



PERCEPCIÓN DE AIRBNB EN LOS USUARIOS DE HOSPEDAJE

AUTORES

SEBASTIÁN GONZÁLEZ PEREZ

LAURA DANIELA URRUTIA

DIRECTORA PROYECTO DE GRADO

EVA ORIETHA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE MERCADEO

SANTIAGO DE CALI

2018

Contenido

Introducción	5
1. Planteamiento de la investigación	6
1.1 Antecedentes	6
1.2 Justificación y viabilidad de la investigación	8
1.3 Delimitación	10
1.3.1 Área geográfica	10
1.3.2 Tipos de clientes	10
2. Objetivos	11
2.1 Objetivo general:	11
2.2 Objetivos específicos:	11
3. Marco de referencia	11
3.1 Marco teórico	11
3.2 Marco conceptual	13
3.3 Marco legal	15
4. Estado del arte	16
4.1 Historia de Airbnb en el mundo y en Colombia	16
4.2 Estudios sobre Airbnb en el mundo	17
4.3 Estudios sobre Airbnb en Colombia	19
5. Factores claves del éxito de Airbnb	20
5.1 Estrategias y tácticas utilizadas por Airbnb	20
6. Ambiente competitivo del sector en Colombia	22
6.1 Presentación, imagen de marca, características, ventajas y desventajas de Airbnb en Colombia	22
6.2 Cadena productiva del sector	25
6.3 Formas de comercialización	27
6.4 Ventajas competitivas y comparativas	28
6.5 Perfil de los clientes y usuarios del sector	30
6.6 Razones, motivos y preferencias para la selección de Airbnb	31
7. Análisis de los clientes	33
7.1 Perfil y características de los compradores y usuarios de Airbnb en Colombia	33
7.2 ¿Qué compran y cómo lo compran?	34
7.3 ¿Cuándo lo compran?	35
7.4 ¿Cuáles son las razones de compra?	35
7.5 ¿Cómo seleccionan y por qué lo prefieren?	36

8.	Metodología	37
8.1	Tipo de investigación	38
8.2	Diseño y método de investigación	38
8.3	Fuentes y técnicas utilizadas	39
8.4	Población y tamaño de la muestra	40
9.	Diseño del cuestionario	41
9.1	Modelo del cuestionario	41
9.2	Tabulación, análisis y resultados de la encuesta	44
9.3	Síntesis analítica de los resultados de la encuesta	51
10.	Estrategias y Tácticas	53
10.1	Recomendaciones	53
10.2	Conclusiones	54
11.	Referencias	56
12.	Bibliografía	56

Tabla de Ilustraciones

<i>Tabla 1</i>	<i>Porcentaje de encuestados que utiliza Airbnb</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 2</i>	<i>Perspectiva de los encuestados de Airbnb</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 3</i>	<i>Otras plataformas conocidas por los encuestados</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 4</i>	<i>Facilidad en el manejo de la plataforma</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 5</i>	<i>Porcentaje de satisfacción de los encuestados</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 6</i>	<i>Razones para buscar hospedaje en Airbnb</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 7</i>	<i>Características que debe tener un hospedaje</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 8</i>	<i>Porcentaje de recomendación de Airbnb</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 9</i>	<i>Ocupación de los encuestados</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 10</i>	<i>Edad de los encuestados</i>	<i>51</i>

Resumen

El siguiente trabajo tiene como objetivo identificar la influencia de Airbnb en las modalidades de hospedaje en Santiago de Cali en el año 2018. El trabajo arrojó resultados consistentes con variables económicas estudiadas en el mercado, por ejemplo, la gran variedad de ofertas y precios asequibles son las características más importantes para la población en general a la hora de pensar en un hospedaje ideal y por las cuales Airbnb está teniendo un impacto positivo en los consumidores, pero no tan bueno para los hoteles convencionales.

Palabras Claves

Airbnb, Economía colaborativa, Precios asequibles, Variedad de ofertas, Hospedaje, Plataforma digital, Influencia, Tecnologías de información y comunicación.

Abstract

The following work aims to identify the influence of Airbnb in the modalities of lodging in Santiago de Cali in 2018. The work showed consistent results with economic variables studied in the market, for example, the wide variety of offers and affordable prices are the most important characteristics for the general population, when it comes to thinking about an ideal lodging and for which Airbnb is having a positive impact on consumers, but not so good for conventional hotels.

Key Words

Airbnb, Collaborative economy, Affordable prices, Variety of offers, Hosting, Digital platform, Influence, Information and communication technologies.

Introducción

El presente proyecto aborda como tema la influencia de Airbnb en las modalidades de hospedaje de los residentes de la ciudad de Cali. Esta plataforma digital ha tenido una gran acogida por parte de los viajeros y ha impactado de manera negativa las modalidades de hospedaje convencionales, puesto que es un resto para estas últimas proponer alternativas para conservar y adquirir cada vez más clientes.

Airbnb es una página web que permite conectar a aquellas personas que desean poner en arrendamiento su vivienda con aquellas que desean arrendar un lugar de manera temporal, por lo que dicha plataforma sirve como un canal de contacto únicamente. Por otra parte, Airbnb se ha caracterizado por su variedad en precios y ubicación de sus alojamientos que se acomoda a la necesidad de cada uno de sus usuarios, convirtiéndose en una de las plataformas más dinámicas y que suple lo que el mercado necesita de manera eficiente. Sin embargo, esta característica trae consigo problemas legales, puesto que como manifiestan los hospedajes convencionales es una forma de ilegalidad su modo de servicio, debido a que no pagan impuestos.

Para analizar la influencia en los usuarios respecto a las modalidades de hospedaje se realizó una búsqueda de bibliografía, y así, conocer la historia de esta nueva modalidad de hospedaje, comparándola con el resto. También, se hizo una encuesta, donde se buscaba encontrar las características más importantes que buscan las personas a la hora de alojarse en

determinado lugar. Además, se midió dentro de la muestra encuestada el conocimiento y la facilidad de uso que percibe el consumidor de esta plataforma.

1. Planteamiento de la investigación

1.1 Antecedentes

El servicio de la industria hotelera se remonta a la antigüedad cuando los comerciantes viajaban de una ciudad a otra o de un país a otro para intercambiar productos entre las diferentes civilizaciones. Alrededor de 1000 años a.C existían diferentes tipos de hoteles, pero, este servicio era gratuito, se trataba se refugios construidos por los reyes en las carreteras, con el sentido de incentivar el comercio y proteger los mercaderes de los ladrones. (CEGAHO centro empresarial gastronómico hotelero.(2013)).

Hasta los siglos X y XI, con la caída del imperio romano, la prestación del servicio de hospedaje estaba dada por los monasterios, los cuales prestaban este servicio por caridad; cabe resaltar que este servicio era voluntario, pero, en algunos casos, lo brindaban a cambio de un valor. Después en los siglos XII – XIII, las cruzadas impulsaron el comercio, lo que tuvo como consecuencia el fin del sistema de hospitalidad, debido a la creación de sitios específicos con ánimo de lucro que se dedicaban a prestar este servicio.

Durante los siguientes siglos, y con el surgimiento del mercantilismo, el crecimiento comercial fue notable causando que el sistema de posadas dentro de las ciudades fuera

surgiendo, pero este servicio no era muy bueno, acá se realizaban actividades de negocios, reuniones del consejo eclesiástico, entre otras. Posteriormente, con el surgimiento y la evolución de la tecnología, más específicamente la evolución del sistema de transporte y de comunicaciones, aumentaron considerablemente los viajes, lo que tuvo como consecuencia que la evolución del sistema hospedaje mejorara notablemente, y en este momento, es cuando surge el concepto de hotel.

El primer hotel de concepto moderno surgió en París, llamado el Grand Hotel, construido en 1850. En 1990 este modelo de negocio fue seguido por Estados Unidos, ejerciendo gran presión sobre la industria hotelera desde la década de los 80 con la construcción de hoteles gigantes con más de 500 habitaciones.

En Colombia, desde la época de los aborígenes hasta el comienzo del siglo XIX, el comercio y el transporte de productos y mercancías para distribuirlos a lo largo y ancho del territorio nacional, era realizado por medio del río Magdalena, entonces la gran cantidad de afluencia de personas y productos hizo necesario la creación de hoteles por parte de los puertos fluviales, de esta manera el primer hotel, fue creado en Honda en 1889, llamado el Hotel América.

Con el paso del tiempo la tecnología ha avanzado drásticamente día a día y nuevas plataformas digitales han surgido, y con esto, la creación de nuevas formas de hospedaje, lo cual es finalmente lo que ofrece Airbnb, una gran gama de alojamientos de diferentes características las cuales se pueden encontrar a través de las plataformas digitales.

En la primera mitad de año del 2017, aproximadamente 598 millones de personas viajaron a los principales destinos a nivel mundial, superando por 36 millones de personas, a las que viajaron en este mismo periodo en el año del 2016, presentando un crecimiento del 6%. Según la Organización Mundial del Turismo, esto genera empleo, crecimiento económico y oportunidades de desarrollo para diferentes países de todo el mundo. Los registros dados por parte de La Organización Mundial del Comercio del año 2017 muestran crecimientos del 12% para Europa Meridional y Mediterránea, 16% en África, 9% en Asia oriental, 8% en Oceanía, 6% en América del sur, 5% en América central y 4% en el Caribe, por otro lado, América del norte presentó un crecimiento del 2%. (organizacion mundial del turismo, 2017)

Como se mostró anteriormente el turismo se ha incrementado en los últimos años, de igual manera los viajes de negocios, para intercambiar bienes, productos, servicios o mercancías, también están creciendo notablemente gracias a la interdependencia entre países creada por la globalización. Por lo anterior, se da la necesidad de contar con más de un servicio de hospedaje, el cual se acomode al presupuesto, necesidades y expectativas de los respectivos clientes.

1.2 Justificación y viabilidad de la investigación

En las últimas décadas la industria hotelera ha evolucionado notablemente, lo que se puede evidenciar en el impacto de la globalización en el mundo moderno. La globalización que es entendida por el nobel de economía Joseph Stiglitz como la integración mundial en ámbitos políticos, sociales, culturales y económicos, producida por la configuración del capitalismo y de

la revolución de las tecnologías de información y comunicación . Estas revoluciones tienen el fin de plantear nuevos retos a la sociedad, principalmente, el de cómo aprovechar estas tecnologías y como adquirir beneficios de ellas. De aquí se puede entender el creciente flujo de personas a nivel nacional e internacional.

Haciendo énfasis en Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reconoció la importancia de este sector en la economía del país, donde aspectos como la generación de empleo, fortalecimiento de los destinos nacionales, la conectividad aérea y la mejora en la capacidad e infraestructura hotelera del país han facilitado que las empresas turísticas del mundo incluyan en sus destinos productos de Colombia. Por lo anterior, en el estudio se analizarán los servicios de hospedaje que se pueden encontrar en el país, tomando como referencia el servicio hotelero y viendo que tan buena alternativa pueden ser las plataformas como la de Airbnb, llegando a ser una gran competencia para el servicio hotelero.

Airbnb es considerada como el Uber del turismo y ésta ha revolucionado el sistema de alojamientos en todo el mundo. Actualmente, sirve como una intermediaria entre anfitriones, quienes ofrecen su casa, apartamento y habitaciones a viajeros en más de 191 países en el mundo, la cual, podría ser regulada en Colombia por una iniciativa del Gobierno.

