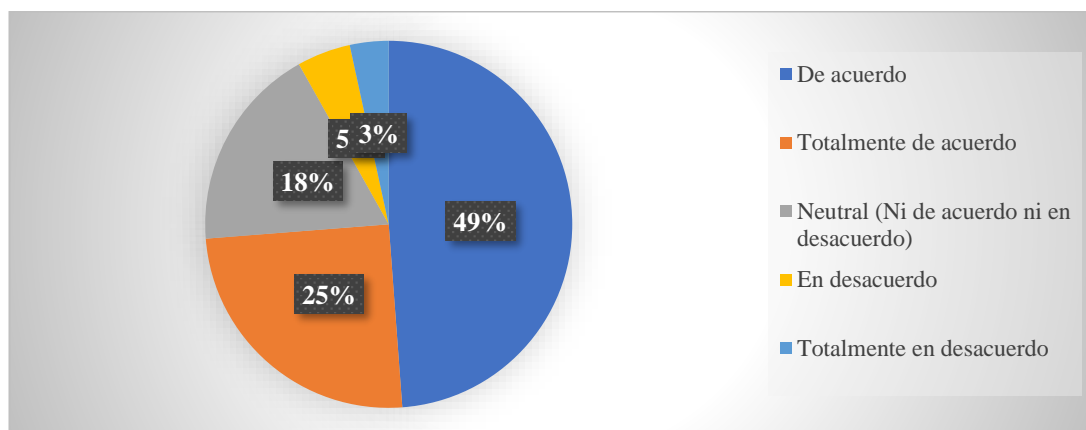
Olón ya practica turismo colaborativo de forma natural. Esto confirma que el proyecto investigativo no crea algo nuevo, sino que fortalece procesos existentes. La alta participación en emprendimientos, negocios relacionados con turismo como el hospedaje, la alimentación, la operación y la guianza, da la certeza de que el turismo colaborativo no se sentará sobre cimientos inexistentes, más bien que cualquier actividad del nuevo modelo se fortalecerá en un destino con experiencias previas.

Tabla 15 Olón depende principalmente del turismo de sol y playa.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>De acuerdo</b>	187	49
<b>Totalmente de acuerdo</b>	96	25
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	69	18
<b>En desacuerdo</b>	19	5
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	13	3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 10 Olón depende principalmente del turismo de sol y playa.



Elaboración propia. 2025

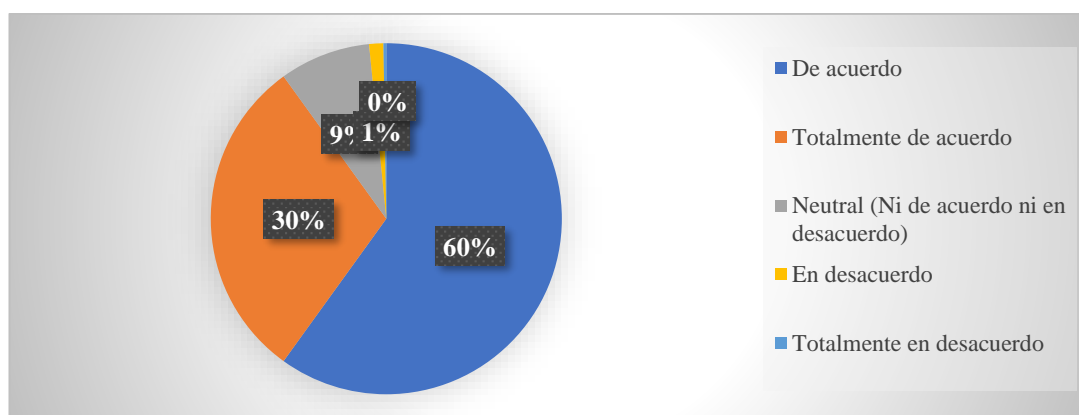
La comunidad reconoce una dependencia alta del turismo tradicional, lo que genera vulnerabilidad económica por aspectos propios del modelo turístico como la estacionalidad y las exigencias altas de mercado y una competencia de destinos mejor perradas y competitivos. Justifica plenamente la necesidad de diversificación.

Tabla 16 El destino necesita diversificar su oferta turística.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>De acuerdo</b>	230	60
<b>Totalmente de acuerdo</b>	115	30
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	33	9
<b>En desacuerdo</b>	5	1
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 11 El destino necesita diversificar su oferta turística.



Elaboración propia. 2025

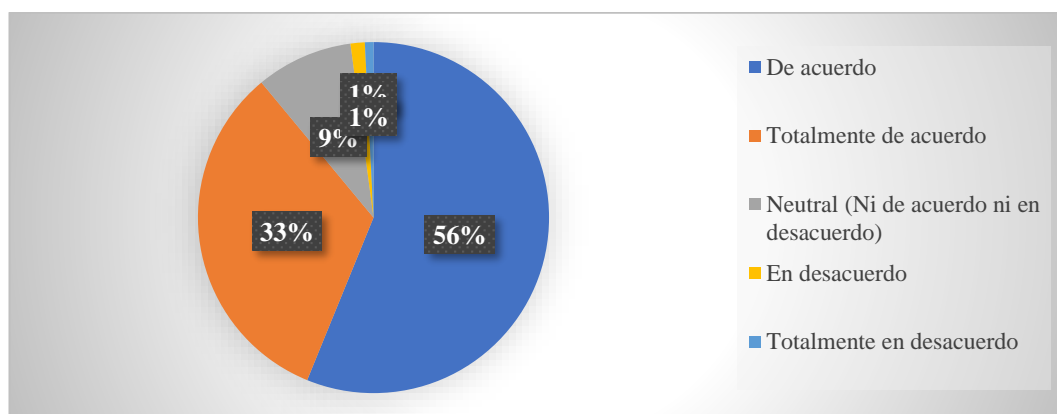
Existe consenso casi absoluto. La diversificación es vista como una prioridad local. El alto porcentaje de actores coinciden de que el destino debe diversificar, sin embargo, esta diversificación debe estar ligada a las tendencias de mercado para poder enfrentar las diversas necesidades de los turistas.

Tabla 17 La comunidad está preparada para ofrecer nuevas experiencias turísticas.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>De acuerdo</b>	214	56
<b>Totalmente de acuerdo</b>	126	33
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	36	9
<b>En desacuerdo</b>	4	1
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	4	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 12 La comunidad está preparada para ofrecer nuevas experiencias turísticas.



Elaboración propia. 2025

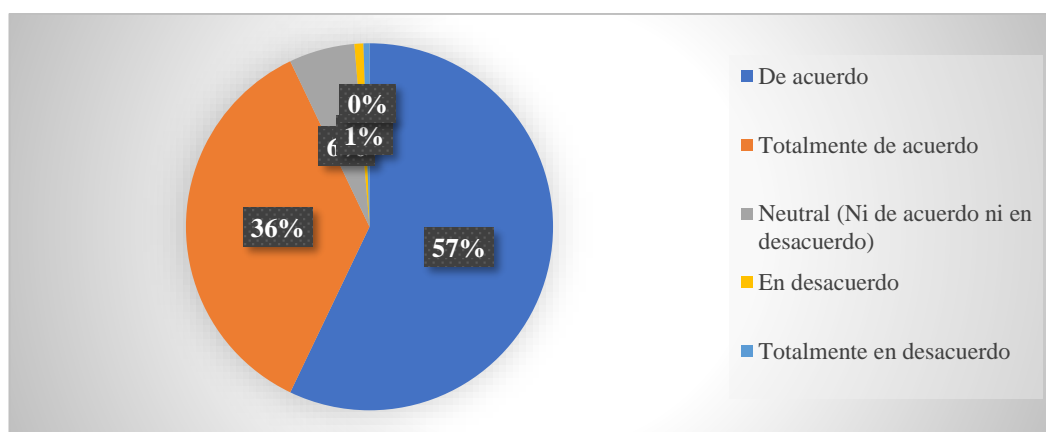
Un alto porcentaje de actores encuestados consideran que Olón está preparado o muy preparado para emprender y ofrecer nuevas experiencias turísticas, lo que evidencia capacidad operativa. Aduciendo que el turismo colaborativo implica experiencia a partir de compartir con los anfitriones, esta debe abrir camino en generar nuevas experiencias como estrategia para sobrevivir y lograr competitividad dentro de un mercado saturado

Tabla 18 La diversificación mejoraría los ingresos de los residentes.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>De acuerdo</b>	217	57
<b>Totalmente de acuerdo</b>	138	36
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	24	6
<b>En desacuerdo</b>	3	1
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	2	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 13 La diversificación mejoraría los ingresos de los residentes.



Elaboración propia. 2025

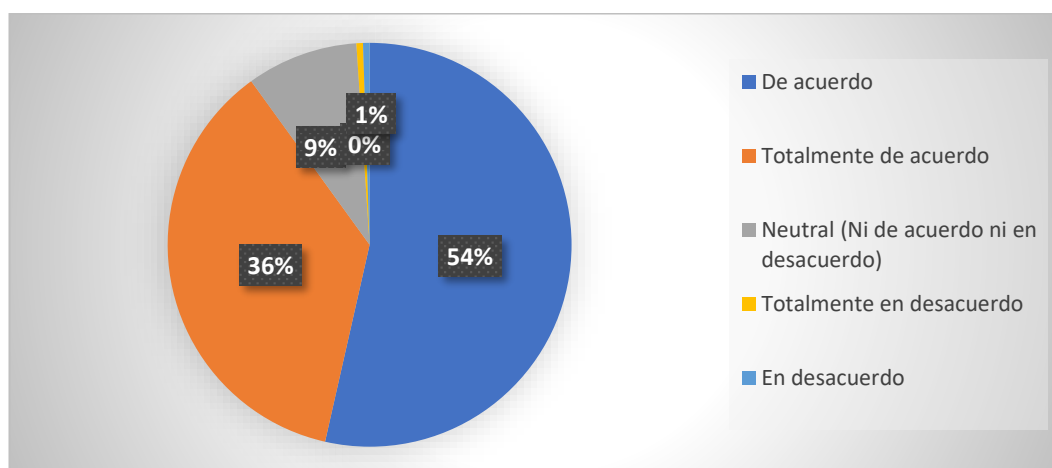
Los datos conllevan a reconocer el impacto económico directo del turismo colaborativo, lo que se vuelve un aliciente para aliviar la temporalidad de los destinos de sol y playa. Diversificar en un nuevo modelo y actividades de turismo ligado a esta nueva forma de hacer turismo llevaría a convertirse en un destino sostenible y como consecuencia estabilidad en los ingresos.

Tabla 19 Le gustaría que Olón implemente proyectos de turismo colaborativo.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	205	54
<b>Totalmente de acuerdo</b>	140	36
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	35	9
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	3	1
En desacuerdo	1	0,001

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 14 Le gustaría que Olón implemente proyectos de turismo colaborativo.



Elaboración propia. 2025

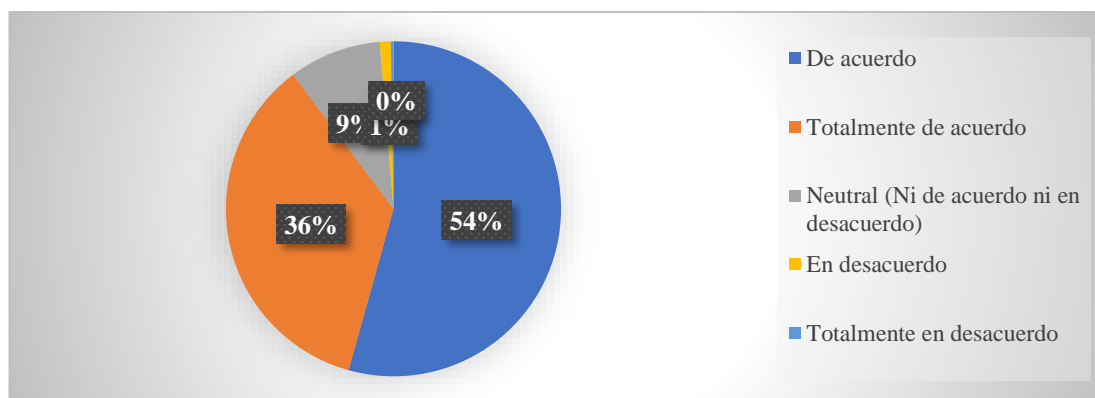
Entre las dos primeras opciones se genera una alta intencionalidad comunitaria positiva sobre la implementación de proyectos sobre la base de turismo colaborativo. Estos mismos datos revelan y garantiza un respaldo social de los actores hacia los proyectos y, específicamente al proyecto de turismo colaborativo.

Tabla 20 Estaría dispuesto (a) a participar en actividades colaborativas con turistas.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>De acuerdo</b>	207	54
<b>Totalmente de acuerdo</b>	135	36
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	36	9
<b>En desacuerdo</b>	5	1
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 15 Estaría dispuesto(a) a participar en actividades colaborativas con turistas.



Elaboración propia. 2025

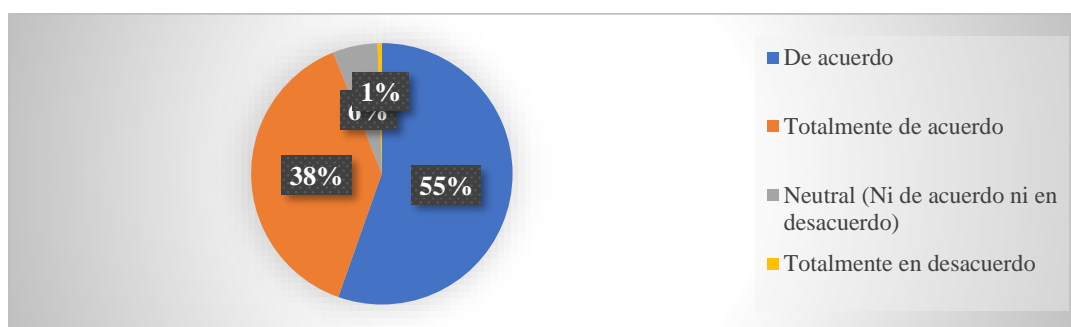
El alto porcentaje entre las dos primeras posibilidades demuestra la intencionalidad de participar en acciones y proyectos de turismo colaborativo. El estar predispuesto a trabajar, emprender y participar en esta nueva forma de hacer turismo genera una garantía de que las propuestas que se generen en el destino serán acogida y empoderada por los actores.

Tabla 21 Considero que el turismo colaborativo puede fortalecer la identidad local.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	210	55
Totalmente de acuerdo	149	38
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	22	6
Totalmente en desacuerdo	3	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 16 Considero que el turismo colaborativo puede fortalecer la identidad local.



Elaboración propia. 2025

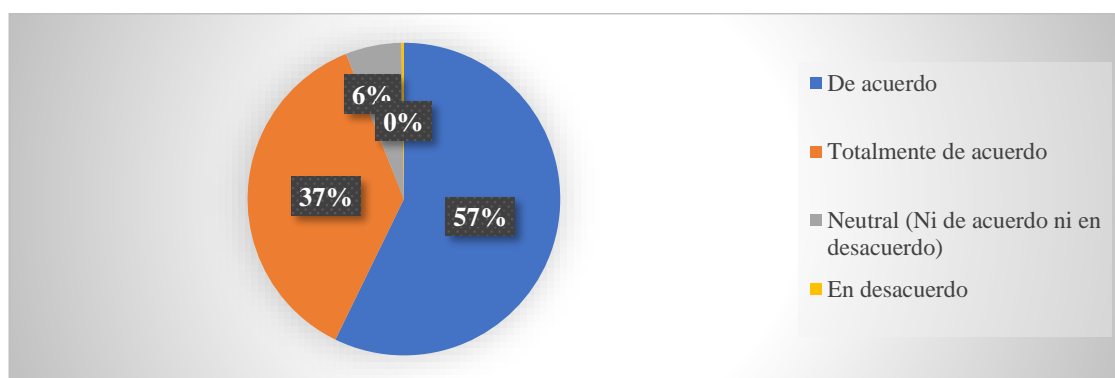
El turismo colaborativo es visto no solo como una alternativa económica, sino también cultural. El porcentaje alto en aceptar que el turismo colaborativo puede fortalecer la cultura debe ir más allá del simple hecho de aceptar la cultura como es y lo que existe, la aceptabilidad de la población debe servir para indagar más allá y revitalizar los elementos culturales, ponerlos en valor y generar nuevos productos.

Tabla 22 El turismo colaborativo puede generar nuevas oportunidades laborales.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	219	57
Totalmente de acuerdo	143	37
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	21	6
En desacuerdo	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 17 El turismo colaborativo puede generar nuevas oportunidades laborales.



Elaboración propia. 2025

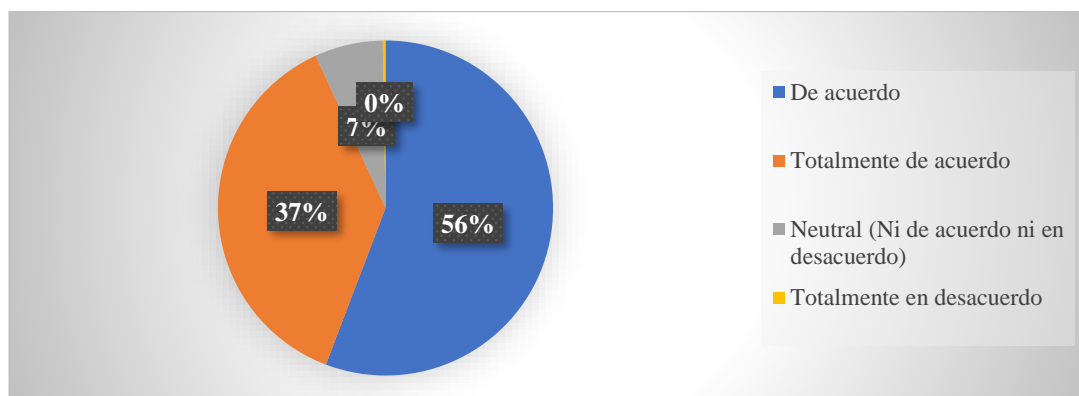
El modelo colaborativo se entiende como un impulsor del empleo local, pero más allá de generar empleo lo que es apreciado por la localidad, este nuevo empleo debe ser generado por el propio actor turístico, un empleo muy ligado con la responsabilidad social y ambiental. Esto significaría una preparación para los aspirantes a empleos ya que se trataría de un empleo con habilidades sostenibles, consientes y resilientes.

Tabla 23 El turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y turistas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>De acuerdo</b>	214	56
<b>Totalmente de acuerdo</b>	142	37
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	27	7
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 18 El turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y turistas.



Elaboración propia. 2025

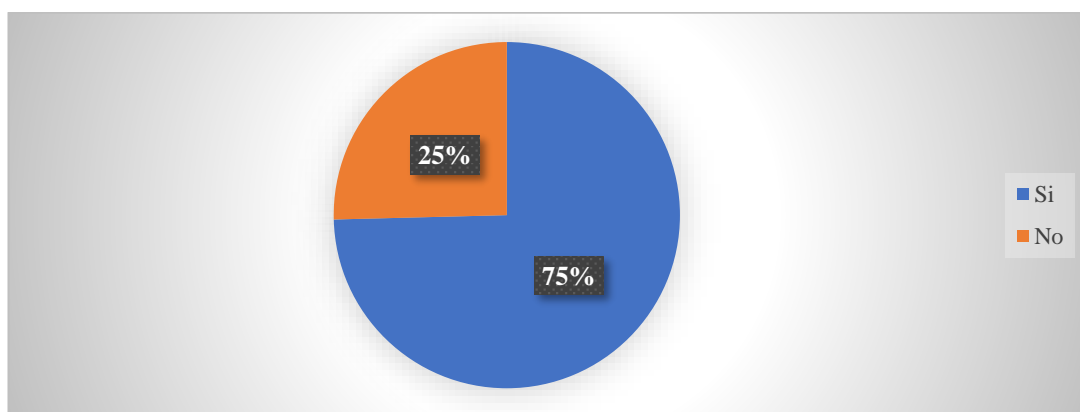
La comunidad percibe el turismo colaborativo como herramienta de cohesión social y de fortalecimiento de cultura propia y el aprendizaje mutuo de otras culturas. La aceptación de que el turismo colaborativo fortalece las relaciones implica que hay intencionalidad de ser mejores anfitriones, por lo que sería necesario generar procesos de capacitación en este sentido.