Hernán Franco, presidente en el 2017 de la Confederación de la Industria Turística en Colombia, afirmó que Airbnb fomentaba para la hotelería y la ilegalidad. Posición contraria a la de los clientes, quienes, en su mayoría, según El Tiempo, respondieron a una encuesta realizada por la firma de investigación de mercados Ipsos, de su satisfacción y posición de la

implementación de Airbnb, no solo por la variedad de hospedaje, sino también, por la oportunidad de brindar ingresos extras para los que prestan el servicio.

En base a lo anterior, el estudio se realizará teniendo en cuenta todas las variables positivas y negativas que puede brindar Airbnb tanto para los usuarios afiliados a esta plataforma, clientes y cadenas hoteleras.

1.3 Delimitación

Se realizará en el año 2018 entre los meses de febrero y noviembre. Para desarrollar una investigación adecuada, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

1.3.1 Área geográfica

El estudio se realizará en Cali – Colombia con usuarios que hayan tenido algún tipo de experiencia con la plataforma AirBnB, ya sea como huésped o prestador del servicio.

1.3.2 Tipos de clientes

El público con el cual se va a realizar el estudio pertenece al rango de edad entre los 18 y 70 años, ya que por lo general es un servicio que adquieren o prestan personas con algún tipo de ingresos medio o altos. Se escogerán personas que hayan utilizado con los servicios de Airbnb.

Por lo anterior, es importante para la correcta realización de este proyecto, encontrar personas con diferentes recursos, edades y gustos. De esta manera, se podrán contrastar los tipos de experiencias vividas a través de Airbnb.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general:

Identificar la influencia de Airbnb en las modalidades de hospedaje en Cali, Colombia en el año 2018.

2.2 Objetivos específicos:

- Saber la percepción de los usuarios de la plataforma.
- Identificar los gustos y preferencias de los consumidores a la hora de buscar una opción para hospedarse.
- Conocer las experiencias y los factores diferenciales de la plataforma Airbnb de otros canales o servicios de hospedaje
- Distinguir las razones por la que Airbnb puede ser una buena opción a la hora de buscar hospedaje.

3. Marco de referencia

3.1 Marco teórico

Para poder realizar esta investigación debemos tener en cuenta la categoría en la que se encuentra la plataforma en cuestión, la cual es categorizada dentro de la Economía Colaborativa. Sin embargo, el término anterior ha generado gran controversia debido a que es un concepto emergente y que, además, incluye un sinnúmero de plataformas de distinta índole (Díaz Fonseca y Monreal, 2016).

El desarrollo y crecimiento de la economía colaborativa está estrechamente relacionada con el contexto socioeconómico, especialmente durante la crisis del 2007, y que no es un fenómeno pasajero sino un modelo que pretende quedarse. La economía colaborativa puede representar el futuro para muchos sectores de la economía, puesto que puede aumentar en proporciones gigantes los ingresos que puede tener cada sector y fortalecerlo de igual manera (Cañigüeral, 2016).

En Colombia se han realizado diferentes intervenciones referentes al impacto que tiene Airbnb frente a las economías tradicionales, dado que no se sabe a ciencia cierta, si el impacto de estas plataformas es positiva o negativa para la economía colombiana. Una de las intervenciones realizadas recientemente fue de la ministra de Comercio, Industria y Turismo, María Claudia Lacouture, la cual manifiesta que están en mesa de negociación con este tipo de plataformas y así poder determinar los parámetros que deben tener en cuenta para su formalización.

Por otro lado, la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) anunció que es necesario promover proyectos de ley para que los alojamientos de Airbnb en el país se sometan a las mismas regulaciones que tienen los hoteles, como lo son la facturación con IVA, el RUT y el registro hotelero, tal como lo han solicitado con el resto de las plataformas que hacen parte de la economía colaborativa. Así mismo, otras organizaciones internacionales

también han tomado postura sobre el tema en discusión. Por ejemplo, el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT) Taleb Rifai, manifestó que todos los prestadores de servicios turísticos debían ser regulados por un mismo marco legal.

3.2 Marco conceptual

Turismo: Actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un país o lugar por placer.

Servicio: Organización, con su personal y medios, que se encarga de realizar un trabajo que satisface determinadas necesidades de una comunidad.

Experiencia: Conocimiento de algo, o habilidad para ello, que se adquiere al haberlo realizado, vivido, sentido o sufrido una o más veces.

Preferencia: Circunstancia de preferir o de ser preferida por alguien una persona o cosa sobre otras personas o cosas.

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.

Airbnb: Es una empresa y una plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos a particulares y turísticos. El nombre es un acrónimo de airbed and breakfast. Se creó en noviembre de 2007 en San Francisco, Estados Unidos.

Legalización: Es el acto mediante el cual una conducta o documento se vuelven legales o aceptadas dentro de la jurisprudencia y de la justicia de una región, dejando así de ser ilegales o prohibidos.

Hotel: Es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Estos están clasificados según su grado de confort, posicionamiento y el nivel de servicios que ofrecen.

Competencia desleal: se refiere al comportamiento de parte de cualquier empresario o profesional que resulte contrario a las exigencias de la buena fe.

Plataformas en línea: Una plataforma virtual es un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, dando a los usuarios la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Investigación cualitativa: es un método de investigación de base lingüística usada principalmente en ciencias sociales. Se consideran todas aquellas actividades como entrevistas abiertas, grupos de discusión o técnicas de observación y observación participante.

Investigación cuantitativa: es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística.

Ventaja competitiva: es cuando una empresa tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

Ventaja comparativa: se entiende cuando los países se especializan en la producción y exportación de un bien que fabrican con un coste relativamente bajo respecto a su competencia, en lo que son comparativamente más eficiente que los demás.

Plataforma digital: es un lugar de internet que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como a nivel de negocios. Estas plataformas funcionan con determinados tipos de sistemas operativos y ejecutan programas o aplicaciones con diferentes contenidos, como juegos, imágenes, texto, entre otros.

Economía colaborativa: es una modalidad en la que se comparten u ofrecen bienes y servicios a través de plataformas digitales.

3.3 Marco legal

Las plataformas mencionadas durante todo el documento, conocidas también como economías colaborativas, aunque ya se encuentran de manera activa en Colombia, no están constituidas como una entidad legal. Lo anterior se debe a que Airbnb no cumple con la reglamentación que rige la prestación de este tipo de servicios en el país, dado que no pagan impuestos como el sector formal y tampoco generan empleo como otros sectores.

Debido a lo anterior, se crea una competencia desleal para el sector hotelero provocada por este tipo de plataformas, que, basándose en las cifras de los hoteles formales, las ciudades con un mayor impacto son Medellín, Bogotá y Cartagena. Es por esta competencia desleal que se pretende forjar parámetros para que Airbnb pueda operar de manera legal y que así las condiciones de competencia sean iguales.

Como lo manifestó el presidente de la Confederación de la Industria Turística de Colombia “Airbnb fomenta la parahotelaría y la ilegalidad”, lo que se entiende como una guerra en la rentabilidad disminuyendo la calidad ofrecida por el sector hotelero. En otras

partes del mundo, Airbnb, en su mayoría, ha acogido muy bien todos los parámetros establecidos por los gobiernos de los distintos países donde se encuentra. Por ejemplo, en México le ha ido muy bien respecto a sus acuerdos para poder ejercer como una empresa legal.

4. Estado del arte

4.1 Historia de Airbnb en el mundo y en Colombia

Todo comenzó como una necesidad de Brian Chesky y Joe Gebbia de conseguir ingresos adicionales puesto que tenían un apartamento en San Francisco, el cual su renta había subido un 25% de la noche a la mañana. De manera que, aprovechando un congreso de diseñadores que tenía lugar esos días, decidieron colocar tres colchones inflables con desayuno incluido para poder suplir con ese costo inesperado, crearon una plataforma para que los asistentes tuvieran una alternativa barata a los hoteles. El proyecto se llamaba Airbed & Breakfast, esos días ganaron mil dólares, por lo que vieron una oportunidad de negocio con esta plataforma.

Tiempo después de abrir la plataforma y de contar en ella ya con los apartamentos y las habitaciones listas para la renta, se dieron cuenta que la clave para que el negocio saliera adelante era proporcionando seguridad a los usuarios, además de generar confianza entre huéspedes y anfitriones. Sin embargo, al ser un emprendimiento no contaba con financiación, tracción o notoriedad, características importantes para asegurar el crecimiento de esta idea; por lo tanto, los fundadores buscaron formas para alcanzarlas de manera rápida, eficaz e innovadora.

De modo que, aprovecharon la convención del Partido Demócrata, el cual tuvo lugar el verano del 2008, puesto que, como lo afirmó Nathan, uno de los fundadores, existió una gran demanda de personas que buscaban ir a vivir ese momento histórico queriendo evitar aglomeraciones. Por esta razón, lanzaron una página web para ofrecerles a todos los visitantes una forma barata y diferente de encontrar alojamiento. El lanzamiento fue todo un éxito lo que los llevó a aparecer en noticias a nivel nacional.

No obstante, todavía no tenían la financiación que requerían para mantener el negocio a flote, por lo que decidieron realizar cajas de cereales con la cara de Obama y McCain, enviarlas a periodistas en todo el país y venderlas en la web a cuarenta dólares cada una. Lo anterior, les permitió recoger 3.500 dólares y financiar las próximas semanas del negocio. Posteriormente, llegó la participación de la empresa Y Combinator y pudieron garantizar el despliegue total.

Esta compañía le vio mucho potencial a la región de América Latina puesto que ya trabajaba en zonas turísticas en el Caribe, Centroamérica y las zonas costeras en México. También, porque el crecimiento que representaba esta zona por la cantidad de viajeros, bien sean extranjeros o locales, sigue aumentando año a año. Por esto, Airbnb comenzó con el proceso de querer agregar a México dentro de su plataforma y comenzar las negociaciones con este país en el año 2017. Posteriormente, se vinculó también a países como Colombia y Brasil.

4.2 Estudios sobre Airbnb en el mundo

Dado que se desconoce si la plataforma Airbnb genera competencia desleal con el mercado hotelero, se han realizados distintos estudios, tanto nacionales como extranjeros, para conocer realmente el impacto que este tiene en el mercado. Por ejemplo, en Madrid se realizó un estudio, durante el año 2014, para analizar y comprender el efecto que tiene la existencia de esta plataforma sobre la ciudad desde aspectos económicos, sociales y medioambientales. El informe mencionado anteriormente, tiene como conclusión que Airbnb no es una amenaza a la industria hotelera sino una manera de complementar y ayudar a este sector que en ocasiones se encuentra sobresaturado.

Así mismo, según este trabajo, Airbnb es amigable con el medio ambiente, porque reduce significativamente el uso energético comparado al gran gasto y consumo que representan los hoteles. Y, por último, permite la interacción de diferentes culturas, lo que brinda la posibilidad de una experiencia única para el arrendatario.

Por otro lado, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) en conjunto con esta plataforma, realizó un estudio para calcular el efecto económico real y potencial para los anfitriones con propiedades listadas en Airbnb en cuatro delegaciones, por medio de la información proporcionada por dicha plataforma y la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Una de las mayores conclusiones del estudio, fue el gran crecimiento de los beneficios económicos del turismo y la reducción de la brecha salarial que se da dentro de cada delegación por la integración de Airbnb.

Asimismo, se pudo establecer que el ingreso de las personas que tenían inscritas sus viviendas dentro de estas plataformas era muchísimo mayor en comparación con el ingreso promedio anual de cada hogar promedio, y que las personas que viajaban a México se gastaban en promedio 1.623 pesos mexicanos, de los cuales el 44% se gastaba dentro del vecindario de estancia. Ayala, L. (2018)

4.3 Estudios sobre Airbnb en Colombia

COTELCO Bogotá contrató a la firma RMC, para que realizara el primer estudio acerca de la presencia e impacto que tiene Airbnb en nuestro mercado nacional desde mayo del 2015 hasta abril del 2017. Como resultado, se obtuvo que como ingresos generó más de 13 millones de dólares, pero que había dejado de pagar impuestos de 1,5 millones de dólares en casi dos años, que es el periodo abarcado para el estudio.