Tabla 24 ¿Utiliza Internet o redes sociales para promocionar actividades o negocios?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	289	75
No	95	25

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 19 ¿Utiliza Internet o redes sociales para promocionar actividades o negocios?



Elaboración propia. 2025

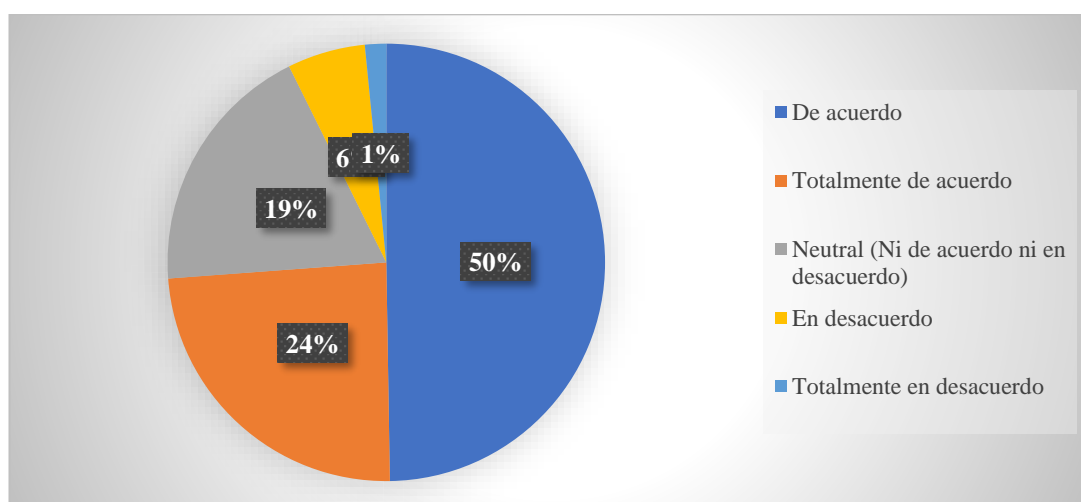
El uso del internet es alto en las poblaciones turísticas y demás, esto permite en la actualidad usar en propósitos de gestionar de alguna manera el negocio, principalmente con el uso de las redes sociales y la promoción de los productos. Un alto porcentaje de aceptabilidad sobre el uso del internet y lo que implica esto, genera una base digital sólida para promover experiencias colaborativas mediante plataformas.

Tabla 25 ¿Considera que la comunidad tiene acceso suficiente a herramientas digitales para promover actividades colaborativas?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>De acuerdo</b>	191	50
<b>Totalmente de acuerdo</b>	92	24
<b>Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)</b>	73	19
<b>En desacuerdo</b>	22	6
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	6	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 20 ¿Considera que la comunidad tiene acceso suficiente a herramientas digitales para promover actividades colaborativas?



Elaboración propia. 2025

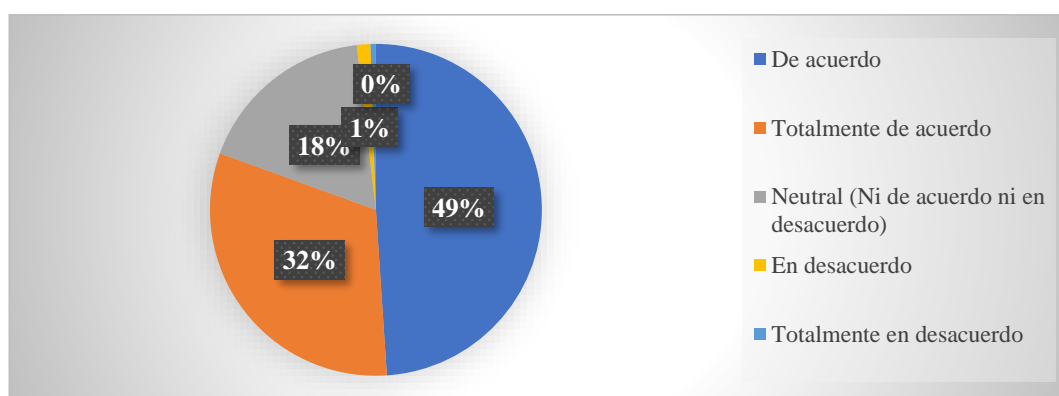
La conectividad y recursos tecnológicos permiten implementar modelos online de turismo colaborativo. El internet y los elementos que implican esto están arraigado en el mundo entero, aunque la brecha digital se ha disminuido, su uso adecuado es insuficiente. Sin embargo, un porcentaje alto aduce de encuestados aduce que, si tiene el acceso y pueden promover las actividades turistas con esta accesibilidad, no obstante, es necesario pensar en la capacitación para el uso correcto.

Tabla 26 ¿Estaría dispuesto(a) a usar plataformas digitales para compartir actividades turísticas locales?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	188	49
Totalmente de acuerdo	121	32
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	68	18
En desacuerdo	5	1
Totalmente en desacuerdo	2	0,2

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 21 ¿Estaría dispuesto(a) a usar plataformas digitales para compartir actividades turísticas locales?



Elaboración propia. 2025

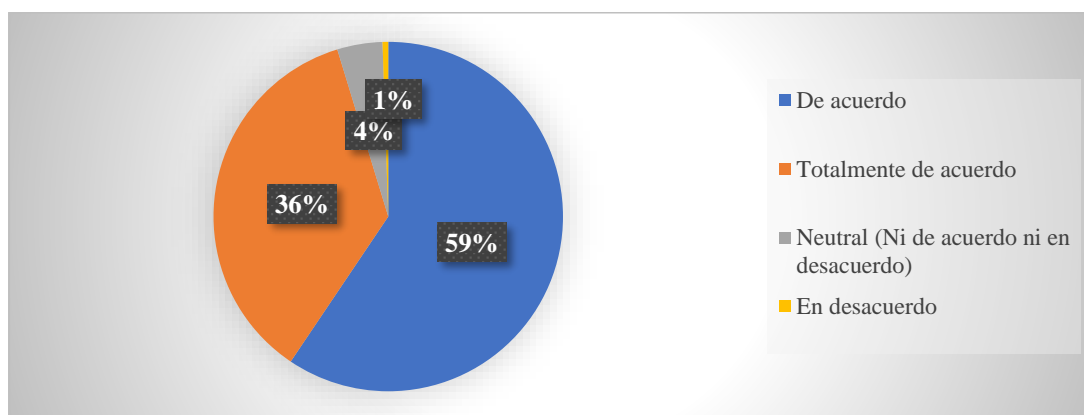
Los datos muestran que hay predisposición digital suficiente para construir comunidades virtuales de experiencias. La predisposición a usar plataformas digitales es una oportunidad para el destino en el reto de impulsar el turismo colaborativo ya que esta toma como base plataformas por donde contratar hospedaje alimentación y demás servicios relacionados.

Tabla 27 El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	227	59
Totalmente de acuerdo	139	36
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	16	4
En desacuerdo	2	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 22 El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local



Elaboración propia. 2025

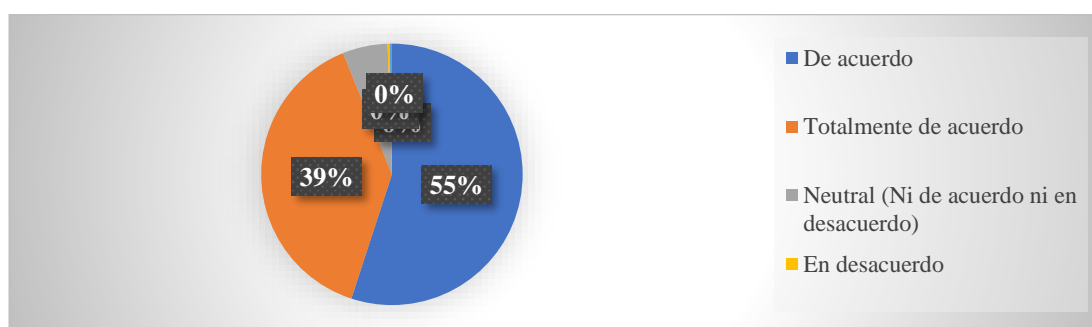
El turismo colaborativo se percibe como herramienta para evitar pérdida de identidad y fortalecer lo existente y, más allá esta sería una oportunidad para indagar en lo perdido y revitalizarlo. En todo caso, un gran porcentaje de encuestados piensan en la conservación de la cultura al momento de escoger esta opción de esta totalmente y de acuerdo.

Tabla 28 El turismo colaborativo podría contribuir al cuidado del entorno natural.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	208	55
Totalmente de acuerdo	150	39
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	24	5
En desacuerdo	1	0,3
Totalmente en desacuerdo	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 23 El turismo colaborativo podría contribuir al cuidado del entorno natural.



Elaboración propia. 2025

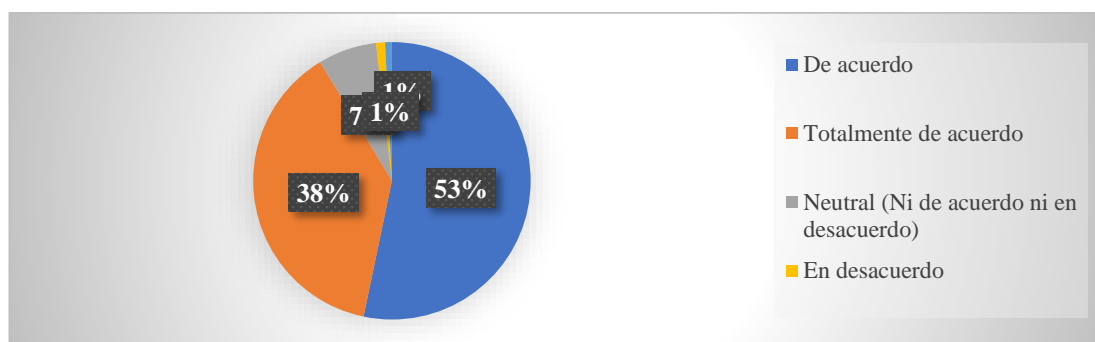
Existe clara visión ambientalista ligada al modelo colaborativo. Una alta aceptación en la encuesta implica que hay conciencia y está muy ligada al destino en el que se desarrollan. Al ser Olón un Rincón Mágico, esta tiene peculiaridades de ser un destino sostenible lo que genera identificación de los actores con el destino.