Sin embargo, al realizar este mismo estudio para los hoteles de Cotelco Bogotá se encontró que los ingresos durante estos dos años de estudio habían sido de 300 millones de dólares, lo que significaba que Airbnb representaba sólo el 4% de los ingresos totales por parte de esta cadena de hoteles, y que por consiguiente no representaba una amenaza mayor para este tipo de mercado (La Agencia de Viajes Colombia, 2017). No obstante, el representante de RMC, Xavier Cárdenas, manifestó que lo importante era analizar el crecimiento de los ingresos y de la oferta de habitaciones de Airbnb en Bogotá, puesto que en este periodo se cuadruplicaron comparado a los indicadores constantes que tuvieron los hoteles para este periodo.

Así mismo, el periodista Juan C. Mesa junto con un grupo de jóvenes alemanes realizaron un estudio, como el realizado por COTELCO, para analizar igualmente el impacto de esta plataforma en el mercado hotelero. El periodista tiene ideas muy claras frente a los grandes efectos negativos que esta plataforma puede tener en el mercado de turismo y hotelería de Colombia. En tan sólo tres años de oficializada su entrada al país, Airbnb logró sorprendentes datos en el mercado de hospedaje, lo que a Mesa le parece alarmante.

Una de las consecuencias señaladas por el periodista es que se reemplaza la oferta de vivienda para las personas que viven, trabajan o estudian en determinada área, por rentas temporales para turistas, expulsando a toda la población estudiantil o trabajadora de los centros de estudio o trabajo. La última consecuencia negativa que destaca el periodista es que un arriendo temporal puede causar que se afecte permanentemente a quienes residen en esas áreas puesto que pueden no cumplir con normas de convivencia del edificio en el que se hospeden y la seguridad de los demás propietarios puede ser vulnerada.

5. Factores claves del éxito de Airbnb

5.1 Estrategias y tácticas utilizadas por Airbnb

De acuerdo con uno de los fundadores de esta plataforma, Nathan Blecharcyk, el éxito que tiene Airbnb se basa en la confianza del usuario, puesto que ofrecen un mecanismo sencillo en el cual se pueden publicar todas las características del inmueble y los días de disponibilidad. En esta transacción, Airbnb actúa como un intermediario, el cual cobra una comisión tanto para el anfitrión, como un seguro, como para el arrendatario.

Sin embargo, hay muchos otros factores a los que se les debe el éxito que tiene Airbnb, todos estos son enfocados hacia lo que ellos consideran lo más importante, sus clientes. Uno de estos factores es que durante su época de creación fueron los únicos en generar una gran interacción entre propietarios e inquilinos, y de esta forma generar confianza entre ellos, además, que representaba precios bajos acorde a lo que algunos usuarios querían.

También, se enfocan en generar una gran experiencia de usuario enfocada al viajero, es decir, se enfocan en presentar los lugares turísticos como únicos, brindando siempre al usuario una gran variedad en los inmuebles y los lugares que se encuentran ubicados. Además, brinda gran facilidad que tienen los usuarios al reservar una casa o habitación en pocos pasos.

Una de las estrategias más importantes que han sido utilizadas por Airbnb, viéndose notablemente beneficiados y exitosos, es el aumento masivo del concepto conocido como consumo colaborativo, o en inglés, peer to peer Marketplace, que significa mercado entre pares, o persona a persona. Ésta estrategia básicamente consiste en realizar una economía colaborativa, donde compartir, canjear, prestar, comercializar, intercambiar y alquilar sean sus principales pilares.

La economía colaborativa se ha visto notablemente beneficiada por el crecimiento del internet y la tecnología en general, lo cual ha permitido el desarrollo y aumento de las redes sociales, los servicios basados en la localización y a la necesidad que mucha gente tiene de ahorrar dinero. De ahí que este concepto de economía colaborativa sea utilizado como una estrategia implementada por Airbnb y que hasta el momento ha traído buenos resultados

Por último, uno de sus pilares ha sido la seguridad, es decir, cuentan con seguros a los huéspedes que cubre la propiedad en caso de pérdidas o daños ocasionados por el robo. Además, esta plataforma retiene el pago del huésped 24 horas después de su llegada asegurando que los huéspedes se encuentren satisfechos con el inmueble.

6. Ambiente competitivo del sector en Colombia

6.1 Presentación, imagen de marca, características, ventajas y desventajas de Airbnb en Colombia

Airbnb es una empresa la cual funciona a través de una plataforma software dedicada a ofrecer nuevos espacios de alojamientos a diferentes particulares y turistas. Su nombre surgió de una combinación entre las palabras airbed and breakfast, lo que significa colchón inflable y desayuno. Hoy en día tiene una oferta aproximada de 2.000.000 de propiedades en más de 191 países alrededor del mundo. La empresa fue fundada en el año 2008 por una iniciativa de Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharcyk en la ciudad de San Francisco y desde eso ha revolucionado el sector de la industria hotelera alrededor del mundo.

¿Ahora bien, es importante mencionar qué propone Airbnb a los viajeros para que estos realicen uso de sus servicios? La empresa ha tenido éxito por su capacidad y habilidad para aprovechar de la mejor manera posible la tecnología y así poder crear una experiencia digital de muy buena calidad sobresaliendo sobre otros tipos de experiencias. Además, está el enfoque

que Airbnb le ha brindado a los usuarios, ellos tratan de dar una experiencia basada en el destino al cual el usuario desea ir y no sobre el precio y disponibilidad como suelen hacerlo la mayoría de los hoteles.

Airbnb es percibida de muchas maneras a nivel mundial, es pensada como una opción diferente para todos aquellos viajeros que alguna vez han tenido malas experiencias con los hoteles u otro tipo de hospedaje, ya sea desde el tema de los precios, servicios, comodidad, seguridad, etc. También, cuando los viajeros piensan en Airbnb, piensan en una marca joven que puede traer importantes beneficios económicos tanto para los viajeros como para los dueños principalmente.

Según datos que brinda la plataforma, el 52% de los propietarios de las viviendas, tienen ingresos medios o bajos y gracias a esta modalidad de vivienda compartida como lo es en muchas experiencias, estos han podido utilizar aproximadamente el 48% de los ingresos para gastos domésticos o simplemente para tener un ingreso adicional. Se debe agregar que los hoteles no han tenido un impacto tan positivo desde el surgimiento de Airbnb, básicamente porque la empresa al ser una plataforma digital ha tenido mucho impacto en las personas jóvenes alrededor del mundo, cuestión que no ha pasado desapercibida por las cadenas hoteleras del mundo.

Las principales características de la empresa son:

- Brindar más opciones de alojamiento
- Oportunidad de negocio para muchas personas en el mundo

- Precios que son por lo general más económicos que las cadenas hoteleras
- Plataforma digital
- Hospedajes en lugares poco convencionales
- Diferentes formas de hospedaje

Desde su comienzo en el año 2013 en Colombia, Airbnb ha generado muchas oportunidades para los colombianos, que, al hacer uso de esta plataforma, ya sea para hospedarse o para alojar han encontrado diferentes ventajas que serían muy duras de encontrar en otro tipo de negocio. A continuación, presentaremos las principales ventajas y beneficios que ha generado Airbnb desde su llegada a Colombia.

En el año 2016, los trabajadores de Airbnb, es decir, las personas que alquilan su vivienda presentaron ingresos en promedio de 4.200.000, es muy importante mencionar que los usuarios se quedan con el 97% del valor que deciden poner para prestar sus servicios. Por otra parte, Airbnb se han encargado de crear diferentes oportunidades económicas para aquellas comunidades que se encuentran en el sector de algún anfitrión, ya que en Colombia el 41% del gasto total de cada huésped se realiza en comercios del barrio en el que se está quedando. Por último, el 40% de los huéspedes encuestados por Airbnb dijo que si no fuera por Airbnb no habría viajado o su tiempo de hospedaje hubiese sido mucho más corto y el 84% dijo que ahorró dinero usando Airbnb.

Algunas de las desventajas de Airbnb es que es un servicio mucho más informal que el servicio prestado por un hotel, es decir, que hay casos en que las personas han expresado que les toca ir a donde un vecino a recoger las llaves, o que tienen que cumplir las reglas de cada vivienda, etc. Por lo anterior es muy importante leer muy bien que se alquilará y bajo qué términos. A diferencia de un hotel bueno, donde se sabe que hay servicio de limpieza, Wi-Fi, etc., en Airbnb hay una variedad increíble de formas de hospedaje, motivo por el cual más de un cliente ha tenido malas experiencias por no informarse bien sobre el servicio que estaba adquiriendo.

Como ya se mencionó anteriormente, en Airbnb hay una gran variedad de establecimiento para usar, desde mansiones lujosas, hasta cuartos sin servicio de internet, todo depende del tipo de viaje, presupuesto y gusto que tenga cada consumidor en mente.

6.2 Cadena productiva del sector

Es muy importante tener claro qué significa el concepto de cadena productiva, este se encarga de explicar cómo la competitividad de las empresas no depende únicamente de su empeño, para que una empresa sea competitiva es necesario y vital el buen funcionamiento de todo el entorno que actúa a su alrededor y por esto es denominada cadena productiva. La cadena productiva incluye no solamente a la empresa como mencionamos anteriormente, también a los canales de comercialización, los clientes y el estado. El buen funcionamiento de cada parte o de cada actor que integran a la cadena son esenciales para garantizar la mejor eficiencia posible y así asegurar la competitividad de la empresa.

El sector hotelero es una pieza fundamental del sector turístico a nivel mundial, y su cadena productiva es un poco extensa. La última, incluye como se dijo previamente, a los proveedores de materias primas, estos son los encargados de garantizar que se brinde un buen servicio de la comida y la iluminación. La constructora es la encargada de construir todo el establecimiento o las reformas deseadas, los proveedores del software que se utilizan en los hoteles. El servicio de limpieza son los encargados de prestar el transporte ya sea aéreo, marítimo o terrestre. Por este motivo los proveedores ocupan un lugar muy importante en la cadena productiva de cualquier sector.

También, los canales de comercialización, como agencias turísticas, y los aliados estratégicos, como restaurantes, compañías de viajes, encargadas de realizar tours, entre otros, tienen un papel importante en la cadena productiva del sector hotelero. Los clientes también hacen parte importante de la cadena productiva, ya que ellos son los que utilizan los servicios prestados por los hoteles. Los usuarios pueden hospedarse en hoteles por diferentes motivos, ya sea de negocio, turismo, entre otros. Por último, está el Estado, el cual es el encargado de hacer garantizar todas las acciones legales y es el que impone condiciones que favorecen o no el sector hotelero en el país.

Hablando un poco más de Airbnb, los principales actores son la plataforma, los arrendadores y arrendatarios, estos últimos dos son los encargados de vivir la experiencia de prestar su hogar y obtener ingresos con esto y de alquilar un determinado lugar de una forma alternativa respectivamente. La plataforma se encarga de brindar la conexión entre los clientes, ya que estos son los anfitriones que reciben a los huéspedes o los mismos huéspedes.