Tabla 29 El l turismo colaborativo podría reducir la saturación turística en temporada alta.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	203	53
Totalmente de acuerdo	145	38
Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	28	7
En desacuerdo	4	1
Totalmente en desacuerdo	4	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 24 El l turismo colaborativo podría reducir la saturación turística en temporada alta.



Elaboración propia. 2025

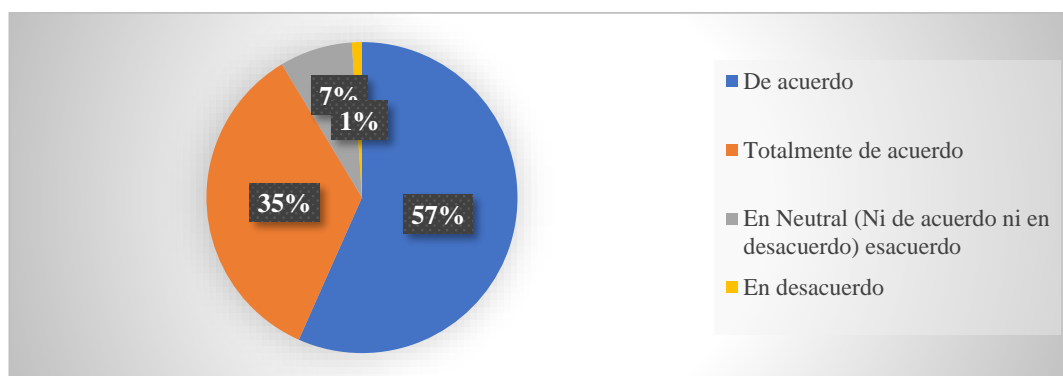
La diversificación desconcentraría visitantes, aliviando presión sobre Olón en temporada alta. Pero lo más importante que esta propuesta de turismo colaborativo podría generar oportunidades de atraer segmentos en temporadas de escasas. Un alto porcentaje de respuestas favorables no solo implica aceptación si no también genera perspectivas de enfrentar la saturación.

Tabla 30 La comunidad de Olón recibiría beneficios distribuidos de manera más equitativa.

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	217	57
Totalmente de acuerdo	134	35
En Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	29	7
En desacuerdo	4	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 25 La comunidad de Olón recibiría beneficios distribuidos de manera más equitativa.



Elaboración propia. 2025

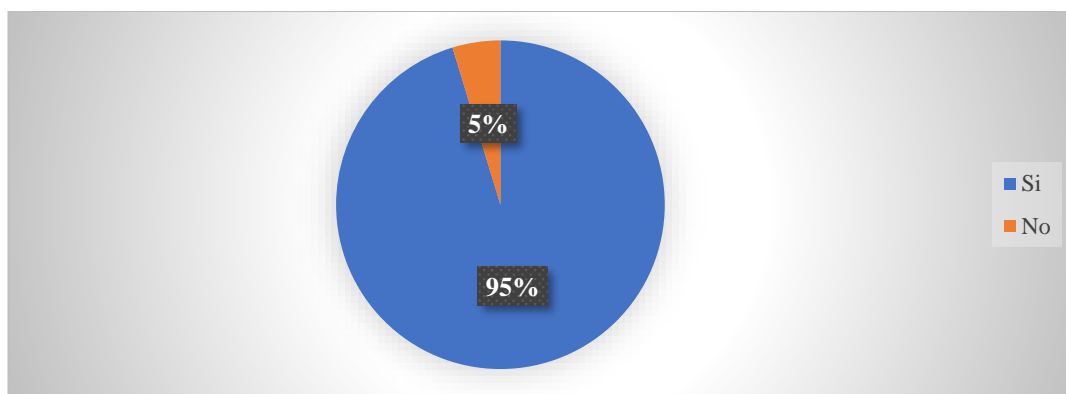
Las respuestas de los actores a la encuesta se asocian al modelo con justicia social y redistribución económica. Más del 90% de actores aducen que Olón recibiría beneficios equitativos y mejor distribuidos estarán los beneficios para la población local.

Tabla 31 ¿Participaría en capacitaciones sobre turismo colaborativo?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	365	95
<b>No</b>	19	5

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 26 ¿Participaría en capacitaciones sobre turismo colaborativo?



Elaboración propia. 2025

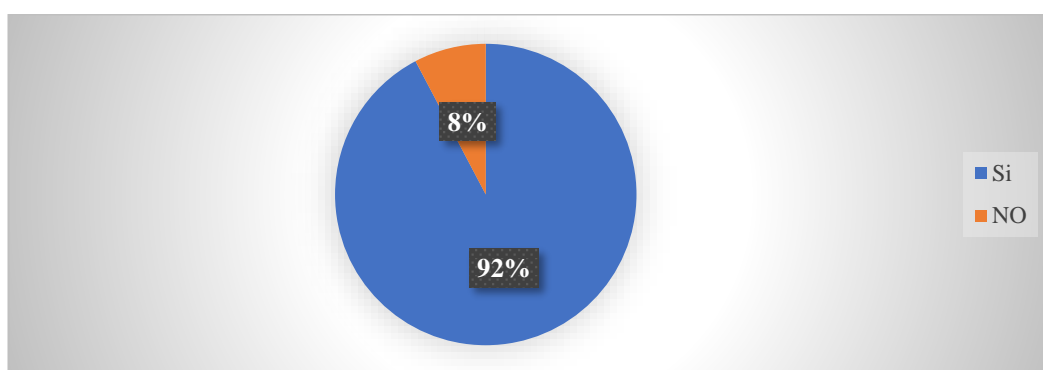
Se denota una gran disposición a formarse en el tema, elemento clave para la sostenibilidad del modelo. El 95% de personas están predispuestos a formarse y esto se debe a que están conscientes que para ser competitivos la capacitación es la base.

Tabla 32 ¿Estaría dispuesto(a) a ofrecer experiencias culturales o ambientales a turistas?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	352	92
<b>NO</b>	32	8

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 27 ¿Estaría dispuesto(a) a ofrecer experiencias culturales o ambientales a turistas?



Elaboración propia. 2025

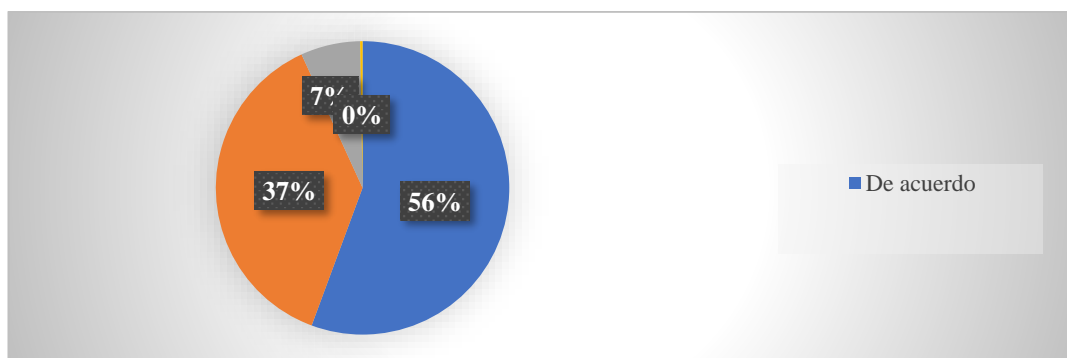
Casi en su totalidad los actores están dispuestos a participar y ofrecer experiencias a los visitantes, experiencias desde sus ámbitos de acción, es decir: hospedaje, operación, alimentación y demás emprendimientos relacionados. Hay oferta potencial inmediata para estructurar productos colaborativos.

Tabla 33 ¿Apoyaría iniciativas comunitarias de turismo colaborativo?

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De acuerdo	214	56
Muy de acuerdo	143	37
En Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)	26	7
En desacuerdo	1	0,3

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 28 ¿Apoyaría iniciativas comunitarias de turismo colaborativo?



Elaboración propia. 2025

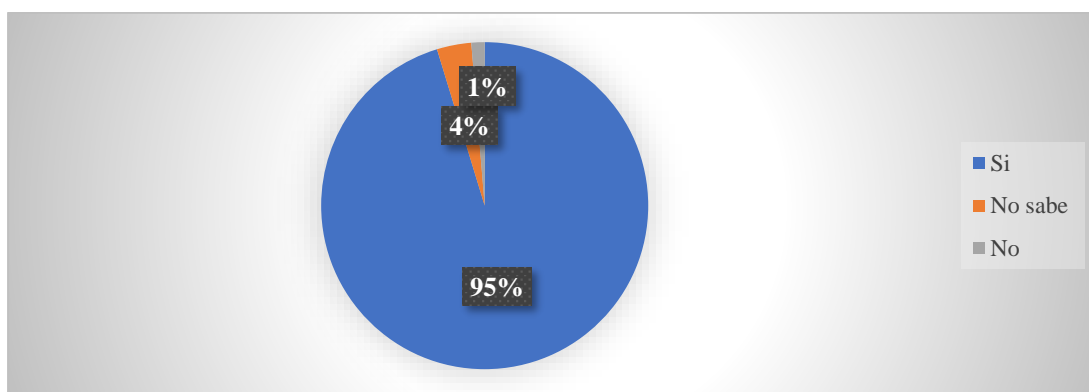
Más del cincuenta por ciento están de acuerdo en apoyar iniciativas respecto a turismo comunitario colaborativo, de hecho, el modelo cuenta con legitimidad social amplia, donde los actores deciden en pro de mejorar sus ingresos y de ser competitivos como negocio y como destino.

Tabla 34 En general, ¿considera viable implementar un modelo de turismo colaborativo en Olón?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	365	95
No sabe	14	4
No	5	1

Elaboración propia a partir de datos recolectados en el campo. 2025

Figura 29 En general, ¿considera viable implementar un modelo de turismo colaborativo en Olón?



Elaboración propia. 2025

El turismo colaborativo es percibido como completamente viable, con aceptación comunitaria casi total, infraestructura social adecuada y disposición activa para implementar un modelo diversificado.

### **3.3. Propuesta estratégica para fortalecer el turismo colaborativo en Olón**

Este acápite permitirá enrumbar las acciones para fortalecer el turismo colaborativo en el medio y largo plazo, en ella se detallan elementos de creación de productos, innovación y de incursión tecnológica. Las acciones propuestas responden a la alta aceptación comunitaria, las capacidades detectadas en Olón, la necesidad de diversificación y las tendencias internacionales del turismo colaborativo. Su implementación progresiva permitirá consolidar a Olón como un modelo de destino sostenible, diverso, digitalmente accesible y gestionado por su propia comunidad. En este contexto, se presenta los diversos programas que permitirá a Olón fortalecer el turismo colaborativo.

La propuesta consta de 12 programas con sus objetivos de ejecución y la justificación necesaria basada en los resultados del trabajo de campo:

**Tabla 35 Programas basados en los resultados del trabajo de campo**

N°	Programa / Estrategia	Objetivo del programa	Acciones principales	Actores responsables	Horizonte temporal	Indicadores de cumplimiento
1	<b>Programa de Capacitación Comunitaria en Turismo Colaborativo</b>	Fortalecer capacidades locales en atención al visitante, sostenibilidad y uso de plataformas digitales	Talleres de atención al cliente, narrativa cultural y hospitalidad Formación en redes sociales y plataformas colaborativas Capacitación en gestión de experiencias turísticas comunitarias	Comité de Turismo Colaborativo MINTUR Universidades Municipio	Corto plazo	N° de talleres ejecutados N° de participantes capacitados % de satisfacción de los participantes
2	<b>Creación del Circuito Colaborativo de Olón</b>	Organizar experiencias existentes en una ruta integrada autogestionada	Integración de ferias artesanales• Talleres de cocina local Caminatas guiadas comunitarias Visitas a talleres, huertos y fincas Actividades de conservación ambiental	Comunidad Comité Turístico Junta Parroquial	Corto plazo	N° de experiencias integradas N° de visitantes al circuito Nivel de satisfacción del turista
3	<b>Plataforma Digital Comunitaria</b>	Crear una presencia digital unificada para la promoción del turismo colaborativo	Diseño de página web/micrositio Catálogo digital de experiencias Agenda de eventos comunitarios Sistema de contacto directo con anfitriones	Equipo digital comunitario Jóvenes locales Apoyo universitario	Corto plazo	Plataforma operativa N° de visitas web N° de contactos o reservas
4	<b>Fortalecimiento de Ferias Comunitarias</b>	Convertir las ferias en puntos de encuentro cultural y turístico	Implementación de señalética turística	Comité comunitario	Corto plazo	N° de ferias fortalecidas

			Definición de horarios fijos Inclusión de música, arte y demostraciones culturales	GAD parroquial Emprendedores		Incremento de visitantes Participación de emprendedores
5	<b>Manual de Buenas Prácticas del Turismo Colaborativo</b>	Unificar estándares de calidad y sostenibilidad	Lineamientos de atención turística Manejo ambiental y residuos Seguridad del visitante Ética y narrativa cultural	Comité Turístico MINTUR MAATE	Corto plazo	Manual elaborado y difundido Nº de actores que lo aplican
6	<b>Centro Comunitario de Turismo Colaborativo</b>	Centralizar la coordinación de actividades colaborativas	Punto de información turística Recepción de visitantes Espacio de capacitación Coordinación de rutas y reservas Oficina de gobernanza turística	Junta Parroquial Municipio Comité Turístico	Mediano plazo	Centro operativo Nº de visitantes atendidos Nº de reuniones de coordinación
7	<b>Programa de Diversificación Temática del Destino</b>	Ampliar la oferta turística más allá del sol y playa	Turismo agroecológico Turismo cultural Turismo de bienestar Turismo de naturaleza	Emprendedores locales ONGs Comité Turístico	Mediano plazo	Nº de nuevas experiencias creadas Incremento de estadía promedio
8	<b>Formalización y Certificación de Emprendimientos</b>	Brindar seguridad jurídica y mejorar la calidad del servicio	Registro en el Ministerio de Turismo Certificaciones de buenas prácticas	MINTUR MAATE Municipio	Mediano plazo	Nº de emprendimientos formalizados

			Capacitación en normativa ambiental y turística			N° de certificaciones obtenidas
9	<b>Sistema de Reservas Colaborativo</b>	Automatizar y agilizar la venta de experiencias comunitarias	Booking comunitario Agenda compartida comunal Integración con redes de turismo alternativo	Comité Turístico Equipo digital	Mediano plazo	Sistema implementado N° de reservas generadas
10	<b>Alianzas Estratégicas Interinstitucionales</b>	Obtener apoyo técnico, académico y financiero	Convenios con universidades Alianzas con ONGs ambientalistas Vinculación con operadores responsables	Comité Turístico GAD Universidades	Mediano plazo	N° de alianzas firmadas Proyectos ejecutados
11	<b>Estrategia de Comunicación y Marca Comunitaria</b>	Posicionar una identidad turística propia de Olón	Diseño de marca Olón Colaborativo Material promocional digital y físico	Comité Turístico, equipo de comunicación	Corto plazo	Marca creada Materiales difundidos
12	<b>Sistema Comunitario de Monitoreo Turístico</b>	Medir impactos económicos, sociales, ambientales y culturales	Indicadores económicos Satisfacción del visitante Impacto ambiental Identidad cultural	Comité Turístico, universidades	Mediano plazo	Informes periódicos Indicadores actualizados
13	<b>Fortalecimiento de la Gobernanza Comunitaria</b>	Consolidar la gestión participativa del turismo colaborativo	Creación del Comité de Turismo Colaborativo Definición de roles en gestión, coordinación, evaluación y distribución de beneficios	Comunidad Líderes locales GAD	Corto y Mediano plazo	Comité conformado Reglamentos internos establecidos

Elaboración propia. 2025

### 3.4 Discusión

Los resultados muestran una amplia aceptación del turismo colaborativo (95%), así como una fuerte intención de participación (89%), lo cual evidencia un ecosistema social favorable para modelos de corresponsabilidad entre visitante y anfitrión. Según López-Guzmán (2020), el turismo colaborativo funciona con mayor eficacia en comunidades donde existe capital social previo y disposición colectiva, debido a que la colaboración se sostiene sobre la confianza y el sentido de pertenencia.

La población encuestada en Olón posee un tiempo de residencia prolongado, con un 47.14% viviendo más de diez años en la comunidad, lo que coincide con el planteamiento de Durán (2021), quien afirma que las comunidades con arraigo territorial son más proclives a sostener emprendimientos turísticos de base colaborativa.

Asimismo, la percepción de que el turismo colaborativo fortalece la identidad local (92.71%) coincide con estudios como el de Román (2023), quien destaca que las experiencias colaborativas fomentan la puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial a través del intercambio entre residentes y visitantes.

Por otro lado, el consenso mayoritario respecto a la necesidad de diversificar la oferta (89.59%) respalda diagnósticos previos sobre la vulnerabilidad de destinos dependientes del turismo de sol y playa. Para autores como Bigné (2021), la diversificación es clave para reducir la estacionalidad y ampliar oportunidades económicas. Los habitantes consideran que Olón está preparado para ofrecer nuevas experiencias (88.28%), hallazgo que refleja la existencia de capacidades locales, coherente con lo descrito por Escalona (2022), quien argumenta que las economías colaborativas pueden prosperar en destinos con recursos culturales y naturales diversos, aun si la infraestructura turística formal es limitada.

Además, actividades como ferias, alojamiento local y guianza comunitaria identificadas por más del 30% de los encuestados ya están presentes, lo cual confirma que Olón posee un ecosistema colaborativo en desarrollo. Esto respalda lo que plantea Okazaki (2020): la diversificación turística es más efectiva cuando se basa en prácticas comunitarias preexistentes.

También, la percepción de que la diversificación mejorará los ingresos (91.93%) y generará oportunidades laborales (93.23%) coincide con hallazgos de estudios latinoamericanos que muestran que los modelos colaborativos contribuyen a la redistribución económica en comunidades costeras (Ramírez K. &, 2022). Además, el 91.15% considera que el turismo colaborativo permite una distribución más equitativa de los beneficios, lo que se alinea con el planteamiento de Scheyvens y Biddulph (2021), quienes destacan que las estructuras colaborativas reducen barreras de entrada y permiten que más hogares se beneficien del turismo.

Los residentes consideran que el turismo colaborativo contribuye al cuidado ambiental (92.45%), percepción coherente con la literatura eco-social. Rojas (2020) señala que los modelos participativos suelen integrar buenas prácticas ambientales debido a la relación directa entre comunidad y ecosistema. Asimismo, el turismo colaborativo se identifica como herramienta para disminuir la saturación turística (90.62%), en concordancia con lo señalado por la Organización Mundial de Turismo (2022): la diversificación hacia experiencias alternativas desconcentra la demanda y reduce la presión sobre recursos frágiles.

Los hallazgos muestran también que el 72.66% usa redes sociales para promocionar productos, lo que facilita la adopción de plataformas colaborativas. Esto concuerda con lo planteado por García y Ortega (2023), quienes sostienen que la digitalización es un pilar del turismo colaborativo, permitiendo visibilidad,

coordinación y acceso directo entre anfitriones y turistas. El 79.69% expresó disposición para utilizar plataformas digitales, lo que ubica a Olón por encima de territorios rurales promedio en Latinoamérica, donde la adopción tecnológica puede ser menor (Patiño, 2021).

En general, los resultados de Olón muestran una convergencia notable con los factores de éxito identificados en estudios de caso internacionales. La comunidad presenta:

- Alta accesibilidad digital
- Cohesión social
- Conocimiento previo de prácticas colaborativas
- Fuerte motivación por diversificar
- Voluntad de preservar su identidad
- Disposición a la capacitación

Estas características posicionan a Olón dentro del perfil de territorios donde el turismo colaborativo se ha consolidado como una estrategia de desarrollo sostenible, inclusiva y económicamente diversificada.

## CONCLUSIONES

La revisión bibliográfica permitió establecer que el turismo colaborativo constituye un modelo contemporáneo de desarrollo turístico basado en la participación comunitaria, la sostenibilidad y la redistribución de beneficios, elementos ampliamente documentados en la literatura reciente. Autores internacionales coinciden en que este enfoque fortalece la identidad local, dinamiza la economía de pequeña escala y contribuye a la diversificación de destinos tradicionalmente dependientes del turismo masivo. Asimismo, los estudios revisados demostraron que la combinación de capital social, capacidades locales y herramientas digitales son factores decisivos para la implementación exitosa del turismo colaborativo, fundamentos que se alinean claramente con el contexto y potencial de Olón.