6.3 Formas de comercialización

Desde los inicios del servicio hotelero la forma de comercialización de los hoteles ha cambiado mucho. Cuando la globalización y los diferentes acuerdos comerciales lograron aumentar el flujo de personas en el mundo la era digital no había tomado suficiente fuerza aún, la comercialización se hacía de manera tradicional. Cuando las personas buscaban hospedarse simplemente iban a una agencia turística y ahí se encargaban de hacer todo el proceso o llamando por teléfono directamente a los hoteles podían realizar sus reservas. Incluso mucha gente simplemente iba directamente a los hoteles y pedían una habitación disponible.

En la actualidad los métodos de comercialización mencionados anteriormente se siguen usando, pero, ya no son tan frecuentados por los usuarios ni tampoco son lo suficientemente eficaces, Ahora, en un mundo donde la tecnología día a día sigue creciendo y vivimos en una era digital, es supremamente importante para los hoteles y demás opciones adaptarse a esta forma de comercialización, es decir, deben buscar la manera de ingresar al mundo digital e innovar cada día.

Estudios recientes han demostrado que las nuevas formas de comercialización deben enfocarse en los datos que brindan los consumidores como las aplicaciones que estos utilizan, las redes sociales que frecuentan, los viajes realizados, las experiencias vividas, lugares recomendados entre otras. Lo anterior, con el fin de tener un conocimiento mucho mayor para poder crear perfiles personalizados de cada uno de los usuarios y así enfocarse en los mejores segmentos de mercado posible.

Actualmente las compañías hoteleras, Airbnb y otras compañías prestadoras de servicios de hospedaje tienen claro que la relación con el cliente no termina cuando este acaba su paseo y se va. Los prestadores de servicios saben que deben crear una relación redituable, la cual continúe por mucho tiempo más, ya que una vez un viajero llega a su hogar, por lo general comienza a pensar en el siguiente viaje que hará y donde se hospedará.

Airbnb y algunas cadenas hoteleras del mundo, se caracterizan por hacer uso de la comercialización por medios digitales, entre las cuales se destacan las notificaciones personalizadas vía correo electrónico, redes sociales, etc. Se basan en las notificaciones que se mandan directamente a las personas dependiendo de búsquedas y experiencias realizadas previamente, en otras palabras, tener un conocimiento muy bueno sobre los clientes es necesario para crear una buena relación con ellos. El tipo de comercialización, explicada anteriormente, también es conocida como las notificaciones push.

Otra forma muy común de comercialización son las promociones y acuerdos con terceros y los paquetes los cuales consisten en brindarles mejores opciones de hospedaje, incluyendo experiencias, tures, etc., que las competencias a los clientes. Todo lo anterior se realiza o son formas de comercialización en la cual se busca fidelizar al cliente.

6.4 Ventajas competitivas y comparativas

La ventaja competitiva que tiene Airbnb y que la diferencia rotundamente de todas las demás plataformas similares es su cliente final. Es decir, esta plataforma ayuda a todos aquellos

usuarios que busquen un lugar para hospedarse en un periodo corto, por lo menos, inferior a un mes. Además, brinda fácil accesibilidad a todos los usuarios a poder encontrar su lugar perfecto, y brindan a este la oportunidad de adquirir nuevas experiencias e intercambios de culturas y de conocimientos, por medio de compartir locaciones con otras personas.

De igual modo, se encuentra el hecho que Airbnb asegura al cliente, tanto al arrendador como al arrendatario, seguridad en la localidad en la que se encuentra, es decir, provee el inmueble con seguros en caso de robo o daño a la propiedad para siempre tener en pleno la satisfacción del cliente. También, por medio de la plataforma ayuda a la comunicación fácil y eficaz entre estas dos personas, donde el único intermediario es Airbnb, garantizando la seguridad de datos.

En cuanto a las ventajas comparativas que tiene Airbnb encontramos que este emprendimiento se encarga de solamente conectar a los usuarios, acorde a las preferencias que tienen al momento de viajar, locación, entre otros, no tiene propiedades físicas, lo que no le genera costos de depreciación, impuestos realizados a las viviendas, entre otros costos. Lo anterior, es muy beneficioso para la compañía, puesto que su margen neto es muy grande, y así, puede seguir financiándose.

Además, Airbnb es una de las pocas empresas que no requiere innovación en cuanto a planta y equipo, es decir, siempre tienen que estar actualizados para prestar un servicio en línea óptimo a todos los usuarios, sin embargo, no tienen que cambiar y estar remodelando constantemente fachadas puesto que esto depende es de los usuarios y no de ellos, como lo

sería en el caso de un hotel, que constantemente tiene que remodelar todo su inventario para poder prestar condiciones óptimas para la estadía de sus usuarios.

6.5 Perfil de los clientes y usuarios del sector

Los clientes de los hoteles y demás plataformas son muy diversos. Actualmente la posibilidad de hospedarse en diferentes tipos de lugares es muy alta, en otras palabras, cualquier perfil de consumidor puede incluirse en esta categoría, ahora bien, hay algunas características diferenciales entre los huéspedes del mundo, hay algunos que deciden invertir mucho dinero en una habitación lujosa, por otro lado, están aquellos consumidores que piensan que la habitación es solo para dormir y por este motivo no gastan tanto en habitaciones lujosas.

En el primer caso, para aquellos clientes que deciden pagar un precio medio-alto en una habitación, está claro que son personas que tienen como prioridad la comodidad, el excelente servicio, etc. Lo anterior son cosas que este perfil de personas considera importante y que es lo que a ellos les genera valor agregado y por esto no es un problema para ellos pagar precios altos.

Ahora, haciendo un poco más de énfasis en las personas que deciden o prefieren pagar precios bajos, ellos no le dan tanta importancia a los factores diferenciadores que se mencionaron previamente, o no consideran que sean indispensables para pagar un precio más alto por estos. A continuación, se hará una breve descripción del perfil de clientes y usuarios que tiene Airbnb.

Airbnb es una plataforma digital que ofrece una gran variedad de opciones para hospedarse, motivo por el cual no hay único perfil de cliente establecido, por lo contrario, hay una gran variedad de clientes con gustos, preferencias y necesidades distintas y de acuerdo con esto buscan su hospedaje perfecto. Uno de los principales clientes son las familias, las cuales generalmente son parte importante de los turistas en el mundo. Para las familias Airbnb es una muy buena opción ya que son establecimientos que colocan menos trabas que los hoteles, en cuestión con el número de personas permitidas por cuarto, etc. Es obvio, que hay diferentes tipos de familias y Airbnb se presta para satisfacer las respectivas necesidades de todo tipo de familia en el mundo.

Los otros dos clientes importantes de Airbnb son los grupos de amigos y los viajeros de negocios, para los primeros es mucho más barato hospedarse en un Airbnb que en un hotel y también tienen menos reglas que seguir y para los segundos también buscan hacer uso de plataforma para ahorrarse costos y demás variables que incluye el hospedarse en un hotel.

6.6 Razones, motivos y preferencias para la selección de Airbnb

A la hora de elegir un lugar donde hospedarse, las personas siempre piensan en diferentes variables, como el precio, la comodidad, seguridad, etc., para realizar su elección. A continuación, mencionaremos algunas de las razones, motivos y preferencias principales por las cuales las personas desean utilizar Airbnb. Uno de los principales motivos es que la empresa se empeña en transmitir la experiencia de hospedaje mucho antes de que el viajero llegue al establecimiento, es decir, que la empresa da información previa básica como los precios, comentarios, experiencias de viajeros pasados, comentarios, comodidades, descripciones

detalladas sobre el tipo de alojamiento, recomendaciones sobre las formas más adecuadas de alojamiento según las características deseadas, etc.

Según encuestas realizadas por la empresa, uno de los principales motivos por los cuales los viajeros o huéspedes deciden usar la plataforma es porque esta empresa trabaja como imágenes como elemento de conexión emocional con el alojamiento. Lo anterior significa que en Airbnb se preocupan por tener imágenes perfectas, con la descripción deseada por los clientes, con la inclusión de experiencias donde está ubicada el hospedaje.

Otro factor de mucha influencia es que la gran variedad de las características de todos los alojamientos lo hace muy atractivo para todo tipo de cliente, ya sea turista, negociador, etc. La no estandarización y la heterogeneidad maneja por la empresa es un valor añadido que se le brinda a los clientes, en otras palabras, es una plataforma que maneja todo tipo de alojamientos para todo tipo de cliente. En Airbnb se deja a un lado el típico pensamiento que el precio significa directamente comodidad y lujo. La empresa ofrece un servicio enfocado en brindar una exclusividad, la cual es entendida como una experiencia única e irrepetible.

Por último, como ya se había mencionado en líneas anteriores, Airbnb tiene una personalización con la que un hotel no puede competir. Lo anterior se debe a que Airbnb cuenta con una gran cantidad de usuarios diferentes, los cuales tienen establecimientos muy diferentes, y que se acomodan a la gran variedad de necesidades y gustos que presentan los millones de viajeros que buscan un lugar para hospedarse en el mundo.

7. Análisis de los clientes

7.1 Perfil y características de los compradores y usuarios de Airbnb en Colombia

Para comenzar, como se dijo anteriormente, Airbnb, es una plataforma que se caracteriza por la diversificación y heterogeneidad en sus establecimientos, usuarios, clientes, precios, etc. Esto es, básicamente, porque todos los clientes de Airbnb buscan diferentes variables en el hospedaje ideal para ellos, todas las características varían mucho, comenzando por el precio, comodidad, tamaño, ubicación, etc.

Por consiguiente, identificar el perfil de los clientes es muy complejo. Sin embargo, en Colombia y alrededor del mundo hay dos características principales las cuales son muy comunes entre todos los usuarios. Personas que buscan mejores precios y opciones de hospedaje y que tienen buen manejo de las plataformas tecnológicas, estos clientes en Colombia radican entre los 18 y los 60 años, pero, su mayor conglomerado son los millennials.

Los clientes de Airbnb en Colombia buscan nuevas alternativas de hospedaje, como en todo el mundo con esta nueva plataforma, pero, una variable muy importante es que, en Colombia según las encuestas, lo más importante es la oportunidad de hospedarse en algún determinado lugar, por un precio más bajo, traducido en grandes beneficios para los respectivos clientes. Gracias a Airbnb muchas personas hoy en día se animan a viajar, ya sea para hacer negocios, turismo, entre otras actividades.

Airbnb ha representado una muy buena oportunidad de negocio para aquellas personas dispuestas a prestar o alquilar su hogar. Esto ha sido una fuente de ingresos que desde el año 2016 ha generado importantes beneficios para los usuarios que alquilan sus hogares, como a la vecindad donde están ubicadas, como se mencionó anteriormente, datos recogidos por Airbnb muestran que el 41% del gasto total de los respectivos huéspedes se realiza en las comunidades donde están ubicados y también es bueno recordar, que el usuario se queda con el 97% del valor que deciden cobrar por alquilar su hogar.

Airbnb ha sido una de las decenas de proyectos que han sido exitosos desde el surgimiento del concepto de economía colaborativa. El cual, le ha brindado a la población la oportunidad de generar ingresos a través de la compartición de herramientas, espacios, tiempo, etc., que antes estaban siendo desaprovechados y mal utilizados. La principal razón por la que una persona alquila su hogar es para obtener una nueva fuente de ingresos y complementar o mejorar su condición de vida actual, así sea en una medida muy pequeña.

7.2 ¿Qué compran y cómo lo compran?

Airbnb es una plataforma que ofrece el hospedaje en casas o apartamentos para aquellos viajeros que no sientan una preferencia por la comodidad ni los lujos que pueda ofrecer un hotel. Es por esto, que la plataforma no se encarga de vender ningún producto o servicio, por lo que no hay una compra directa; en cambio, se da el alquiler de una vivienda por un tiempo reducido.