La metodología empleada de carácter descriptivo permitió comprender la percepción, disposición y expectativas de la comunidad de Olón respecto al turismo colaborativo. La utilización de encuestas a residentes y emprendedores, respaldada por análisis estadístico, junto con la revisión documental y el contraste teórico, garantizó la validez del estudio y la consistencia de los hallazgos. La sistematización confirmó que los datos empíricos se alinean con los postulados teóricos, y que la participación social, la cohesión comunitaria y la necesidad de diversificación emergen como factores estructurales para el diseño de estrategias turísticas en el territorio.

Los resultados obtenidos en campo evidencian una alta aceptación del turismo colaborativo en Olón, con más del 90% de los encuestados expresando disposición para participar, capacitarse y co-crear experiencias turísticas. La comunidad reconoce la urgencia de diversificar la oferta turística más allá del sol y playa, identifica el turismo colaborativo como un mecanismo para distribuir beneficios de manera equitativa, fortalecer la identidad cultural y mejorar la sostenibilidad ambiental del destino. Asimismo, la capacidad digital detectada y las prácticas colaborativas existentes indican que Olón cuenta con las condiciones sociales y operativas para implementar un modelo de turismo colaborativo viable, pertinente y alineado con los principios de desarrollo sostenible y con las tendencias internacionales del sector.

## RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos y del análisis integral del contexto de Olón, se recomienda fortalecer de manera prioritaria las capacidades técnicas y organizativas de la comunidad para consolidar un modelo de turismo colaborativo sostenible. En primer lugar, es necesario implementar un programa estructurado de capacitación en hospitalidad, sostenibilidad, innovación y gestión digital, considerando la alta disposición comunitaria y la evidencia de que la formación continua es un factor clave para el desarrollo de experiencias colaborativas de calidad.

En paralelo, se recomienda consolidar mecanismos de gobernanza local mediante la formalización de un Comité de Turismo Colaborativo que articule actores comunitarios, institucionales y productivos, garantizando la coordinación operativa, la calidad de los servicios y la alineación con la normativa turística y ambiental vigente. Este proceso debe complementarse con la creación de un Circuito Colaborativo de Olón, que organice las experiencias existentes y facilite la distribución equitativa de beneficios entre los participantes.

Asimismo, se recomienda avanzar en la digitalización del destino mediante la implementación de una plataforma comunitaria para la promoción y gestión de experiencias, aprovechando la disposición tecnológica de los residentes y las tendencias globales del turismo colaborativo. De igual forma, la diversificación temática del destino debe convertirse en una línea estratégica, ampliando la oferta hacia actividades culturales, agroecológicas, ambientales y de bienestar, con el fin de reducir la dependencia del turismo de sol y playa y aumentar la resiliencia económica local.

Finalmente, se recomienda impulsar la formalización de los emprendimientos comunitarios, establecer un sistema de monitoreo del impacto turístico y promover alianzas con universidades, operadores responsables y organizaciones de desarrollo, con el fin de asegurar soporte técnico, continuidad de procesos y sostenibilidad ambiental. La implementación articulada de estas recomendaciones permitirá consolidar a Olón como un destino colaborativo competitivo, inclusivo y ambientalmente responsable.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo*. . México: Editorial Trillas.
- Anton Clavé, S. (2012). Replanteando el turismo de masas, el espacio y el lugar. . En J. Wilson, *The Routledge Handbook of Tourism Geographies* (págs. págs. 217-224). Londres, Reino Unido, : Ed.; Routledge: .
- Ardura, R. (2012). *Estrategias, diversificación y técnicas de marketing en el mercado*. Barcelona: Pearson education.
- Asamblea Nacional. (2017). *Código Orgánico del Ambiente (COA)*. Quito. Obtenido de Registro Oficial. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/CODIGO-ORGANICO-DEL-AMBIENTE.pdf>
- BCE, B. C. (13 de oct de 2025). *Balanza de pagos - Servicios*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/principales-exportaciones-no-petroleras-y-mineras/>
- Belk, R. (2014). Eres lo que puedes acceder: Intercambio y consumo colaborativo en línea. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Benur, A., & Bramwell, B. (2015). Desarrollo de productos turísticos y diversificación de productos en destinos. . *Tour. Manag*, 213–224.
- Bialski, P. (2021). Social dynamics of collaborative tourism: Encounters, hosting, and sharing economies. *Routledge*. doi: <https://doi.org/10.4324/9781003052411>
- Bialski, P. B. (2020). Peer-to-peer tourism in digital society. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1023–1039. doi:<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1789157>
- Bigné, J. &.-M. (2021). Estrategias de diversificación turística en destinos de sol y playa. *Revista de Marketing Turístico*, 33(2), 115–132.

- Bock, K. (2020). The impact of the sharing economy on community resilience. *Tourism Management Perspectives*, 100705. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100705>
- Botsman, R. &. (2011). “*O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*”. . Porto Alegre: Bookman.
- Boudeguer, A., Prett , P., & Squella, P. (2010). *Manual de accesibilidad universal: ciudades y espacios para todos*. Universidad del Valle. (1a. ed.). Santiago: Corporacion Ciudad Accesible. Obtenido de [https://bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay?docid=alma991006930789703936&context=L&vid=56UDC\\_INST:56UDC\\_INST&lang=es&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&mode=advanced](https://bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay?docid=alma991006930789703936&context=L&vid=56UDC_INST:56UDC_INST&lang=es&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=Everything&mode=advanced)
- Brave. (8 de Febrero de 2024). *Red peer-to-peer*. Obtenido de <https://brave.com/es/glossary/peer-to-peer/#:~:text=%2Dto%2Dpeer?-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20red%20peer%2Dto%2Dpeer?,procesos%20de%20localizaci%C3%B3n%20de%20archivos>.
- Budeanu, A. M.-S. (2021). Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, resilience, and diversity. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(12), 1910–1928. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1873353>
- Camacho, G., Cavazos, C., & Monge, C. (2024). Turismo y plataformas digitales de alojamiento: una revisión sistemática de la literatura. *Inter disciplina vol.12 no.34 Ciudad de México sep./dic. 2024 Epub 09-Dic-2024*, 12(34), 212 - 226. doi:<https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2024.34.89252>
- Canalis, J. (5 de mayo de 2014). *Turismo p2p: ¿negocios sin control o nuevos intermediarios?* Obtenido de Hosteltur :

[https://www.hosteltur.com/150650\\_turismo-p2p-negocios-control-nuevos-intermediarios.html](https://www.hosteltur.com/150650_turismo-p2p-negocios-control-nuevos-intermediarios.html)

- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. . México: Editorial Trillas.
- Chiquito Baquerizo, A. J. (2024). *El impacto de la actividad turística en la comuna Olón del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2023 (Tesis de grado)*. Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Chung, J. &. (2021). Sharing economy and collaborative tourism. *Sustainability*, *13*, 1165.
- Cibele, S., Melo, M., & Abreu, A. d. (2020). ECONOMÍA COLABORATIVA EN TURISMO: Estudio comparativo de modelos de negocio entre empresas tradicionales y de turismo colaborativo. *Estudios y Perspectivas en Turismo - 30° Aniversario*, *29*, 690 - 708.
- Cibele, S., Melo, M., & deAbreu, A. (2018). TURISMO COLABORATIVO: Un nuevo modelo de negocios en el rubro de la alimentación brasileña. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, *27*, 84 - 101.
- Cuenca, A. (2023). *"Herramientas para la accesibilidad e inclusión de las personas con discapacidad visual en el museo de las Madres Conceptas de la ciudad de Loja"*. [ Tesis de Grado.Universidad de Loja]. Repositorio Digital, Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/28306>
- Cueva, M., & Rodríguez, R. (2020). Turismo colaborativo y sus estrategias discursivas: El caso de los anfitriones de Airbnb en Lima-Perú. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, *83*, 119-132. doi:<https://doi.org/10.5209/clac.70568>

- De las Heras, A. R.-M.-P.-S. (2021). Análisis de la evolución de la economía colaborativa hacia la sostenibilidad. Tendencias y transformaciones del concepto. *Journal of Cleaner Production* , 125-227.
- Delgado Paredes, J. (2023). *El turismo como estrategia de desarrollo? Un análisis empírico desde la costa ecuatoriana: El caso de la comuna ancestral Olón.*
- Delgado, J. (2023). *El turismo como estrategia de desarrollo? Un análisis empírico desde la costa ecuatoriana: El caso de la comuna ancestral Olón.*
- Deligianni, I., Voudouris, I., & Lioukas, S. (2014). La relación entre innovación y diversificación en el caso de nuevas empresas: ¿unidireccional o bidireccional? *IEEE Trans. . . Eng. Manag*, 462–475. .
- Dialoguemos. (13 de mayo de 2024). *El turismo, el nuevo principal ingreso de la comuna Olón de Santa Elena.* Obtenido de [https://dialoguemos.ec/2024/05/el-turismo-el-nuevo-principal-ingreso-de-la-comuna-olon-de-santa-elena/?utm\\_source=chatgpt.com](https://dialoguemos.ec/2024/05/el-turismo-el-nuevo-principal-ingreso-de-la-comuna-olon-de-santa-elena/?utm_source=chatgpt.com)
- Dredge, D. &. (2017). The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices. *Tourism Recreation Research*,, 42(3), 343–347. doi:<https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1344278>
- Dredge, D. y. (2015). La economía colaborativa y el turismo: Perspectivas críticas, afirmaciones cuestionables y voces silenciadas. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 286-302.
- Duarte, M., & Martínez, A. (2020). ¿Economía informal e intrusismo al amparo del turismo colaborativo? El caso de los tours gratuitos. *InDret*, 139 - 170. doi:DOI: 10.31009/InDret.2020.i2.04
- Durán, R. &. (2021). Capital social y turismo comunitario en zonas costeras latinoamericanas. *Estudios Sociales del Turismo*, 12(1), 45–63.

- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Secretaría Nacional de Educación (o publicación oficial)*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Escalona, M. &. (2022). Economía colaborativa y desarrollo local sostenible. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 18(3), 78–95.
- Factorial. (22 de agosto de 2025). *Trabajo colaborativo*. Obtenido de <https://factorial.mx/blog/que-es-el-trabajo-colaborativo/>
- Farmaki, A. (2021). Collaborative tourism and co-created experiences: A critical review. *Current Issues in Tourism*, 24(18), 2537–2549.
- Farmaki, A. (2021). The Airbnb community: Guest–host social exchange and its consequences. *Current Issues in Tourism*, 24(12), 1638–1652. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1817948>
- Farmaki, A. K. (2023). Responsabilidad social corporativa en alojamientos entre particulares: un enfoque en Airbnb. *Revista Internacional de Gestión Hotelera Contemporánea*, 35(12), 4348-4364.
- Farmaki, A., Stergiou, D., & Kladou, S. (2025). Repensando la economía colaborativa en el turismo: contradicciones, desafíos y transformaciones. *Planificación y desarrollo del turismo*.
- Fortis Suárez, J., Freire, M., Peralta, P., & Linzán, S. (2017). *Identificación de factores de competitividad para el diseño de un modelo de gestión de destino sostenible: Comuna Olón*.
- Ganapati, S. y. (2018). “Perspectivas y desafíos de la economía colaborativa para el sector público. *Government Information Quarterly*, 35(1), 77-87.

- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the future of bussiness is sharing*. Londres: Penguin Book.
- González Quimí, C. E. (2019). *El ecoturismo para la diversificación de la oferta turística de la comuna Olón, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena*.
- Gurría, M. (2004). *Introducción al Turismo*. . México.: Editorial Trillas.
- Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism, and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. doi:<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hosteltur. (2014). *Turismo p2p*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/150650\\_turismo-p2p-negocios-control-nuevos-intermediarios.html](https://www.hosteltur.com/150650_turismo-p2p-negocios-control-nuevos-intermediarios.html)
- Ianni, O. (1998). *La sociedad global*. México.
- Icaza, E., & Pacheco, K. (2016). *Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. Caso Airbnb*. Guayaquil : Universidad Católica Santiago de Guayaquil .
- INEC, D. d.-M.-I. (13 de nov de 2025). *Turismo en cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Ketter, E. &. (2021). Authenticity and co-created experiences in the sharing economy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(5), 461–476. doi:<https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1935076>
- Ketter, E. &. (2021). Community participation in tourism recovery. *Journal of Environmental Planning*, 44, 875–893. doi:875–893. <https://doi.org/10.1080/1523908X.2020.1849866>

- Lager, M. T. (2023). ¿El turismo como estrategia de desarrollo? Un análisis empírico desde la costa ecuatoriana. El caso de la comuna ancestral Olón. *Investigaciones Turísticas*, 26, 162–182. doi:DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI.22633>
- Leismann, K., Schmitt, M., & Rohn, H. &. (2013). Collaborative consumption: towards a resource-saving consumption culture. *Resources*, 2(3), 184-203.
- López, A. &. (2020). Diversificación turística y competitividad de destinos: Un análisis desde la innovación. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(4), 1020–1037. doi: <https://www.estudiosenturismo.com.ar>
- López-Guzmán, T. &.-C. (2020). Turismo colaborativo y cohesión social en comunidades locales. *Estudios y Perspectivas del Turismo*, 29(4), 900–918.
- Luiza. (4 de junio de 2024). *Turismo colaborativo: qué son las relaciones de viajes colaborativos*. Obtenido de Worldpackers: <https://www.worldpackers.com/es/articles/turismo-colaborativo-que-son-las-relaciones-de-viajes-colaborativos#:~:text=1.,hospedaje%20donde%20hagas%20el%20voluntariado.>
- Mendoza, A., Yumisaca, J., & Peralta, S. (2022). Diversificación del turismo a través de rutas culturales en el cantón Manglaralto, provincia de Santa Elena. *Smart Tourism*, 3(2), 2 - 11. doi:<https://doi.org/10.54517/st.v3i2.2145>
- MINISTERIO DE TURISMO. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador plandetur 2020*. QUITO. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- MINTUR, M. d. (2002). *Ley de Turismo, Ley N° 97*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR, M. d. (2020). *Plan Nacional de Turismo 2030. Ministerio de Turismo*. Quito. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- MINTUR, M. d. (sept de 2022). *Turismo en cifras Turismo Interno*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>
- MINTUR, M. d. (sept de 2022). *Turismo en cifras: promedio total de gasto*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/turismo-interno/>
- Möller, M. &. (Möller, M., & Bauhuber, D.). Collaborative tourism: Social capital and network building in rural destinations. *Tourism Geographies*, 22(3), 472–492. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1586890>
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. evolución, conceptos, componentes y clasificación . *Visión gerencial* , 135-158.
- Nardone, A. (2014). *La Diversificación de los productos turísticos*. Francia: Pearson.
- Navalón-García, R. y. (2016). El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid en AA.VV. (Macià Blázquez-Salom, Miquel Mir Gual, Ivan Murray, Guillem X. Pons, coords.), *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecotur*.
- Neuts, B. (2020). Tourism market diversification and risk mitigation. *Tourism Economics*, 26(6), 1079–1096.
- Okazaki, E. (2020). Modelos colaborativos para la diversificación turística sustentable. *Tourism Planning & Development*, 17(2), 145–161.

- ONU. (2006). *Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y Protocolo Facultativo*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/disabilities/documents/convention/convoptprot-s.pdf>
- ONU. (2006). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad-Resolución A/RES/61/106: <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-disabilities>
- Opaschowski, H. (2001). *Tourismus im 21. Jahrhundert, das gekaufte paradies*, . B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH,.
- Patiño, L. &. (2021). Brecha digital y turismo comunitario en América Latina. *Revista de Transformación Digital*, 9(2), 58–75.
- Paulauskaite, D. P.-S. (2017). Vivir como un local: Experiencias turísticas auténticas y la economía colaborativa. *Revista Internacional de Investigación Turística*, 19(6), 619-628.
- Pazmiño, S. M. (2017). *La práctica del turismo vivencial y su influencia en el desarrollo turístico en la comuna Olón, provincia de Santa Elena, año 2016*.
- Petrizzo, M. (2017). Turismo Colaborativo . *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 1 - 19.
- Pezo, H., & Yumisaca, J. (2024). *Tradiciones y costumbres locales como estrategia de diversificación del turismo en la comuna Dos Mangas, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena*. La Libertad: UPSE.
- Plan Nacional para el Buen Vivir*. (2017). Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. . Oxon: Cab International.

- Poon, A. (1994). The new tourism revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Presidencia, S. G. (15 de marzo de 2024). *Olón Rincón Mágico del Ecuador*. Obtenido de <https://www.comunicacion.gob.ec/el-presidente-noboa-declaro-a-olon-como-rincon-magico-del-ecuador-con-el-fin-de-fortalecer-el-desarrollo-local/>
- Priporas, C.-V., & Fotiadis, N. S. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart. *Computers in Human Behavior*, 374 - 381.
- Puschmann, T. &. (2016). “Sharing economy.”. *Business & Information Systems Engineering*, 58(1), 93-99.
- RALE, R. A. (2019). *Real Academia de la Lengua Española. (2019). Recuperado 20 de abril de 2019.*
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. México.: Editorial Trillas.
- Ramírez, K. &. (2022). Impacto económico del turismo colaborativo en comunidades costeras. *Revista Latinoamericana de Economía Social*, 11(2), 67–89.
- Richards, G. (2021). Creative tourism: A global conversation. *Journal of Tourism Futures*, 7(3), 245–254.
- Richardson, L. (2015). La economía colaborativa como herramienta. *Geoforum* , 121-129.
- Rifkin, J. (2011). *The Third Industrial Revolution*, . Nueva York (Estados Unidos): : Palgrave McMillan.
- Ritchie, J. R. (2021). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203001076>
- Rivera, M. Z. (2022). Community participation and collaborative tourism development in rural areas. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1944238>. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(11), 2596–2614.

- Rodríguez, J., Alonso, M., Rubio, L., & Pedroche, M. (2016). Economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*.
- Rojas, P. &. (2020). Turismo sostenible y participación comunitaria: enfoques integrados. *Revista de Desarrollo y Medio Ambiente*, 42(1), 101–118.
- Román, L. &. (2023). Patrimonio cultural y turismo colaborativo: un análisis desde la identidad local. *Estudios Patrimoniales*, 19(3), 130–152.
- Romão, J., Guerreiro, J., & Rodrigues, P. (2017). Territorio y desarrollo turístico sostenible: un análisis espacio-temporal de las regiones europeas. . *Regions*, 1–17.
- Rugman, A., & Verbeke, A. (2008). Una nueva perspectiva sobre las estrategias regionales y globales de las empresas multinacionales de servicios. *Manag. Int. Rev.*, 397–411.
- Ruiz, J. &. (2021). Diversificación turística y desarrollo comunitario: Nuevos enfoques para destinos emergentes. *Revista Turismo y Sociedad*, 28(2), 45–67.
- Sánchez, M. (2013). *Caso de Marketing y Estrategia*. Barcelona: Editorial, Eurasia.
- Sánchez, R., Gozález, E., & Terán, B. (2024). Economía Colaborativa y Turismo: una Revisión Sistemática. *Revista Inquietud Empresarial*, 1 - 27.  
doi:<https://doi.org/10.19053/uptc.01>
- Schumacher, G. (4 de 12 de 2025). *Flexopus logo*. Obtenido de ¿Qué es una economía compartida?: <https://www.flexopus.com/es/blog-posts/was-ist-shared-economy>
- Sigala, M. (2020). Tourism and digital transformation: Contexts, perspectives, and challenges. . *Journal of Business Research*, 557–567.

- Sigala, M. (2020). Tourism and the sharing economy: Trends, impacts, and challenges. *Journal of Business Research*, 124, 557–567. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.016>
- Terrazas, A. (2014). Turismo p2p: Economía Colaborativa. *revista Hosteltur*.
- Teubner, T., Adán, M., & Camacho, S. y. (2014). Entender el intercambio de recursos en plataformas C2C: el papel de la humanización de la imagen”. Conferencia Australasiana sobre Sistemas de Información. *Auckland*.
- Theobald, W. F. (2005). *Global Tourism*. Elsevier Science. Obtenido de [www.economy.gov.ae/Publications/Butterworth](http://www.economy.gov.ae/Publications/Butterworth)
- Turismo en cifras Entradas y Salidas Internacionales*. (2023). Obtenido de Portal de servicios: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Turismo, M. d. (14 de septiembre de 2023). *MINTUR*. Obtenido de Turismo en cifras Entradas y Salidas Internacionales: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- UNWTO. (2022). *Tourism diversification for sustainable development*. . doi:<https://www.unwto.org>
- UNWTO. (2022). *Community-based tourism for sustainable development*. . Obtenido de Organización Mundial del Turismo. : <https://www.unwto.org>
- UNWTO., O. M. (2022). Aprovechamiento de la diversificación turística para reducir la saturación en destinos. *Organización Mundial del Turismo*.
- Wallace, L. C. (2024). Una historia de dos valores culturales en Airbnb: Orientación a largo plazo e indulgencia. *Planificación y Desarrollo Turístico*, 21(5), 503-529.