La web pone en contacto a anfitriones que alquilan su casa o una habitación con posibles huéspedes. Airbnb permite a cualquiera alquilar su casa completa o bien una o varias habitaciones. La web hace de intermediaria, ofrece un seguro a ambas partes y cobra por este servicio un 3% a los anfitriones y entre un 6% y un 12% al viajero, según el precio (cuanto más caro, menos porcentaje cobra) (Airbnbcitizen, 2017)

7.3 ¿Cuándo lo compran?

Los viajeros comienzan a buscar y alquilar casas, apartamentos o habitaciones a través de la plataforma de Airbnb desde el momento en que deciden viajar. Por medio de Airbnb, el consumidor puede encontrar diferentes lugares que se ajusten a su preferencia y a su nivel de pago, después de encontrar el lugar perfecto para su estadía es que se realiza el pago del alquiler del sitio, y es en el momento donde podemos hablar de una “compra” por medio de la plataforma.

7.4 ¿Cuáles son las razones de compra?

Son múltiples las razones que tienen los viajeros al momento de decidir utilizar Airbnb. Una de las razones es que los consumidores siempre buscan una manera diferente de vivir su experiencia de viaje, unos por medio de pagar lujosos hoteles y otros por gastar conociendo la ciudad de destino. Por lo que para aquellas personas que quieran tener una experiencia totalmente diferente y única, a bajo costo, Airbnb le ofrece la posibilidad de alcanzarlo. Desde

que el consumidor piensa en opciones para gastar menos en hospedaje y más en actividades turísticas, es que decide alquilar a través de la plataforma.

Sin embargo, esta no es la única razón, otra de las razones por las que los consumidores optan por arrendar por medio de esta plataforma, es que pueden visitar lugares con poca frecuencia y, aun así, encontrar hospedaje muy cerca de su lugar de destino, lo que lo convierte en una herramienta muy útil para aquellos viajeros aventureros. Además, con la opción de arrendar una habitación, que brinda esta Airbnb, puede existir la posibilidad de un intercambio cultural que sea muy llamativa para el viajero, y que sea una de sus principales motivaciones a arrendar por medio de la plataforma.

Para terminar, hay una razón de seguridad muy fuerte que motiva cada vez más a los consumidores a alquilar a través de Airbnb. El hecho de que se puedan realizar transacciones bancarias, pagos en línea, reintegro de dinero en caso de cancelación, entre otros, son factores que motivan a las personas a consumir de esta plataforma. De cierta manera, podemos entender esto como un respaldo que le ofrece la plataforma al consumidor, y que este se sienta seguro en tanto su información personal y financiera no será revelada, y que, ante un imprevisto por parte del arrendatario, se reintegre el dinero pactado más una bonificación como pago a los daños ocasionados.

7.5 ¿Cómo seleccionan y por qué lo prefieren?

La plataforma de Airbnb está diseñada para que los usuarios tengan fácil accesibilidad a todos los lugares de hospedaje que se encuentran disponibles. Dependiendo de varios factores

como económicos, de locación y cercanía, entre otros, es que el usuario decide el lugar en el cual se quiere hospedar.

La plataforma nos permite digitar una dirección o barrio que sea de preferencia para el viajero a la hora de hospedaje. Cuando el usuario oprime la opción de buscar, la plataforma le muestra la ubicación del apartamento, su costo, imágenes de este y los servicios que vienen incluidos en el pago de este. Así, el consumidor conoce exactamente en el lugar que se hospeda y por los servicios a los que tiene derecho por el tiempo en que se encuentre en el lugar del hospedaje. Finalmente, al momento de pagar por la locación, la plataforma pide cierta información personal bajo los términos y condiciones de información del consumidor, y así, garantizar que toda información que se dé por este medio no será utilizada sin previo aviso, a menos de ser autorizada por el cliente.

Los consumidores usualmente prefieren este tipo de plataformas, que a través de una forma práctica y sencilla permita alquilar apartamentos sin tener que estar horas detrás del ordenador, sino que por medio de pasos sencillos alcanzar el lugar de hospedaje ideal para cada una de las personas.

8. Metodología

Para lograr una investigación correcta, y con la idea de mostrar y obtener resultados claros, acertados y útiles se debe tener claro cuáles son los pasos por seguir. A través de análisis cualitativos y cuantitativos sobre la percepción de Airbnb en los usuarios de hospedaje, en la

ciudad de Cali, se espera la recolección de datos, pertinentes y aplicables al estudio, y así llegar conclusiones posibles y fiables.

8.1 Tipo de investigación

En la investigación que se va a realizar, se obtendrán datos primarios y secundarios, con estos datos tenemos la ventaja que se pueden complementar mutuamente y así lograr obtener resultados más completos y coherentes. La recolección de datos primarios se hará por medio de un estudio de campo, mediante el uso de instrumentos cuantitativos como las encuestas y cualitativos como entrevistas, segmentación de personas y focus group, entre otros. Por medio de estos tipos de investigación, podemos abarcar un gran mercado objetivo y a su vez, nos permite tener buena profundidad en el estudio.

Como se mencionó previamente, también se va a tener en cuenta datos secundarios, ya que estos son de suma importancia para poder realizar una buena investigación. En otras palabras, nos permite conocer teorías e investigaciones pasadas basadas en nuestro tema principal y por ende tener un buen enfoque, permitiéndonos guiar a partir de estas. Por lo cual, el tipo de investigación más acertado a nuestro estudio es el descriptivo concluyente, debido a que en este el objetivo no es influir sobre el comportamiento de los usuarios, sino, es analizar la percepción de los consumidores de los sistemas de hospedaje, así, no se influirá sobre la opinión de los diferentes usuarios.

8.2 Diseño y método de investigación

La investigación de nuestro estudio, el impacto de Airbnb en el sector hotelero se realizó principalmente por medio de libros, estos de manera digital, ya que, al ser un tema relativamente nuevo no se encuentran muchas opciones físicas para ser utilizadas. También, se investigaron papers sobre estudios anteriores relacionados con el tema, de manera, que nos permitiera tener más veracidad. Por otro lado, se acudió a leer artículos de revistas, páginas web y blogs con diferentes opiniones de usuarios alrededor del mundo que han utilizado la plataforma alguna vez.

Además, se analizó el comportamiento de los usuarios y la forma en que funciona la plataforma de Airbnb, y así, entender de mejor forma, las diferentes percepciones de los usuarios. Para esto se hizo uso de la aplicación de manera directa en la ciudad de Cali, Colombia. Se observó la manera en que se usa el servicio y las ventajas, diferencias y desventajas de utilizar esta plataforma, en lugar de hacer uso de un hospedaje convencional como los que ya se conocen en todo el mundo.

Por último, se escogió una muestra específica, a la cual se le realizará las encuestas y entrevistas, con la idea de obtener el mejor desarrollo posible de nuestros estudios. Más adelante se mostrará el proceso de selección de la muestra.

8.3 Fuentes y técnicas utilizadas

Para la obtención de los datos, utilizamos dos tipos de fuentes, las primarias y las secundarias. En las fuentes primarias se recopilaron datos por medio de encuestas y entrevistas,

además de un trabajo de observación como el focus group. Sin embargo, debido a que no existen muchos estudios realizados sobre este tipo de plataformas digitales y su impacto en el sector hotelero, los datos secundarios serán mucho más reducidos que los primarios.

Se buscó la información en diferentes fuentes secundarias como libros digitales, columnas de opinión, foros de debates, la plataforma en línea de Airbnb, entre otros; todas de manera digital, puesto que al ser un tema relativamente nuevo todas las publicaciones se encuentran en línea. Todas las anteriores sirvieron para recolectar la información necesaria, y así, nutrir el proyecto y darle una dirección adecuada.

8.4 Población y tamaño de la muestra

Se debe partir de que la muestra es la parte o fracción representativa de un conjunto de la población objetivo, que en este caso será de la ciudad de Cali. Esta muestra se calculará utilizando la siguiente fórmula matemática cuando la población es finita:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

Z: es el nivel de confianza

P: población a favor

Q: Población en contra

e: error de la estimación

n: tamaño de la muestra

Se manejará un nivel de confianza del 95%, el cual nos arroja un margen de error del 5%, el P (población a favor) será de un 90%, un Q (población en contra) del 10% lo que nos da el siguiente resultado:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,90 * 0,10}{0,05^2}$$

$$n = 138,29 \cong 138$$

Dado este resultado el tamaño de la muestra para la investigación es de 138 encuestas.

9. Diseño del cuestionario

9.1 Modelo del cuestionario

Fecha _____

Encuestador _____

Agradecemos por su participación en este estudio, nosotros somos estudiantes de Economía y Negocios Internacionales de la Universidad Icesi de Cali, Colombia y estamos realizando nuestro proyecto de grado, el cual tiene por finalidad analizar el impacto de Airbnb

en el sector hotelero. La encuesta se realiza con fines educativos, se garantiza anonimato de la persona y confidencialidad de los datos ofrecidos por ustedes.

A continuación, lea el enunciado y marque con una “x” la opción más preferida por usted.

1. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de hospedaje de Airbnb?

Sí ____ No ____

2. ¿Qué le parece Airbnb?

3. ¿Qué otra plataforma de hospedaje, además de Airbnb, conoce usted?

HomeAway _____

Wimdu _____

Flinkey _____

Ninguna _____

Otra _____ ¿Cuál? _____

4. ¿Con qué facilidad maneja usted la plataforma de Airbnb?

Muy fácil ____ Moderadamente fácil ____ Intermedio ____ Moderadamente difícil ____

Muy difícil

5. ¿Encuentra usted un hospedaje que satisfaga sus necesidades por medio de esta plataforma?

Sí ____ No ____

¿Por qué? _____

6. ¿Cuál es la principal razón de buscar hospedaje por esta plataforma?

Fácil uso _____

Gran variedad de ofertas _____

Precios asequibles _____

Otro _____ ¿Cuál? _____

7. ¿Qué característica principal busca usted a la hora de hospedarse en un lugar?

Limpieza _____

Espacioso _____

Buena vista _____

Buena ubicación _____

Precio _____

Otro _____ ¿Cuál? _____

8. ¿Recomendaría usted el uso de esta plataforma?

Sí ____ No ____ ¿Por qué? _____

9. Indique su género: Femenino ____ Masculino ____

10. Ocupación _____
11. Edad: 18 - 25 _____ 26 - 45 _____ más de 45 _____

9.2 Tabulación, análisis y resultados de la encuesta

Pregunta 1. ¿Ha utilizado alguna vez los servicios de Airbnb?

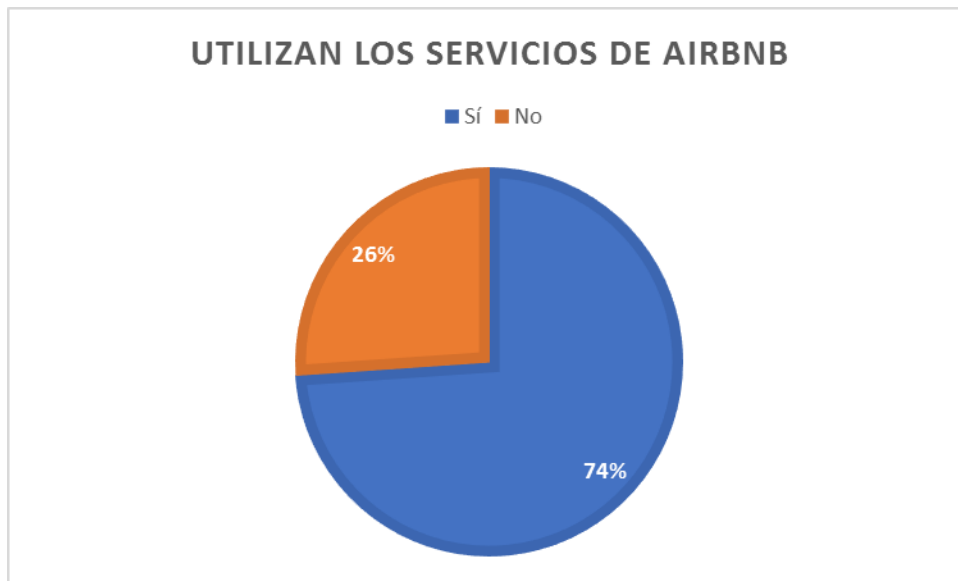


Tabla 1 Porcentaje de encuestados que utiliza Airbnb

De la gráfica anterior, se puede observar que el 74% de los encuestados han utilizado alguna vez los servicios prestados por la plataforma digital Airbnb.

Pregunta 2. ¿Qué le parece Airbnb?

A partir de la información recolectada por parte de las encuestas, obtuvimos por parte de los encuestados distintas respuestas que categorizamos como se muestra en la siguiente tabla. Según esta tabla, podemos concluir que la mayoría de los encuestados considera a Airbnb como una plataforma buena o excelente. Además, que mediante esta plataforma pueden encontrar un acomodamiento que esté ligada a sus preferencias, tanto económicas como de ubicación.

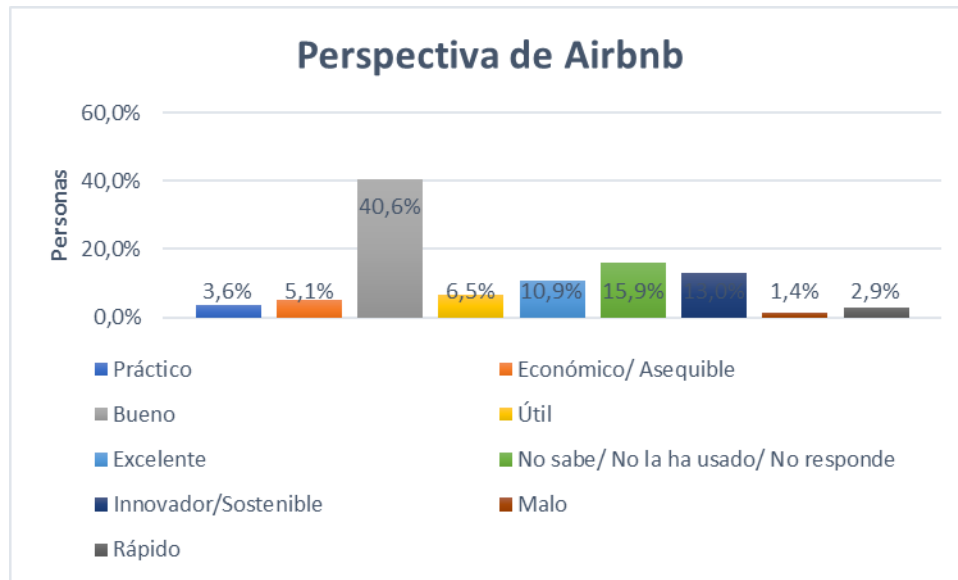


Tabla 2 Perspectiva de los encuestados de Airbnb

Pregunta 3. ¿Qué otra plataforma de hospedaje, además de Airbnb, conoce usted?

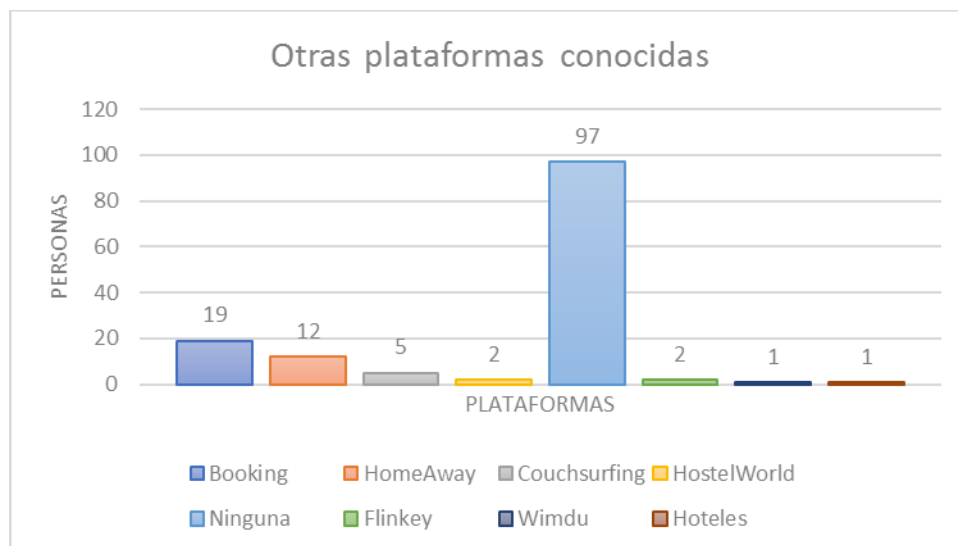


Tabla 3 Otras plataformas conocidas por los encuestados

Teniendo en cuenta las respuestas recolectadas, se realizó la gráfica anterior, en la cual se puede notar que la mayoría de los usuarios de esta plataforma no conocen otra aplicación como Airbnb. Sin embargo, un pequeño porcentaje de estas personas conoce otro tipo de plataformas de hospedaje, de las cuales, la que más se conoce es Booking seguida de HomeAway.

Pregunta 4. ¿Con qué facilidad maneja usted la plataforma de Airbnb?

Teniendo en cuenta la siguiente gráfica, podemos observar que los usuarios encuestados de esta plataforma consideran que el manejo de esta página web es muy fácil, por lo que pueden encontrar lo que necesitan de acuerdo con sus necesidades. Sin embargo, aproximadamente un 27% de los encuestados manifiesta que les resulta difícil o muy difícil manejar esta plataforma de hospedaje.

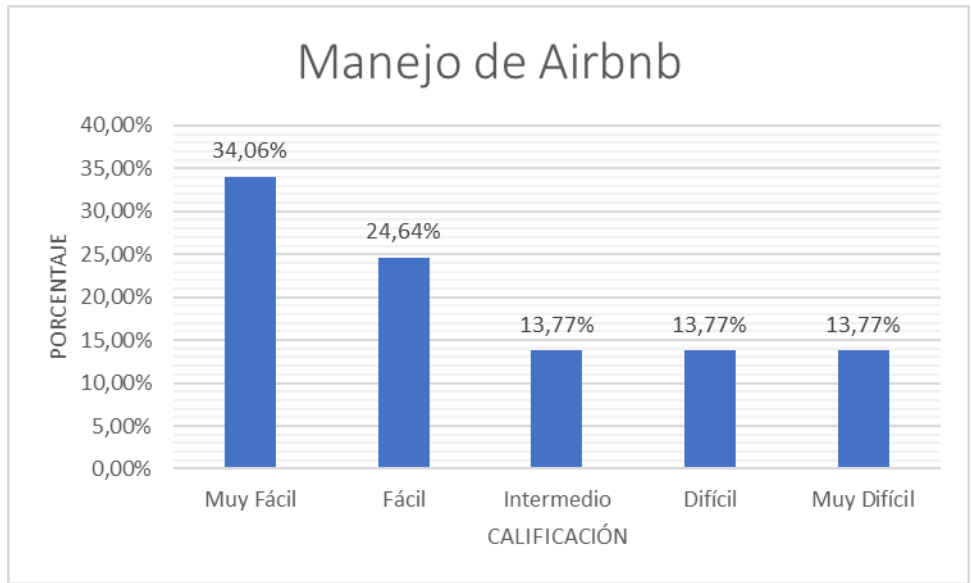


Tabla 4 Facilidad en el manejo de la plataforma

Pregunta 5. ¿Encuentra usted un hospedaje que satisfaga sus necesidades por medio de esta plataforma? ¿Por qué si o por qué no?

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede observar que el 74,64% de los usuarios encuestados sí encuentran un hospedaje que satisfaga sus necesidades o preferencias. Esto se debe a que la plataforma digital ofrece variedad a sus usuarios, además de precios asequibles para todo tipo de personas. Por otro lado, estos usuarios también se encuentran satisfechos con la facilidad que tiene la plataforma para permitirles escoger la ubicación de la acomodación que quieran elegir.

Sin embargo, algunos encuestados manifestaron que en algunas ocasiones la plataforma mostraba imágenes falsas acerca de la acomodación, por lo que algunas veces se muestra información falsa que confunde y molesta a los usuarios.

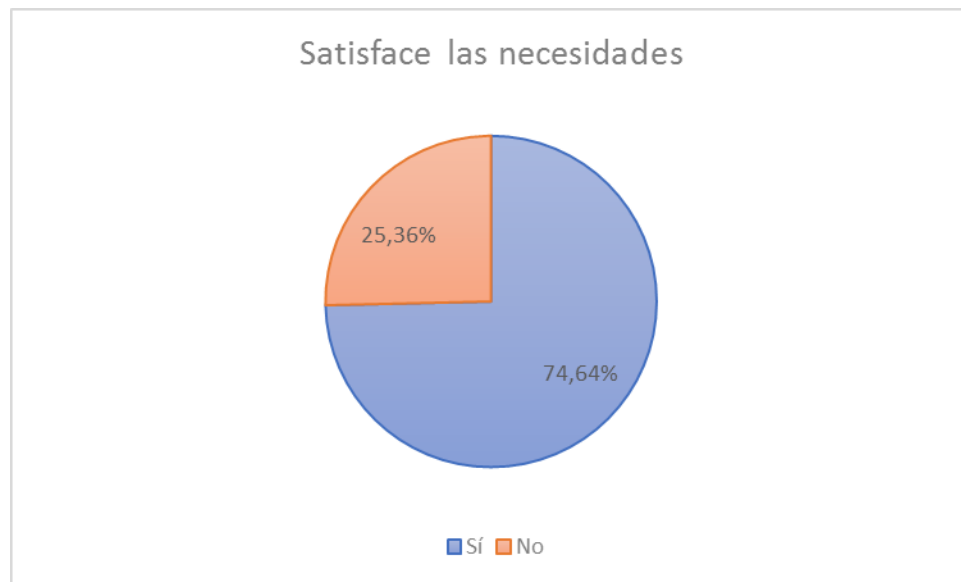


Tabla 5 Porcentaje de satisfacción de los encuestados

Pregunta 6. ¿Cuál es la principal razón de buscar hospedaje por esta plataforma?

Entre las opciones brindadas a los encuestados, el 43% representado por 60 personas, eligió los precios asequibles como la principal razón para búsqueda un hospedaje por la plataforma estudiada. Seguido de la gran variedad de ofertas que se pueden encontrar en Airbnb con un porcentaje del 35% elegido por 50 personas. También, se encontró que el 15% de los encuestados, eligió otras opciones, donde básicamente expresaba la mayoría, que no habían usado nunca la plataforma y, por ende, no se había realizado una búsqueda previa en esta modalidad.

El otro porcentaje de personas que respondió otras opciones, básicamente aclaraban que la principal razón de buscar un hospedaje en Airbnb eran todas las opciones brindadas. Por último, con un 7%, la razón menos votada, fue el fácil uso de manejar la plataforma, siendo la razón menos importante para hospedarse en Airbnb. En este orden de ideas, encontramos que el impacto positivo que Airbnb está provocando en los usuarios, se da, por los precios asequibles y la gran variedad de ofertas que tienen respecto a las otras modalidades de hospedaje.

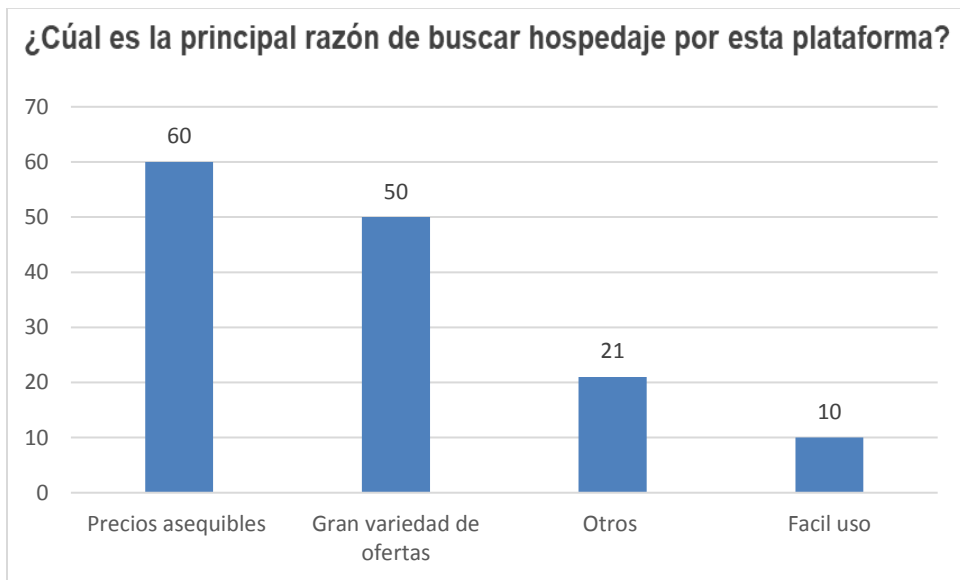


Tabla 6 Razones para buscar hospedaje en Airbnb

Pregunta 7. ¿Qué característica principal busca usted a la hora de hospedarse en un lugar?

Para el 44% de los encuestados, el cual consta de 62 personas, la buena ubicación es la principal característica a la hora de pensar en un hospedaje ideal. Por otro lado, el 30% representado por la votación de 43 personas, afirmó que el precio es lo más importante para ellos cuando buscan un lugar para hospedarse, seguido por 15% que piensan que la limpieza es lo más fundamental para hacer uso del respectivo servicio. El 3% de los encuestados dijo que la combinación entre precio y ubicación era esencial para hospedarse en un determinado lugar, y

que una característica tiene que ir de la mano con la otra, y las dos son igual de importantes. Por último, el restante 8% está conformado por las personas que eligieron más de una característica. En este orden de ideas, se entiende que la ubicación y el precio son características primordiales para que los clientes realicen uso del servicio de hospedaje, y es por la gran variedad de opciones que ofrece Airbnb, que está siendo bien acogido a nivel mundial, ya que se acomoda a las necesidades de los respectivos usuarios.

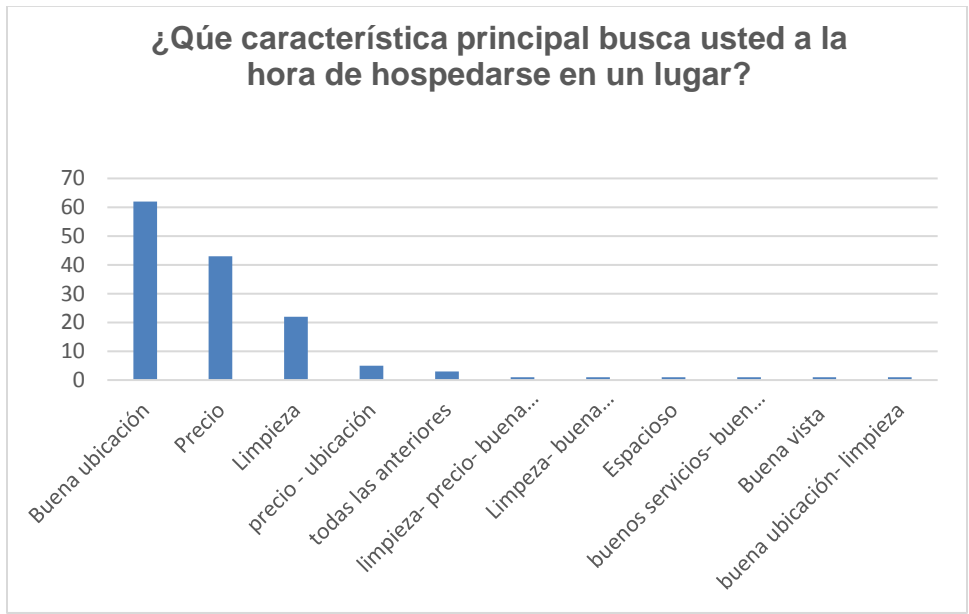


Tabla 7 Características que debe tener un hospedaje

Pregunta 8. ¿Recomendaría usted el uso de esta plataforma?

Un 84% de la muestra, siendo 119 personas, afirmó que sí recomendaría usar la plataforma de Airbnb como una forma alternativa de hospedarse, mientras que el 16% restante no recomendaría hacer uso de Airbnb. Lo anterior quiere decir que la gran mayoría de los encuestados han tenido una experiencia buena o gratificante haciendo uso de la plataforma estudiada y todos los beneficios que esta ofrece.

Por ende, es muy probable que, si se realiza una buena búsqueda en la plataforma, muchas personas van a quedar satisfechas con el servicio utilizado, cumpliendo con todas sus respectivas necesidades y expectativas. Entre las personas que votaron que sí, la mayoría lo recomendaría según las encuestas, por su variedad de precios y ubicaciones, que, según el estudio realizado, son de las características más importantes a la hora de buscar un hospedaje. El por qué las personas no recomendarían hacer uso de Airbnb, era porque no lo habían utilizado antes o tuvieron una mala experiencia. El 53% de la muestra fueron hombres, 45% mujeres y el 2% otros.

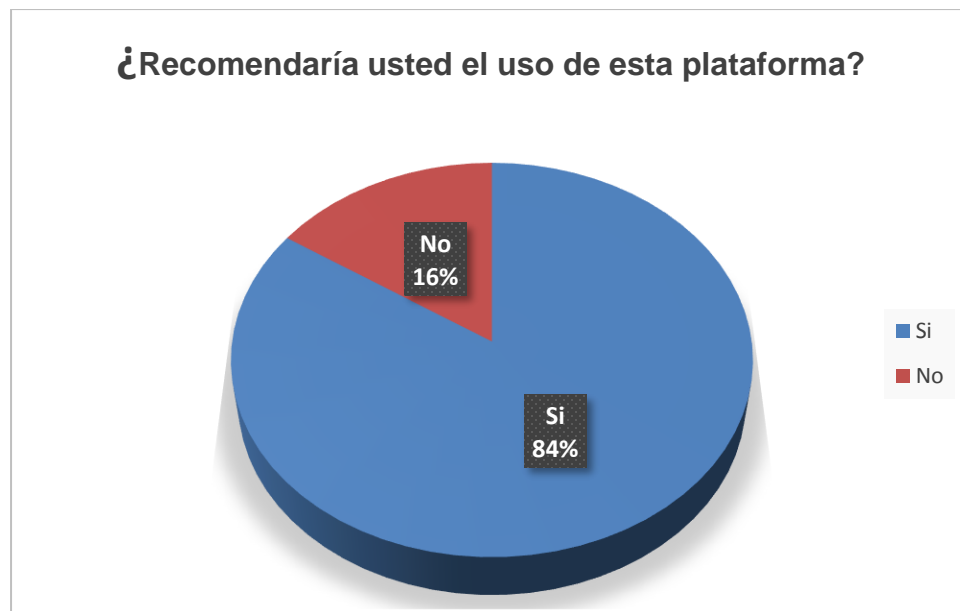


Tabla 8 Porcentaje de recomendación de Airbnb

Preguntas 10 y 11. Ocupación y edad

Entre los 141 encuestados, 71 personas son estudiantes, representando el 51% de la muestra, 64 personas son profesionales, teniendo un porcentaje del 46%, el último 3% se divide entre personas que respondieron que eran pensionados, ama de casa y desempleados. De los cuales 80 personas se encuentran entre el rango de 18 a 25 años, 49 personas están ubicados entre 26 a 45 años y 12 personas tienen más de 45 años. Lo anterior indica, que la mayoría de las

personas que hacen uso de esta plataforma al ser digital son personas entre los 18 y 45 años que se han adaptado correctamente a las tecnologías de información y de comunicación.

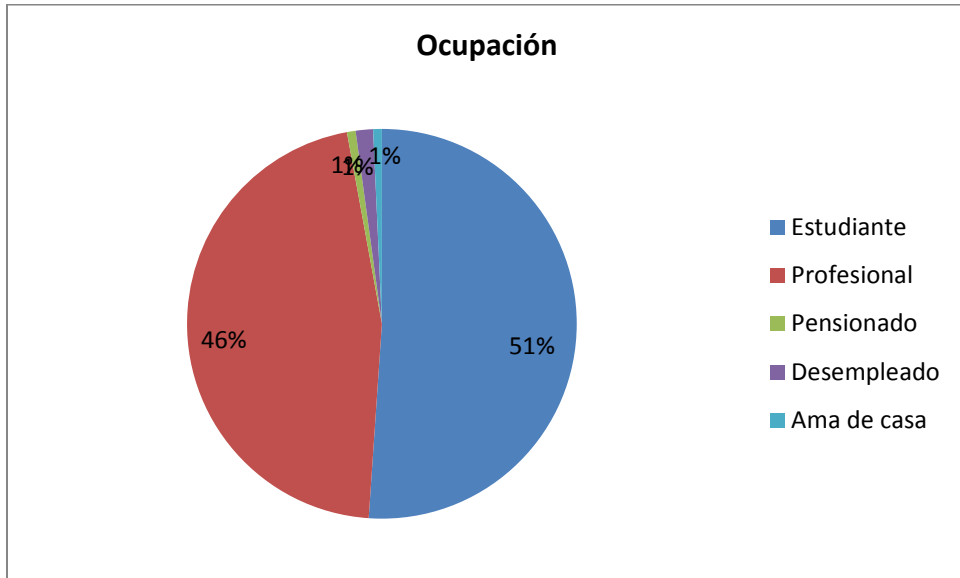


Tabla 9 Ocupación de los encuestados

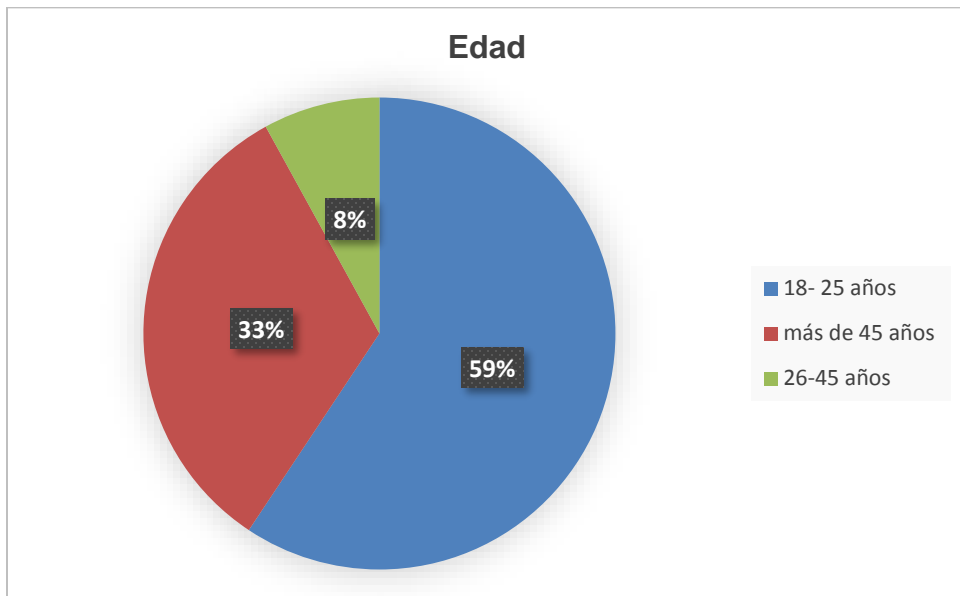


Tabla 10 Edad de los encuestados

9.3 Síntesis analítica de los resultados de la encuesta

A pesar de que los encuestados presentan una gran variedad de edades y son principalmente estudiantes y profesionales, en su mayoría han tenido buenas experiencias o recomendaciones con el uso de Airbnb y reconocen que los servicios que ofrece la plataforma al ser muy variados se pueden acomodar fácilmente a lo requerido por los clientes. Por lo tanto, a la hora de buscar un hospedaje indicado, en la mayoría de los casos, piensan en Airbnb como su primera opción.

La mayoría de los encuestados consideran que lo más importante cuando se piensa en utilizar algún tipo de hospedaje es poder contar con una buena ubicación, la cual se acomode a las necesidades del cliente y encontrar precios asequibles que se ajusten a el presupuesto económico de los mismos. El 74% de los encuestados optó por estas dos características, motivo por el cual, cuando piensan en Airbnb, ven ahí una forma de hospedaje ideal para las diferentes necesidades.

Es importante mencionar que, para los encuestados, en su mayoría, personas entre los 18 y los 25 años, encuentran que el manejo de la plataforma les parecía muy fácil o simplemente fácil de usar, esto, básicamente por el gran avance e importancia de las diferentes tecnologías de información y de comunicación en la vida cotidiana de las personas.

Finalmente, un gran porcentaje de los encuestados recomendaría hacer uso de la plataforma, debido a todas las características que mencionamos anteriormente destacándose el fácil manejo que ofrece la plataforma, la gran variedad de ofertas, donde se pueden encontrar diferentes lugares con especificaciones variables acomodándose a diferentes tipos de personas y, por último, por la gran variedad de precios que ofrecen o se pueden encontrar en los diferentes hospedajes.

10. Estrategias y Tácticas

10.1 Recomendaciones

Pese al gran impacto de esta plataforma en la manera en que las personas deciden alojarse, hay distintos factores que se pudieron percibir durante las encuestas, que podrían llegar a ser oportunidades de mejora para la aplicación. Por ejemplo, pese que existen usuarios que consideran que el manejo de la aplicación es sencillo, hay otro porcentaje que no están totalmente de acuerdo. Por esto, si se planeara la construcción de un instructivo dentro de la aplicación o de un sistema de preguntas en línea, ayudaría a que el uso de Airbnb fuera más fácil y entendible para la gran mayoría de usuarios.

A su vez, es importante destacar que se encontraron usuarios insatisfechos con la aplicación. Una de las razones era que en ocasiones las imágenes subidas a esta plataforma no concordaban realmente con la apariencia o características del apartamento, por lo que esto presentaba una desilusión al cliente al llegar a su lugar de estadía. Este punto, consideramos que es muy relevante, debido a que está en juego la reputación de Airbnb. Por lo cual, una recomendación sería diseñar un mecanismo de evaluación, además del de puntuación por parte de los clientes que ya tiene la página, para que sea Airbnb quien constate efectivamente cuáles alojamientos tienen información engañosa, y así, garantizarle al cliente que todos los alojamientos cumplen con las características que se mencionan dentro de esta plataforma.

Por último, otra de las razones por las cuales algunos usuarios no recomendaban el uso de Airbnb, era la frecuencia de viaje y el precio de algunos alojamientos. Lo primero, por supuesto, nada tiene que ver con la plataforma como tal, sin embargo, es importante para la aplicación conocer las posturas de los usuarios para crear campañas de mercadeo o impulsar la marca de tal

manera que el cliente siempre a la hora de viajar tenga presente a Airbnb como una buena opción de alojamiento.

En cuanto al segundo factor mencionado en el párrafo anterior, Airbnb puede proponer una regulación de precios, en los cuales se tenga en consideración variables como ubicación, metros cuadrados, entorno, y demás. Así, se garantizaría un precio estándar, y el cliente puede ver las razones del precio asignado para cada una de las locaciones.

10.2 Conclusiones

El servicio de hospedaje a nivel mundial ha existido desde tiempos remotos, hoy en día, en un mundo globalizado, donde viajar se hace cada vez más sencillo es necesario contar con establecimientos que presten servicios de hospedaje buscando satisfacer las necesidades de cada uno de los posibles clientes.

A lo largo del estudio realizado se pudo encontrar información suficiente para tener idea del porqué Airbnb es utilizado y por qué es una buena alternativa para las personas que piensan en hacer uso de un servicio de hospedaje. Por medio de la información recolectada previamente, y basándonos en los datos y resultados, se puede afirmar que varias personas hacen uso de la plataforma Airbnb porque esta ofrece todo tipo de hospedajes, es decir, tienen ofertas para todo tipo de personas con gran variedad de gustos.

Consideremos ahora otra razón por la cual las personas deciden utilizar Airbnb, y es por su precio. Por lo anterior, se piensa que una de las principales causas del éxito y apogeo de Airbnb es la variedad y la gran escala de precios que se pueden encontrar usando la plataforma. Lo

anterior se da básicamente porque hay muchas ofertas, cada una diferente, acomodándose de muy buena manera y satisfaciendo todas las necesidades y exigidas por el cliente.

Por otra parte, hay una proporción de usuarios que desconoce la existencia de Airbnb, y por esta razón no la utilizan o es muy difícil para ellos utilizarla. Una de las razones por la que puede ocurrir lo anterior es porque los usuarios son personas jóvenes que se encuentran entre los 18 y 25 años, lo que significa que tienen una mayor facilidad de acceso y debido a su conocimiento en informática les resulta sencillo utilizar la aplicación.

Por último, pese al apogeo que ha tenido esta plataforma digital durante estas décadas, por medio de las encuestas realizadas se puede concluir que todavía existen personas que prefieren hospedarse en un hotel y no utilizar los servicios de esta aplicación. Lo anterior se debe a que los servicios prestados por los hoteles como entretenimiento, bar, bufete, entre otros, generan una experiencia en cada consumidor, que no es fácil de remplazar. Mientras que Airbnb no ofrece ninguno de estos beneficios a sus clientes por lo que pierde competitividad.

11. Referencias

AirbnbCitizen. (2017). El 70% de los anfitriones de Airbnb Colombia comparte su casa para ganar dinero extra. Airbnb. Recuperado de <https://www.airbnbCitizen.com/es/el-70-de-los-anfitriones-de-airbnb-en-colombia-comparte-su-casa-para-ganar-dinero-extra/>

Ayala, L (2013). México: Airbnb impulsa economía de colonias en la CDMX. *América Retail*. Recuperado de <https://www.america-retail.com/horeca/mexico-airbnb-impulsa-economia-de-colonias-en-la-cdmx/>

Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. (2013). Breve historia de la industria hotelera. Recuperado de <https://cegaho.wordpress.com/2013/07/25/historia-industria-hotelera/>

COTELCO Bogotá reveló estudio sobre Airbnb. (2017). *La Agencia de Viajes Colombia*. Recuperado de <http://www.laagenciadeviajes.com/articles/3266/cotelco-bogota-revelo-estudio-sobre-airbnb->

Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional. El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

12. Bibliografía

AirbnbCitizen. (2017). El 70% de los anfitriones de Airbnb Colombia comparte su casa para ganar dinero extra. Airbnb. Recuperado de <https://www.airbnbCitizen.com/es/el-70-de-los-anfitriones-de-airbnb-en-colombia-comparte-su-casa-para-ganar-dinero-extra/>

Airbnb impulsa economía de colonias en la CDMX: estudio del IMCO. (2018). *Forbes México*.

Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/airbnb-economia-colonias-cdmx-estudio-imco/>

Airbnb apunta a América Latina, donde más crece en este momento. (2017). *El Comercio*.

Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/airbnb-apunta-america-latina-crece-momento-420028>

Aledo, A., Ortuño, A. y Jimeno, I. (2017). Estudio exploratorio sobre el impacto de Airbnb en

la Costa Blanca. Universidad de Alicante. DOI: 10.14198/Destinos-Turisticos-Inteligentes.2017.03

Ayala, L (2013). México: Airbnb impulsa economía de colonias en la CDMX. *América Retail*.

Recuperado de <https://www.america-retail.com/horeca/mexico-airbnb-impulsa-economia-de-colonias-en-la-cdmx/>

Balaguer, F. (2018). ¿Cuáles son las claves del éxito de Airbnb? *miCliente*. Recuperado de

<https://micliente.net/cuales-son-las-claves-del-exito-de-airbnb/>

Barrera, J., Leyva, J., Maldonado, D., y Primero, A. (2013). *Análisis Sectorial: Sector hotelero*

en Colombia (Tesis pregrado). Universidad Icesi, Cali, Colombia.

Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. (2013). Breve historia de la industria hotelera.

Recuperado de <https://cegaho.wordpress.com/2013/07/25/historia-industria-hotelera/>

COTELCO Bogotá reveló estudio sobre Airbnb. (2017). *La Agencia de Viajes Colombia*.

Recuperado de <http://www.laagenciadeviajes.com/articles/3266/cotelco-bogota-revelo-estudio-sobre-airbnb->

Cruz, C. (2018). Airbnb: "Latinoamérica es la región que está creciendo más para nuestro negocio". *CNET en español*. Recuperado de <https://www.cnet.com/es/noticias/airbnb-latinoamerica-crecimiento-region-negocio/>

Díaz, R., Gutiérrez, D., y García, F. (2014). Airbnb como un nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. *Emprendimiento e Innovación: Nuevos modelos de negocio en la empresa turística*. XIII Congreso AECIT, INVAT.TUR, Benidorm, España.

La historia de Airbnb: soluciones innovadoras a problemas habituales. (2018). *Mobile World Capital*. Recuperado de <http://mobileworldcapital.com/es/2014/02/24/412/>

La economía colaborativa, a pasos agigantados. (2016). *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/economia/articulo/uber-airbnb-y-bitcoin-economia-colaborativa-amenaza-a-la-tradicional/465955>

La economía dejó de desacelerarse, pero no crecería más allá del 2%. (2017). *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/pib-de-colombia-en-el-segundo-trimestre-del-2017-120050>

Mesa, J. (2016). Ojo con Airbnb (I). *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/opinion/articulo/juan-carlos-mesa-airbnb-puede-ser-un-problema-grande-para-colombia-en-un-futuro/479800>

Noguera, N. (2017). Colombia inicia las conversaciones para regular Airbnb. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/vida/viajar/colombia-inicia-conversaciones-para-regular-airbnb-101866>

Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional. El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Ortíz, A. (2016). *El impacto de la economía colaborativa en sector transporte de pasajeros de Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá.

Zervas, G., Proserpio, D., y Byers, J. (2014). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.