Yumisaca, J., Plaza, S., & Mendoza, A. (2022). Bottom-up en la planificación del turismo sostenible: el caso de las comunidades del litoral santaelenense en Ecuador. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 46 - 53.

Zambrano Cheverria, E. L. (2021). Economía Colaborativa como modelo de negocio para el turismo sustentable en la provincia de Pichincha, Ecuador. *Ecuadorian Science Journal*, 5(3), 194-208. doi:DOI: <https://doi.org/10.46480/esj.5.3.155>

## ANEXOS

## Anexo 1 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición de variables	Dimensión	Indicador	Ítem(es) del cuestionario	Escala / Tipo	Técnica recolección
Turismo colaborativo (VI)	<i>El turismo colaborativo se define como un modelo que integra principios de la economía del compartir, donde los visitantes participan de manera activa en la concreción de experiencias turísticas con los residentes locales (Bialski et al., 2020); en este mismo sentido, Chung (2021) asevera que el turismo colaborativo, más allá del alojamiento, incluye actividades comunitarias, experiencias gastronómicas, talleres, transporte compartido y otros servicios gestionados por usuarios y pobladores (Chung, 2021).</i>	Participación y disposición	Intención de participación	13, 16, 25, 26 (¿Le gustaría...; ¿Estaría dispuesto(a)...; ¿Participaría en capacitaciones?; ¿Ofrecería experiencias?).	Likert	Encuesta
		Conocimiento y comprensión	Nivel de conocimiento del concepto	5 (¿Ha escuchado?), 6 (¿Comprende?), 7-9 (¿Conoce ejemplos?, ¿Cuáles?).	Likert	Encuesta
		Prácticas colaborativas existentes	Existencia de iniciativas locales	10 (¿Conoce ejemplos? y selección múltiple)	Criterio múltiple	Encuesta
		Percepción de beneficios	Valor percibido personal y comunitario	14, 15, 17, 18, 19 (fortalecer identidad; mejorar relación; nuevas oportunidades; conservación cultura; cuidado entorno).	Likert	Encuesta
		Uso/aceptación tecnológica	Disposición a usar plataformas digitales	18 (uso internet), 20, 21 (acceso a herramientas, disposición a usar plataformas)	Likert	Encuesta
Diversificación turística (VD)	<i>Diversificar significa "expandir la cartera turística del destino para responder a los nuevos requisitos de demanda, mitigar riesgos y mejorar la sostenibilidad económica y social (López, 2020). Según la Organización Mundial del Turismo – OMT (2022), la diversificación es esencial para los destinos que desean responder a cambios mundiales como las preferencias de viaje, crisis económicas, cambios ambientales y cambios tecnológicos</i>	Ampliación de la oferta	Variedad de experiencias disponibles	9-12, 31 (¿Destino necesita diversificar?; ¿Preparados para ofrecer nuevas experiencias?; ítems de diversificación temática propuestos en entrevistas)	Likert	Encuesta
		Impacto económico	Mejora de ingresos y empleo local	15 (diversificación mejoraría ingresos), 18 (nuevas oportunidades laborales), 26 (distribución equitativa de beneficios)	Likert	Encuesta
		Sostenibilidad ambiental	Contribución a la conservación	22, 24, 25 (conservación cultura, cuidado entorno, reducción saturación)	Likert	Encuesta
		Identidad y cultura	Fortalecimiento cultural	17 (fortalecer identidad), 26 (ofrecer experiencias culturales)	Likert	Encuesta

Elaboración propia. 2025

## Anexo 2 Matriz de consistencia

COMPONENTE	DESCRIPCIÓN
<b>Título de la investigación</b>	Turismo colaborativo como alternativa de diversificación turística en Olón
<b>Problema general</b>	¿De qué manera el turismo colaborativo puede constituirse en una alternativa de diversificación turística en Olón?
<b>Problemas específicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es la situación actual de la oferta turística de Olón y cuáles son las limitaciones para su diversificación?</li> <li>2. ¿Qué percepciones hay, qué grado de capacidad y disposición de la comunidad local para participar en emprendimientos de turismo colaborativo?</li> <li>3. ¿Cómo hacer del turismo colaborativo un modelo de viaje sostenible (estrategias) y diverso para Olón?</li> </ol>
<b>Objetivo general</b>	Analizar las posibilidades del turismo colaborativo como un enfoque para la diversificación turística en Olón, para revelar áreas que proporcionen un desarrollo sostenible, participación comunitaria y mejora de la propuesta turística local.
<b>Objetivos específicos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnosticar el estado actual de la oferta turística en Olón y sus limitaciones para la diversificación.</li> <li>2. Investigar las percepciones, capacidades y disposición de la población local hacia los esfuerzos turísticos conjuntos.</li> <li>3. Generar estrategias para fortalecer el turismo colaborativo como eje del desarrollo turístico local de manera que impacte positivamente la economía, amplíe la oferta turística y fomente prácticas sostenibles.</li> </ol>
<b>Variables</b>	<p><b>Independiente:</b> Turismo colaborativo.</p> <p><b>Dependiente:</b> Diversificación turística.</p>
<b>Dimensiones de la Variable Independiente</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Participación comunitaria.</li> <li>b) Colaboración y prácticas solidarias.</li> <li>c) Competencias digitales y tecnológicas.</li> <li>d) Preservación cultural y ambiental.</li> </ol>
<b>Dimensiones de la Variable Dependiente</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a) Ampliación de la oferta turística.</li> <li>b) Competitividad del destino.</li> <li>c) Desarrollo económico local.</li> <li>d) Sostenibilidad ambiental.</li> </ol>

<b>Metodología</b>	Enfoque mixto (cuantitativo–cualitativo). Diseño descriptivo – no experimental – transversal. Técnicas: encuesta, análisis documental y triangulación metodológica.
<b>Población y muestra</b>	Población: residentes y emprendedores de Olón. Muestra: 384 personas (cálculo para población desconocida).
<b>Técnicas e instrumentos</b>	Encuesta estructurada (Likert, dicotómica y cerrada). Guía de análisis documental. Ficha de triangulación.
<b>Indicadores de la variable independiente</b>	Participación comunitaria; prácticas colaborativas; uso de herramientas digitales; preservación cultural; percepción ambiental.
<b>Indicadores de la variable dependiente</b>	Percepción de diversificación; ampliación de experiencias; aporte económico; reducción de estacionalidad; sostenibilidad.
<b>Preguntas del instrumento relacionadas con objetivos</b>	Todas las preguntas del cuestionario se asocian a sus indicadores correspondientes y alinean los objetivos específicos con las dimensiones de cada variable.
<b>Resultados esperados</b>	Comprensión clara de las percepciones comunitarias; evidencia del potencial del turismo colaborativo; diseño de estrategias aplicables para la diversificación turística.

**Elaboración propia. 2025**

### Anexo 3 Instrumento de campo

8/12/25, 23:11 Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

## Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

**Nombre del encuestador**

---

**Comuna**

---

**Geolocalización**

---

latitud (x,y °)

---

longitud (x,y °)


---

altitud (m)

---

precisión (m)

---



**Edad de los residentes:**

15 - 24

25 - 34

35 - 44

45 - 54

más de 55

**Sexo de los residentes**

Masculino

Femenino

Otro

<https://kf.kobotoolbox.org/#/forms/aPwPS2rdT6ZNq22NupiKKU/edit> 1/7

8/12/25, 23:11

Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

**Ocupación principal:**

- Turismo / servicios
- Comercio
- Pesca
- Emprendimiento local
- otro

**Nivel de educación del residente**

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel
- Cuarto nivel

**Tiempo de residencia en Olón:**

- Menos de un año
- 1 a 5 años
- 6 a 10 años
- más de 10 años

**¿Ha escuchado antes el término turismo colaborativo?**

- Si
- No

**¿Considera que comprende qué significa el turismo colaborativo?**

- Nada
- Rara vez
- A veces
- A menudo
- Mucho

**¿Conoce ejemplos de actividades colaborativas en Olón?**

- Si
- No

8/12/25, 23:11

Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

**Si responde sí, indique cuáles (puede marcar varias):**

- Alojamiento local (hostales/ familiares)
- Ferias o emprendimientos comunitarios
- Experiencias guiadas por residentes
- Actividades culturales o artesanales
- otro

**Olón depende principalmente del turismo de sol y playa**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**El destino necesita diversificar su oferta turística**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**La comunidad está preparada para ofrecer nuevas experiencias turísticas**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**La diversificación mejoraría los ingresos de los residentes.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8/12/25, 23:11

Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

**Me gustaría que Olón implemente proyectos de turismo colaborativo**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**Estaría dispuesto(a) a participar en actividades colaborativas con turistas.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**Considero que el turismo colaborativo puede fortalecer la identidad local.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo puede generar nuevas oportunidades laborales.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo puede mejorar la relación entre residentes y turistas.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8/12/25, 23:11

Turismo colaborativo: Encuesta para residentes/emprendedores de Olón

¿Utiliza Internet o redes sociales para promocionar actividades o negocios?

- Sí  
 No

¿Considera que la comunidad tiene acceso suficiente a herramientas digitales para promover actividades colaborativas?

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

¿Estaría dispuesto(a) a usar plataformas digitales para compartir actividades turísticas locales?

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local**

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo podría ayudar a conservar la cultura local**

- Totalmente en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)  
 De acuerdo  
 Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo podría contribuir al cuidado del entorno natural.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**El turismo colaborativo podría reducir la saturación turística en temporada alta.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo)
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**La comunidad de Olón recibiría beneficios distribuidos de manera más equitativa.**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- En Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo) esacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

**¿Participaría en capacitaciones sobre turismo colaborativo?**

- Si
- No

**¿Estaría dispuesto(a) a ofrecer experiencias culturales o ambientales a turistas?**

- Si
- NO

**¿Apoyaría iniciativas comunitarias de turismo colaborativo?**

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- En Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo) escuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo