



UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
ESCUELA DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE TURISMO

PROYECTO FINAL DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:

Licenciado(a) en Dirección y Gestión del Turismo

Tema:

"Efecto de la estrategia competitiva de la empresa Airbnb al sector hotelero tradicional de

Santo Domingo, República Dominicana"

Sustentante:

Clariana Acosta / 19-0708

Asesora:

Gloria Valdés Lazzaro

Santo Domingo, República Dominicana.

4 abril de 2022

RESUMEN

En dicha investigación se pretende explicar cuáles son las desventajas que tiene el sector hotelero tradicional tras el auge de las empresas que operan bajo el modelo de negocio compartido en busca de profundizar el estudio de Airbnb, mediante la revisión de investigaciones existentes acerca de su impacto en la industria hotelera tradicional y analizar cuál es la situación de República Dominicana y cuál es el nivel de afectación que a tenido el crecimiento de Airbnb en la hotelería de Santo Domingo, República Dominicana.

Palabras claves: Airbnb, Sector Hotelero, Ventaja Competitiva, Alojamiento, Alojamiento compartido particulares, Comercialización online.

ABSTRACT

This research aims to explain the disadvantages that the traditional hotel sector has after the rise of companies operating under the shared business model in order to deepen the study of Airbnb, by reviewing existing research on its impact on the traditional hotel industry and analyze what is the situation in the Dominican Republic and what is the level of impact that the growth of Airbnb has had on the hotel industry in Santo Domingo, Dominican Republic.

Keyword: Airbnb, Hotel Sector, Competitive Advantage, Accommodation, Private shared accommodations, Online Marketing.

ÍNDICE

1.1 INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
FORMULACIÓN DE PREGUNTAS BASADAS EN EL PROBLEMA.....	9
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE AIRBNB.....	11
2.2 REACCIÓN DE LA INDUSTRIA DE ALOJAMIENTO FRENTE A LA PROPUESTA DE SERVICIO DE AIRBNB.....	13
2.3 CAMBIOS EN LA OFERTA DE SERVICIOS DENTRO DE LA INDUSTRIA HOTELERA.....	14
2.4 AIRBNB EN REPÚBLICA DOMINICANA.....	15
2.5 PROPIEDADES ACTIVAS EN REPÚBLICA DOMINICANA.....	17
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
3.1 METODO DE RECOLECCION DE DATOS.....	19
3.2 PLAN DE GESTIÓN DE DATOS.....	19
4. DATOS, Y ANÁLISIS MUESTRA DE LOS DATOS.....	21
5.PROPUESTA.....	40
6.CONCLUSION.....	42
REFERENCIAS.....	43

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero agradecerle a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la dedicación para llegar hasta aquí, por ayudarme a seguir adelante hasta lograr mi objetivo de concluir este proceso de manera satisfactoria y a su tiempo.

A mi madre Claribel Encarnación y a mi abuela Ana Encarnación, por luchar incansablemente, acompañarme de lejos en este proceso, dando motivación cada día a no desistir, perseverar en mi meta y creer en mí en cada momento, por darme todos los recursos para que pueda construir mi camino.

A mis tías Elizabeth, Fátima y Violetta, gracias por creer en mí y brindarme apoyo en todo lo necesario para ver mi propósito realizado, por alentarme y siempre estar presente para abogar por mi potencial.

A mis amigas, gracias por preocuparse siempre por mi bienestar emocional en medio del desarrollo de mi proyecto y transcurso de carrera, por estar pendiente a mí y apoyarme en cada momento.

A los docentes que siempre estuvieron dispuestos a ayudar y con su conocimiento y bondad aportaron a mi crecimiento personal y profesional.

Me siento feliz y agradecida por siempre permanecer firme a mis objetivos y creencias y por siempre ver luz donde había oscuridad, por ser resiliente y levantarme y seguir con más fuerza en cada una de las adversidades del camino.

Le agradezco a todos y cada uno de los que fueron parte de este proceso.

1.1 INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores que más le aporta a la economía y desarrollo del sector turístico de república dominicana, una experiencia de un turista no es completa si no cuenta con diferentes tipos de alojamiento donde pueda elegir. En el año 2008 se integra la plataforma de Airbnb siendo una plataforma de reservas nueva y con un gran impacto al punto de que actualmente es considerada una competencia para los hoteles.

Esta investigación busca responder si realmente Airbnb es una competencia directa para la hotelería y en cuáles áreas le afecta. Se busca contrastar los diferentes puntos de vista tanto de los turistas que han utilizado los servicios como los gerentes de hoteles de República Dominicana para identificar, analizar y poder comprender el fenómeno.

El estudio de cómo afecta la estrategia competitiva de la empresa Airbnb al sector hotelero tradicional de República Dominicana es significativo porque busca analizar la incertidumbre que genera respecto a cuánto podría afectar a los sectores en que operan. Teniendo así una utilidad tanto académica como empresarial, la académica radica en el estudio analítico y trabajos de investigación previamente elaborados sobre el tema. Cualquier interesado en la industria de viajes y turismo podrá extraer percepción real examinar el contenido y la utilidad empresarial para hoteleros y demás trabajadores del sector turístico con una clara comprensión de los principales actores y de las acciones que emprenden para tratar de alcanzar una posición ventajosa frente al resto de los competidores.

¿Cómo afecta la estrategia competitiva de la empresa Airbnb al sector hotelero tradicional de Santo Domingo, República Dominicana?

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

En la actualidad se evidencia que las personas deciden disfrutar al máximo y al menor costo del turismo informal; si es un grupo de personas que los costos de hospedaje se multiplicarían como comida, entre otros; por lo tanto hay personas que optan por buscar alternativas que mejor se le acomode como lugares asequibles económicamente y una de las opciones que gracias a la tecnología ha venido creciendo es la plataforma AIRBNB, una opción de hospedaje económica que ofrece desde habitaciones hasta apartamentos amoblados para estadias por días o largas estancias a costos variados, y que por supuesto llaman la atención a todos los viajeros del mundo.

Airbnb utiliza la tecnología para conectar personas que buscan alojamiento con aquellas que están dispuestas a rentar un cuarto de su casa o departamento, se puede decir que están creciendo e invadiendo el terreno de los hoteles tradicionales ya que el mercado que le pertenecía totalmente ahora es compartido por las personas que deciden optar por estos servicios de alojamiento independiente.

Es así como la plataforma Airbnb y el análisis hecho en el presente ejercicio investigativo, se convierte en una nueva manera de negocio de hospedaje ofrecido por internet y que a la fecha viene acaparando parte del mercado que antes le pertenecía en su totalidad a los

hoteles pero ahora la realidad es otra, pues las cifras registradas tanto en la plataforma de Airbdna y un estudio realizado por Analyticsrd refleja que pese a que el sector turístico crece no se ve reflejado ese crecimiento en su totalidad en las hotelería tradicional, y estos se están viendo afectados económicamente por este sector debido a que no se encuentra regulado y que automáticamente uno está ganado en hospedaje el otro no obtiene la misma ganancias.(Salazar V. Torres W. 2018)

Según un estudio realizado en Airbnb es uno de los modelos de negocios más exitosos y rentables de los últimos años, desde su salida al mercado, la plataforma sirve para publicar y reservar alojamientos a bajo costo no ha hecho más que crecer a pasos agigantados en todo el mundo siendo así una posible amenaza para la industria hotelera de la República Dominicana principalmente las industrias de gama media y baja. (Airbnb, 2018)

Desde el lanzamiento y auge de la plataforma Airbnb se han planteado diferentes disyuntivas del impacto que esto podría tener tanto positivo como negativo en la industria hotelera tradicional.

La finalidad de este trabajo es analizar y comparar las investigaciones realizadas para llegar a una conclusión de que impactó tiene en la industria hotelera tradicional y cuáles son las estrategias que Airbnb toma de manera ventajosa frente al resto de sus competidores afectando en sí sus ventas y su estrategia tanto de de precio como de adaptación a nuevas necesidades de los huéspedes.

FORMULACIÓN DE PREGUNTAS BASADAS EN EL PROBLEMA

- **¿Cuál es el efecto de la estrategia de Airbnb en República Dominicana al sector hotelero tradicional, que tan demandado es y cómo afecta sus ventas?**

- **¿Realmente Airbnb podría ser un sustituto del sistema hotelero en República Dominicana?**

- **¿Cuáles son las provincias que tienen mayor rentabilidad por la plataforma Airbnb y con qué frecuencia las personas lo utilizan?**

En primer lugar, se contextualiza la temática en cuestión, estudiando conceptos clave para la comprensión del texto, como la ventaja competitiva, la tecnología y la innovación en industria hotelera, comercialización online, Airbnb, alojamiento, alojamientos independientes y estrategia.

En segunda instancia busca determinar si al contrastar puntos de vista distintos se encuentra el punto focal de cuánto impacto podría tener sobre la cuestión del sector del alojamiento en la era digital.

Por último, con esta investigación se busca evaluar el tipo de estrategia que sigue la empresa Airbnb, la conclusión de los resultados pretende responder a la pregunta de si la plataforma colaborativa de alojamiento Airbnb representa un producto sustitutivo del hotel tradicional y, en caso afirmativo, determinar qué gama hotelera es la más afectada.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivos generales:

El propósito general de esta investigación es analizar la competencia entre la plataforma digital Airbnb en la industria del alojamiento cuyo modelo de negocio está basado en la economía colaborativa y las opciones de alojamiento más relevantes.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Definir y determinar la mutación en el modelo de negocio y la actividad de Airbnb, que nace como una de las principales economías colaborativas que opera a través de una plataforma digital.
- Estudiar las principales alternativas de alojamiento y determinar los competidores más afectados por la actividad de Airbnb.
- Exponer y estudiar las actuaciones de las entidades de alojamiento tradicional en las zonas de República Dominicana donde se refleja un impacto mayor tras la entrada de Airbnb.
- Analizar el escenario de competencia de Airbnb.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Historia y evolución de Airbnb

Airbnb surgió en 2008, cuando dos diseñadores que tenían espacio libre en su casa decidieron ponerlo a disposición de tres viajeros que buscaban un sitio para alojarse. En la actualidad, millones de anfitriones y huéspedes se animan a crear una cuenta gratuita en Airbnb para publicar sus anuncios y reservar alojamientos únicos en todo el mundo. Además, los anfitriones de experiencias en Airbnb comparten sus intereses y pasiones tanto con los viajeros como con la gente local.

Airbnb surgió como una idea simple y sencilla: un espacio donde la gente pudiera encontrar alojamiento barato, por tiempos cortos y que, además, fuera confiable. Con esos tres elementos, Brian Chesky y Joe Gebbia iniciaron en 2008 una aventura digital con pocas probabilidades de éxito después de padecer por sí mismos la imposibilidad de conseguir hospedaje para uno amigos que asistían a la Conferencia de Diseño Industrial de ese año, celebrada en San Francisco (Mayorga, 2013)

Según el artículo todos los hoteles por la fecha estaban ocupados por lo que se les ocurrió a estos tres estudiantes la magnífica idea de abrir un espacio en su propio apartamento, habilitando un lugar cómodo con un colchón de aire y desayunos en la mañana, todo para satisfacer la demanda hotelera del momento; es así como nace el negocio más novedoso del mundo Airbnb una red social que por medio de publicaciones de sus propios espacios ofrecen hospedajes asequibles a turistas del mundo.

Las plataformas digitales de Airbnb han revolucionado el mercado pues toda esta tecnología ha permitido que los turistas de diferentes partes del mundo se conecten con lo que necesitan pues por medio de la plataforma pueden tener un acercamiento al lugar sin estar presentes, contando con la posibilidad de elegir entre varias opciones lo que más les conviene de acuerdo a sus necesidades.

Esta modalidad de hospedaje internacional hoy cuenta con más de 350.000 lugares propios enlistados en donde se puede encontrar desde habitaciones, apartamentos, camiones, iglús, castillos, entre otros. Su portafolio ha sido demandado por más de 4 millones de personas que han utilizado el servicio, generando ganancias a sus dueños, de otra parte, ha tenido su impacto al sector hotelero que ha generado la disminución en la ocupación hotelera.

Según Mayorga, Airbnb funciona como “un mercado comunitario en el que los huéspedes pueden reservar los alojamientos de los anfitriones. Se ponen en contacto con ellos mediante el sistema de mensajes para confirmar la disponibilidad del alojamiento y envían una solicitud de reserva cuando se han decidido. (Mayorga, 2013)

Es importante que ambas partes se comuniquen y realicen las transacciones a través de Airbnb para asegurar la confianza y seguridad en la comunidad y para garantizar que cumplen con los términos y condiciones”. (Mayorga, 2013)

2.2 2 Reacción de la industria de alojamiento frente a la propuesta de servicio de Airbnb

Las diversas cadenas hoteleras que conforman la industria de alojamiento han tenido diferentes reacciones frente a la propuesta de Airbnb. La tendencia por dichas cadenas de Hoteles, es la segmentación de sus hoteles de manera que cumplan con las exigencias y los gustos del mercado de personas que viajan. También, algunos hoteles han realizado propuestas híbridas combinando la forma tradicional con la economía colaborativa modelo económico que hace uso Airbnb. A continuación, se mencionan las más relevantes.

En el caso del hotel Barceló han diversificado su portafolio con una estrategia multimarca. Buscando una diferenciación y segmentación en sus clientes. Actualmente, han reducido solo a cuatro marcas todos sus hoteles, con el objetivo de buscar diferenciar su producto, adaptarse mejor a la demanda del mercado actual y a diferenciarse de la competencia de Airbnb. La primera marca es el segmento Royal Hideaway, son hoteles únicos y exclusivos. La segunda marca, Barceló Hotels & Resorts, su enfoque está ligado a la cultura local, la creatividad y la innovación. La tercera marca, la marca Occidental se centra en la experiencia de tranquilidad y altos estándares de servicio, está dirigida a una estancia de máxima relajación. Finalmente, la marca Allegro, la cual cuenta con 4 hoteles, está dirigido a un público millennials, sus hoteles están ambientados a brindar una experiencia más divertida y más informal (González, 2018).

2.3 Cambios en la oferta de servicios dentro de la industria hotelera

“En el estado de Texas se cuantificó el impacto de Airbnb en la industria hotelera de Texas durante la década siguiente. Se estimó que en Austin, donde la oferta de Airbnb es más alta, el impacto causal en los ingresos del hotelaría está en el rango de 8-10%; además, el impacto no es uniforme, siendo los hoteles de menor precio y los hoteles que no atienden a los viajeros de negocios los más afectados. El impacto se manifiesta principalmente a través de precios de habitaciones de hotel menos agresivos, un impacto que beneficia a todos los consumidores. La respuesta de los precios es especialmente pronunciada durante los períodos de máxima demanda, y se debe a una característica diferenciadora de las plataformas de economía compartida en dicho caso Airbnb que permite escalar el suministro instantáneo para satisfacer la demanda” Quattrone, G.; Proserpio, D.; Quercia, D.; Capra, L. y Musolesi, M. (2016, April),

Tras la entrada de Airbnb la popularidad y crecimiento de Airbnb ha generado que la industria hotelera realice cambios en el mecanismo de diseñar sus ofertas de sus servicios con el fin de hacer frente a las nuevas demandas de quienes buscan experiencias más auténticas y procesos más eficientes (Tello, 2018). Por un lado, actualmente se puede encontrar que dentro de la oferta que realiza los hoteles para promocionar una estadía en sus instalaciones por los fines de semana, la mayoría se encuentran relacionadas a algún evento como una obra de teatro, un acontecimiento deportivo o un concierto, de forma que su producto sea una experiencia y no una mera cama, ducha, techo y desayuno (Libre, 2015).

Del mismo modo, Airbnb al ser una plataforma virtual facilita al cliente tener todo al alcance de su dispositivo móvil. En consecuencia, el hotel Accor implementó el proceso de

registro de entrada y salida online, de tal modo que dos días antes de su llegada el huésped recibirá un e-mail invitándole a realizar el registro de entrada o check-in a través de su dispositivo móvil y cuando llegue al hotel, la llave de su habitación estará lista para el huésped. Al momento de la salida, sólo tendrá que dejar la llave y habrá hecho así el registro de salida o check-out. Por otro lado, algunos hoteles como estrategia ante esta nueva plataforma prefieren mantenerse en ofrecer los servicios básicos sin implementar valor agregado, donde deciden disminuir las tarifas, por lo que, respecto al aspecto vacacional, hoteles como Iberostar lanzan sus marcas de bajo costo o low cost (Libre, 2015).

Finalmente, las grandes cadenas están invirtiendo en la creación de nuevas marcas, diseñadas específicamente para adaptarse a las nuevas tendencias y gustos de los Millennials, que ya suponen más de un 30% de los clientes que se alojan en los hoteles (García, 2018).

Asimismo, las grandes cadenas de hoteles buscan ofrecer una experiencia ligada a la cultura local adaptándose al consumo actual y buscando que los hoteles valores la responsabilidad social, ya que los huéspedes, en especial los Millennials, buscan que los hoteles en los que se alojan se comprometan con la sostenibilidad (Hinojosa, 2018).

2.4 Airbnb en República Dominicana

Airbnb es una plataforma hotelera de base tecnológica que es hoy en día una de las mayores empresas de la economía colaborativa. Airbnb permite a las personas publicar sus propiedades en su portal, que luego pueden ser alquiladas por los viajeros a un lugar.

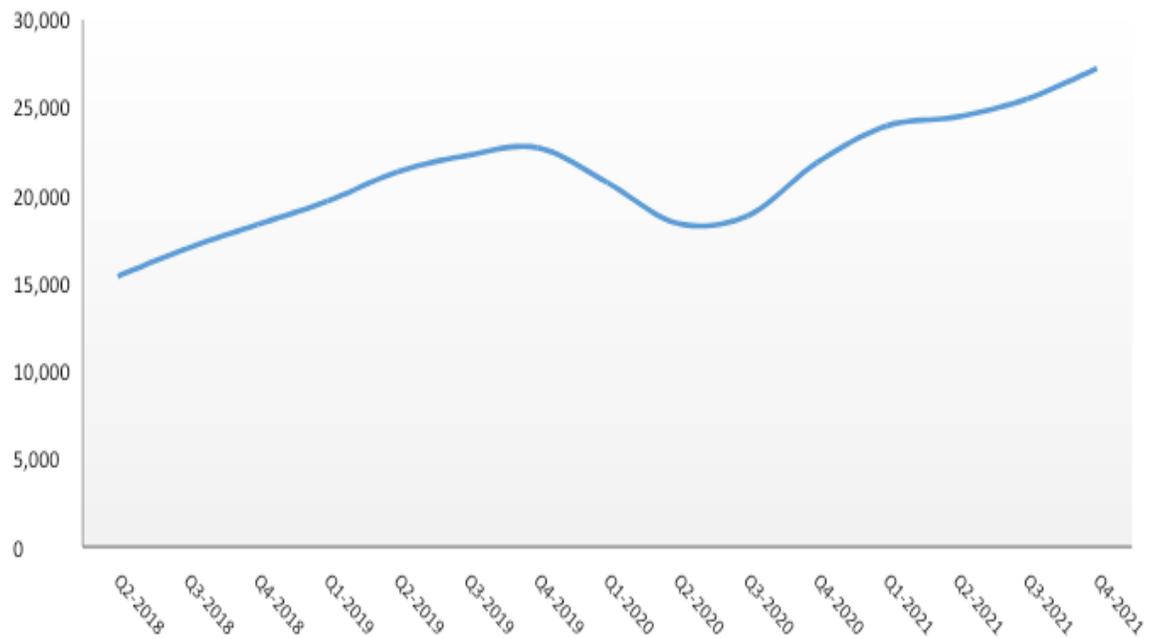
Airbnb se ha hecho muy popular en la República Dominicana. La empresa al cierre de diciembre según Airbdna contaba con 27,229 propiedades en el país activas en la plataforma de Airbnb. Esto representa un incremento de aproximadamente 24.5% en comparación con las propiedades activas al cierre de diciembre de 2020 (21,871 unidades activas).

Las regiones que agrupan una mayor concentración de unidades de renta vacacional son Bávaro-Punta Cana (32% de las unidades activas), Santo Domingo (19%), Sosúa-Puerto Plata (13%) y Samaná (9%).

Inventario de Unidades Inmobiliario -Turísticas

La aparición de apps y plataformas de la denominada “sharing economy” han revolucionado varios sectores de la economía mundial. Airbnb es una de las nuevas herramientas que han logrado profundas transformaciones y, en su caso particular, lo está haciendo en el sector hospitalidad y turismo. Es importante tener en consideración la presencia de facilidades alternativas de acomodación que, con el paso del tiempo, van a representar una competencia importante para los hoteles tanto en los destinos de resort como en los destinos urbanos.

Gráfico 34 - Crecimiento de Unidades de Renta Vacacional - Rep. Dom. | Q4-2017 a Q4-2021.



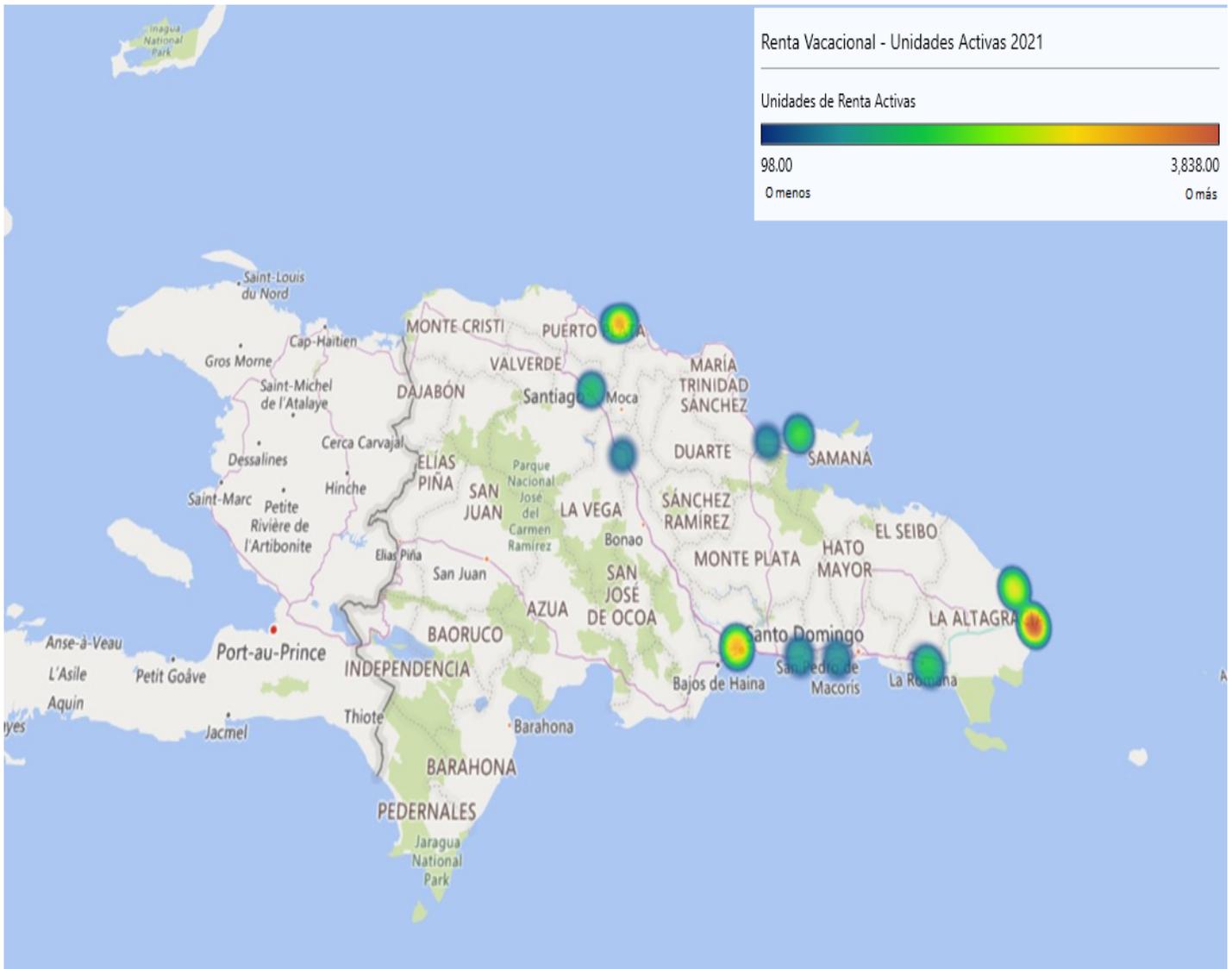
Fuente: Ver Apéndice Airdna.

2.5 Propiedades activas en República Dominicana.

Al cierre de diciembre de 2021, en la República Dominicana existían aproximadamente unas 27,229 propiedades activas en plataformas de “home-sharing” tipo Airbnb y VRBO. Esto representa un incremento de aproximadamente 24.5% en comparación con las propiedades activas al cierre de diciembre de 2020 (21,871 unidades activas).

Es necesario notar que este tipo de inventario, debido a que está compuesto por residencias individuales, va a fluctuar dependiendo si los propietarios desean colocar su hogar en este tipo de plataformas o no.

Concentración en los destinos tradicionales.



3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

El tipo de estudio a realizar es prospectivo al futuro encuestas a personas que viajan regularmente y utilizan ambos servicios, evaluar mediante la entrevista a gerentes de hoteles que implementan medidas, para el trabajo de investigación es necesario abarcar una diversidad de fuentes y técnicas de recogida de información la búsqueda de Información se va a realizar mediante bases de datos multidisciplinares, como EBSCO, Dialnet, Google Académico y la biblioteca de la Universidad Iberoamericana. También se van a extraer datos y conclusiones de una serie de estudios independientes elaborados por el INE, Bloomberg, HostelTur, Deloitte y Goldman Sachs, Analyticsrd, Airbdna.

3.1 Método de recolección de datos

La metodología a seguir para la recolección de datos se basará en un método descriptivo y deductivo; el estudio como afectan la estrategia competitiva de la empresa Airbnb al sector hotelero tradicional de República Dominicana se entrevistará tanto a turista como locales que son recurrentes y utilizan los servicios de alojamiento en República Dominicana en los últimos años. Análisis de respuesta con la finalidad de ver si el sector hotelero está utilizando algún método, se planeó entrevistar a diez gerentes de hoteles de República Dominicana.

3.2 Plan de gestión de datos

El proceso investigativo busca conocer cuál es el motivo por cual las personas deciden alojarse en Airbnb en vez de optar por el modelo tradicional de hotelería en Santo Domingo, se analizarán los precios y la percepción de los turistas de los servicios prestados, en busca de dar

respuesta a la interrogante planteada el por qué en la actualidad las personas optarán por el servicio de alojamiento Airbnb y si hay una ventaja competitiva con los hoteles tradicionales cuáles serían.

Para la recopilación y organización de datos se utilizará el patrón de ventajas y desventajas donde las mismas serán extraídas de las entrevistas realizadas a las 100 personas que han utilizado el servicio de hospedaje de Airbnb y hotelero, también de los resultados de la respuesta de los 10 gerente de alguno de los hoteles de República Dominicana.

El manejo de elementos será vía base de datos tanto de Airdna y recopilación escrita digital en Google documento y Google formulario.

Anexo encuesta a clientes: <https://forms.gle/hk3abXX5sNLQjOrE9>

Anexo encuesta a gerentes: <https://forms.gle/ucvYBa1Nr1cCFT969>

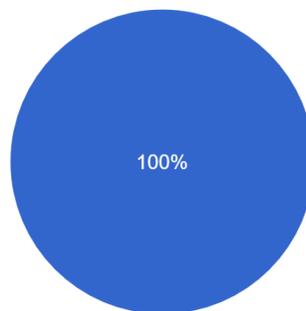
4. ANÁLISIS DE LA MUESTRA

Resultado de encuesta realizada a 10 gerentes de hoteles de República Dominicana.

El 100% de los gerentes encuestados estuvieron de acuerdo con su rol de participante.

Una vez expuesto el motivo de esta encuesta, usted...

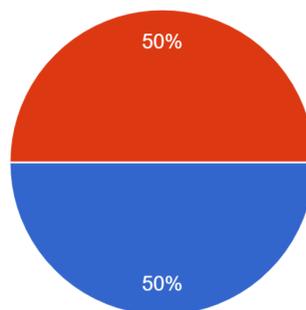
10 respuestas



- Confirmando que sí he leído, comprendido y estoy de acuerdo con mi rol como participante de esta investigación.
- Confirmando que no he leído, no he comprendido ni estoy de acuerdo con mi rol como participante de esta investigación.

Sexo

10 respuestas

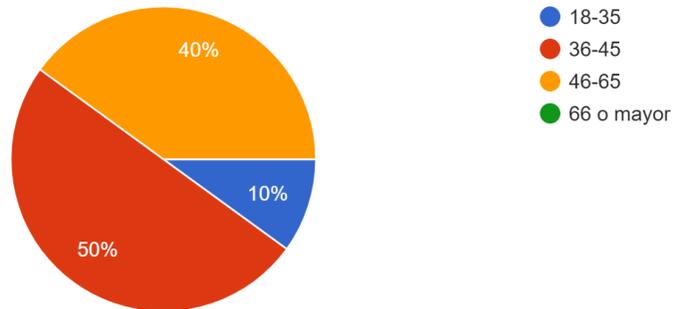


- Femenino
- Masculino

De los gerentes encuestados 5 son del sexo femenino y 5 del sexo masculino.

Edad

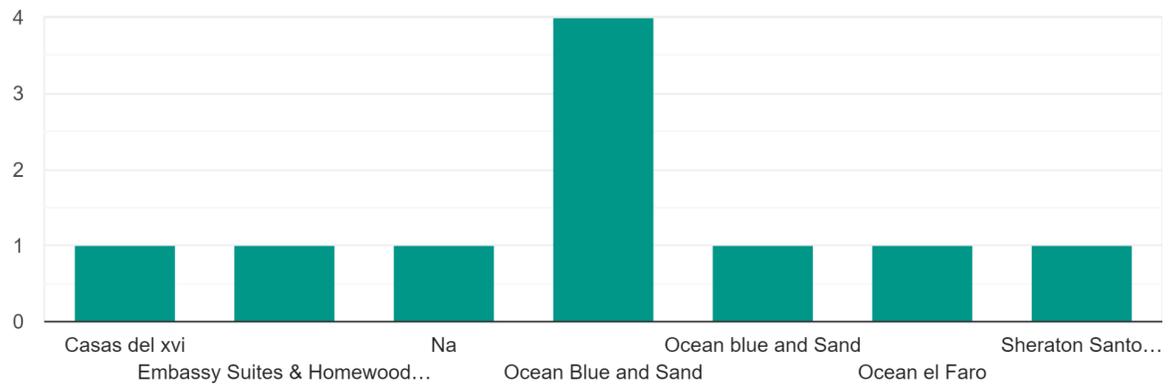
10 respuestas



Dentro de las edades de los encuestados un 50% están en un rango de edad de 36 a 45 años, un 40% entre 46 y 65 y un 10% equivalente a 1 persona en un rango de 18 a 35 años.

¿De que hotel es usted gerente?

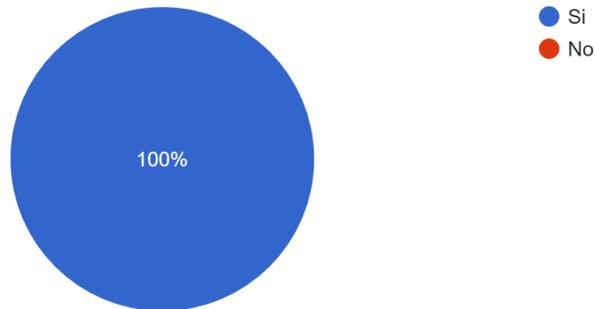
10 respuestas



De los gerentes encuestados un 4 personas son parte del equipo de Ocean blue and Sand, 1 persona de Casas del XVI, 1 de Embassy Suite y Homewood, 1 persona de Ocean el Faro, 1 persona de Sheraton Santo Domingo y 1 persona que prefirió no revelar el hotel al que es gerente.

¿Cree usted que la estrategia competitiva de Airbnb ha tenido algún impacto en el sector hotelero tradicional de Santo Domingo?

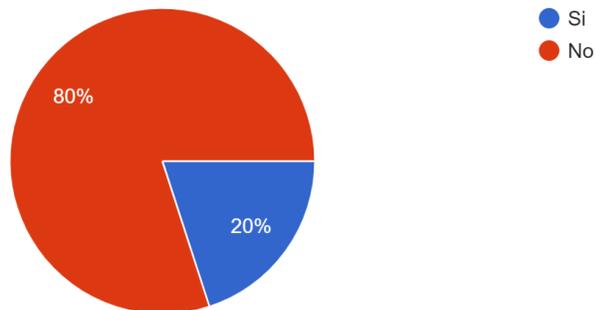
10 respuestas



Todos los gerentes encuestados están de acuerdo que la estrategia competitiva de los alojamientos independientes de Airbnb tienen un impacto en la industria hotelera tradicional.

¿Los anfitriones de Airbnb son visto como una competencia directa para los hoteleros?

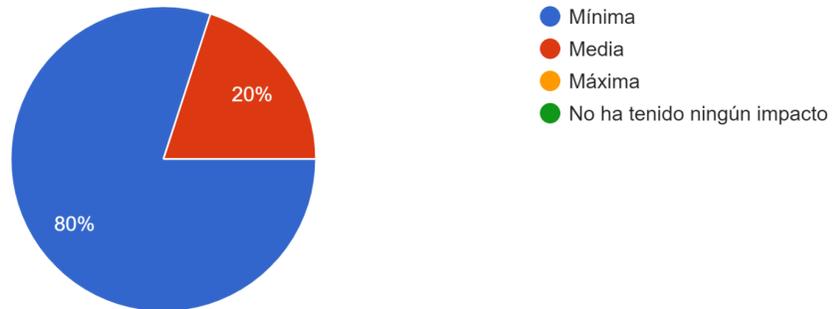
10 respuestas



Un 80% de los encuestados dice que los anfitriones no son vistos como una competencia directa para los hoteleros.

¿Qué nivel de impacto considera usted que ha tenido Airbnb en la hotelería tradicional de Santo Domingo?

10 respuestas

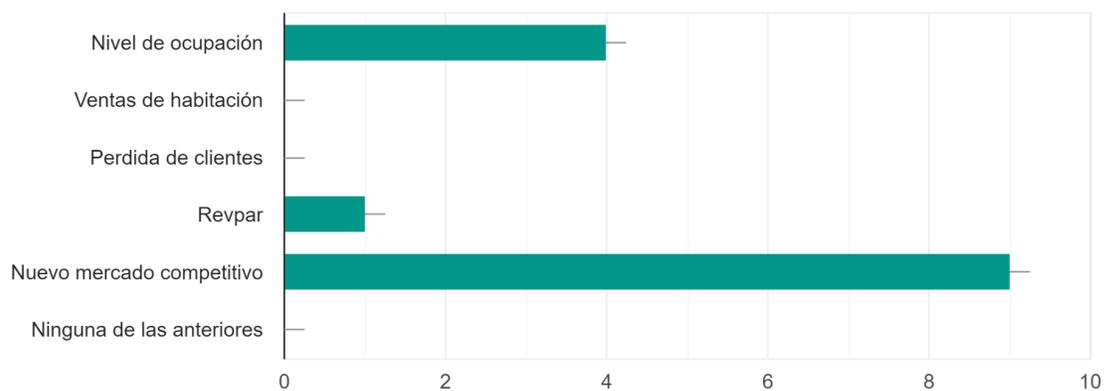


El 80% de los encuestados considera que los alojamientos independientes de Airbnb han tenido un impacto mínimo a la hotelería mientras que un 20% considera que tiene un impacto medio.

i

Respecto al crecimiento de Airbnb en la República Dominicana ¿En cuál de las siguientes áreas considera usted que afecta a los hoteles?

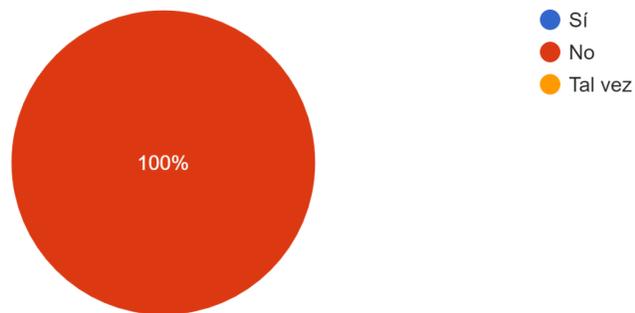
10 respuestas



En cuanto al crecimiento de la plataforma de reserva Airbnb los gerente consideran que el área que ha tenido más impacto en los hoteles es tener un nuevo mercado competitivo con un 90%, un 40% para el nivel de ocupación y un 10% para el Revpar.

¿Realmente Airbnb podría ser un sustituto del sistema hotelero en República Dominicana?

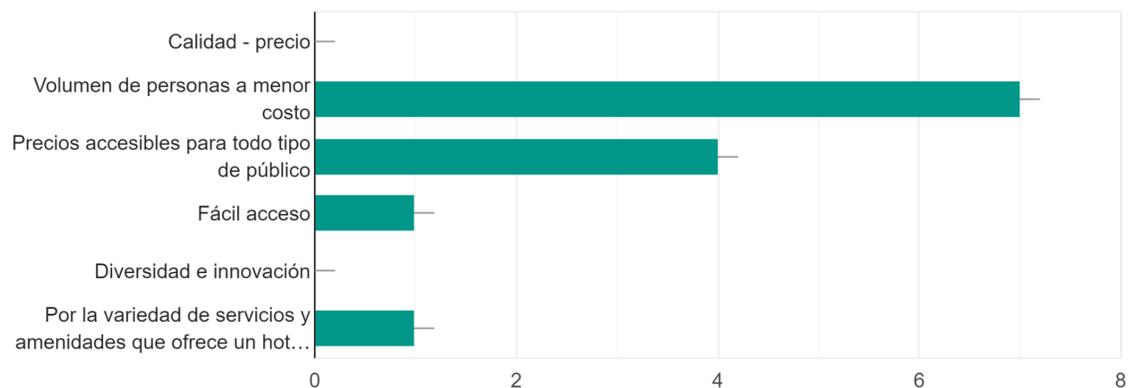
10 respuestas



Todos los gerentes encuestados están de acuerdo con que la plataforma de reserva Airbnb no es un sustituto de la hotelería en República Dominicana.

¿Por cuál de las siguientes razones entiende usted que algunas personas elige Airbnb como alojamiento en lugar de hoteles?

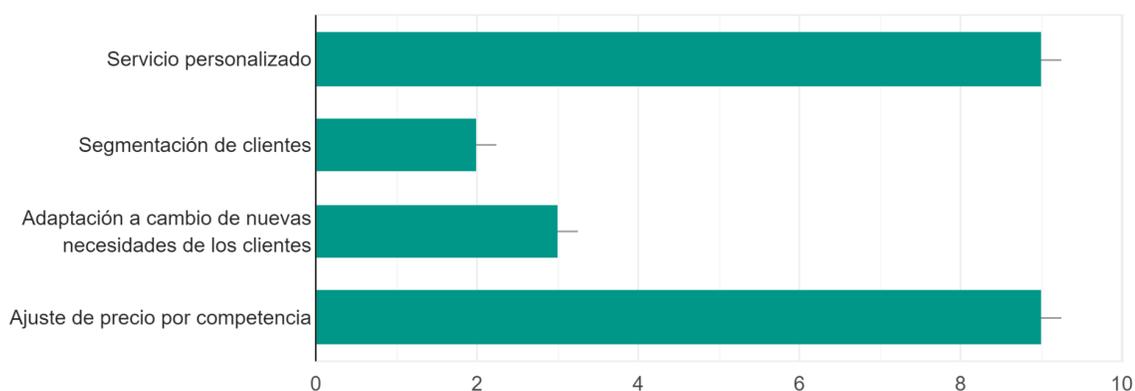
10 respuestas



El 70% de los gerentes encuestados considera que la razón principal por la que las personas elige los servicios de alojamientos independiente de Airbnb ante los de hotelería es por volumen de personas a menor costo, el 40% como razón secundaria precios accesibles para todo tipo de público, un 10% por fácil acceso y otro 10% por la variedad de servicios y amenidades que ofrece un hotel que no se puede tener en Airbnb.

¿Qué estrategias implementan los hoteles para mantenerse con un fuerte impacto en el mercado luego del auge de Airbnb?

10 respuestas



Los resultados de acción que están implementado los hoteles son un 90% para servicios personalizados y ajuste de precio por competencia, un 30% por adaptación a cambio de nuevas necesidades de los clientes y un 20% segmentación de clientes.

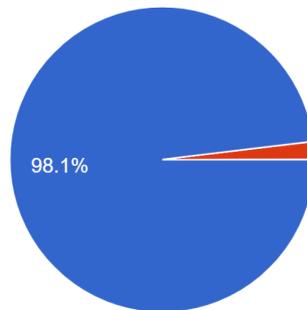
Comentarios adicionales sobre el tema

- La estrategia competitiva de Airbnb puede afectar más a hoteles de gama baja y el impacto que tiene con los hoteles de cadena es mínimo.
- Los Airbnb no son vistos como una competencia directa para los hoteles, puede que tenga un mayor impacto en hoteles pequeños e independientes.

- Considero que Airbnb impacta mayormente a los establecimientos hoteleros independientes y de inventario limitado, pues se asemejan mucho en lo que ofrecen. A las cadenas hoteleras más grandes no nos afecta en gran medida, quizás solo un pequeño porcentaje de largas estadías de viajeros individuales (ya que los viajeros corporativos siempre preferirán el respaldo y la seguridad de un hotel).
- Los Airbnb no son competencia directa de hoteles de cadena y la rentabilidad no se ve afectada de manera notoria.
- Airbnb afecta más a los hoteles independientes.
- Aunque Santo Domingo cada día incrementa más los inmuebles en la plataforma el impacto que tiene hasta el momento no es grave.
- No afecta directamente a cadenas hoteleras, pero sí poseen la ventaja de no estar regulados .

Resultados de encuesta realizada a 100 personas que han utilizado tanto los servicios de airbnb como los del sector hotelero tradicional.

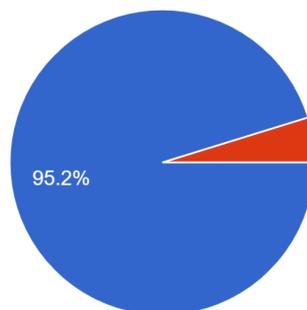
Una vez expuesto el motivo de esta encuesta, usted...
105 respuestas



- Confirmando que sí he leído, comprendido y estoy de acuerdo con mi rol como participante de esta investigación.
- Confirmando que no he leído, no he comprendido ni estoy de acuerdo con mi rol como participante de esta investigación.

El 98.1% de las 105 personas encuestadas confirmó y está de acuerdo con ser encuestado de manera voluntaria.

¿A utilizado usted los servicios de hotelería y alojamientos independientes de Airbnb?
105 respuestas

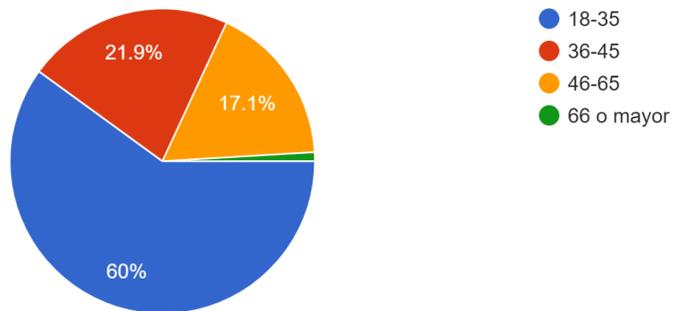


- Si
- No, en caso de no haber utilizado los servicios favor no continuar con la encuesta

De las 105 personas que completaron satisfactoriamente la encuesta 100 han utilizado los servicios de alojamiento independiente airbnb y de la hotelería tradicional.

Edad

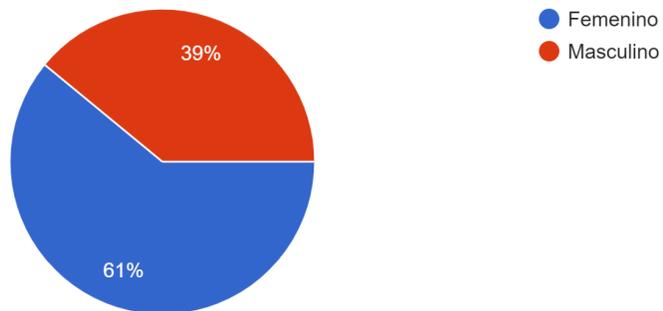
105 respuestas



El 60% de las personas encuestadas están en un rango de edad de 18 a 35 años, siendo así un 21.9% las personas de 36 a 45 años de edad y un 17.1% las de 46 a 65 años.

Sexo

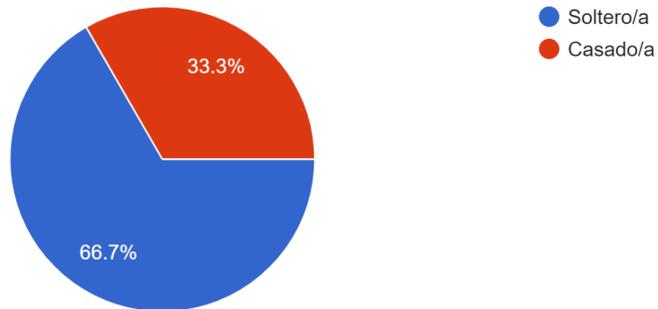
105 respuestas



El 61% de las personas encuestada era de sexo femenino siendo así un 39% el sexo masculino.

Estado civil

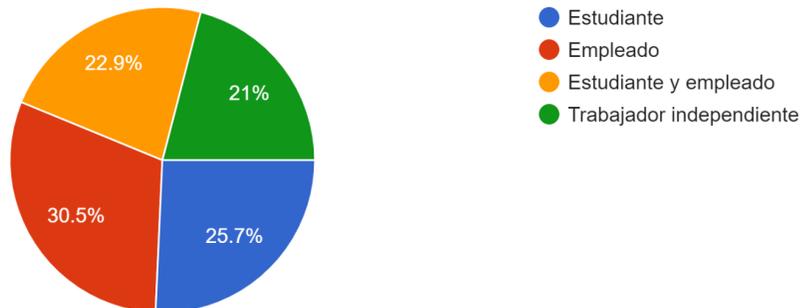
105 respuestas



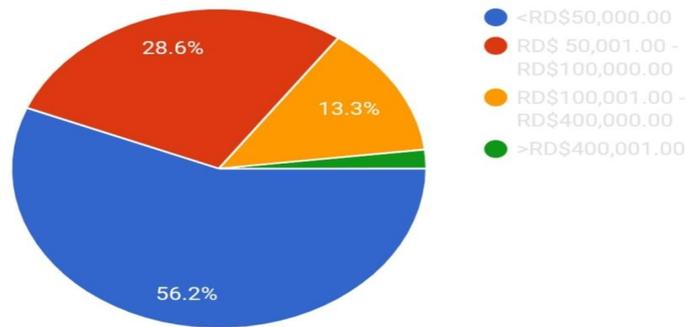
El 66.7% de las personas encuestadas están soltero/a y un 33.3% casado/a.

Es usted

105 respuestas



El 30.5% de las personas encuestadas son empleados tanto públicos como privados, el 25.7% son estudiantes, el 22.9% son tanto estudiantes como empleados y el 21% de las personas son trabajadores independientes.



Los ingresos mensuales aproximados son menos de 50,000.00 DOP el 56.2%, entre 50,001.00 DOP a 100,000.00 DOP el 28.6%, entre 101,000.00 y 400,000.00 DOP el 13.3% y el 1.9% más de 400,000.00 pesos mensuales.

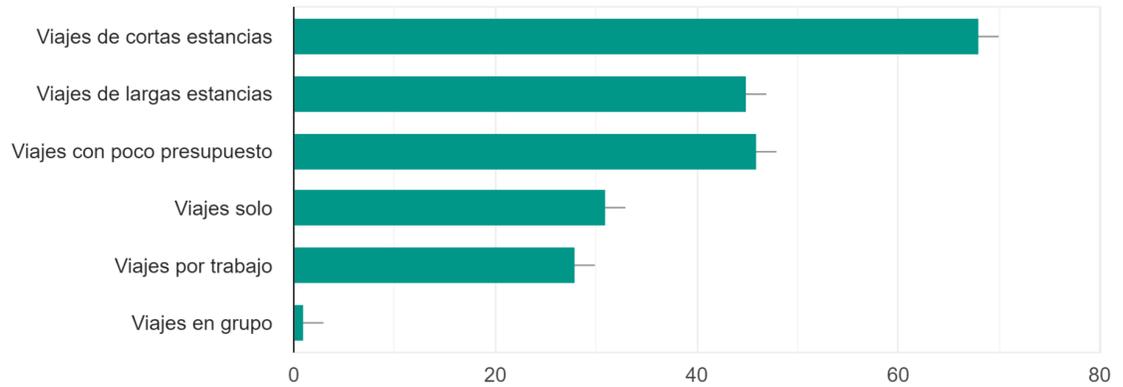
¿Cuál de los servicios de hospedaje prefiere?
105 respuestas



El 53.3% de las personas encuestadas prefieren utilizar tanto los servicios independientes de airbnb como los hoteles, el 26% prefieren los alojamientos independiente de Airbnb y el 20% prefiere utilizar los hoteles.

¿En qué ocasiones prefiere utilizar los servicios de reservación de hospedaje de Airbnb y no los de hotelería?

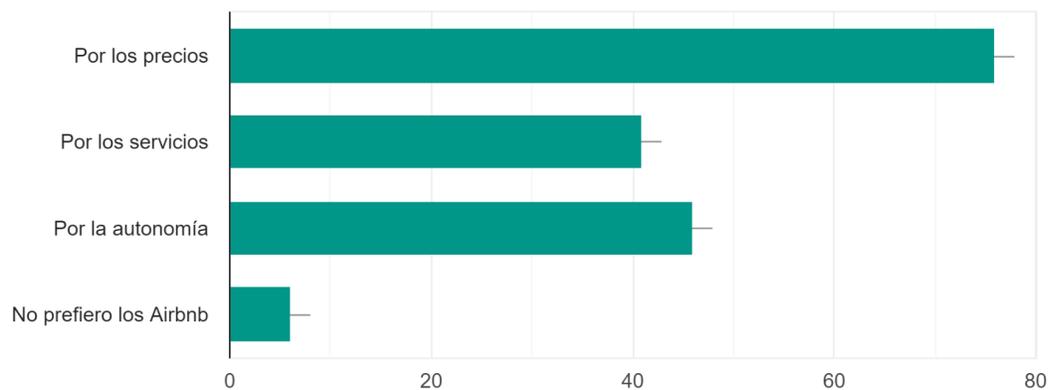
105 respuestas



En base a los resultados de las personas encuestadas prefieren utilizar los servicios de hospedajes de airbnb ante los de hotelería un 64.8% por viajes de corta estancia, un 43,8% por viajes de poco presupuesto, un 42.9% por viajes de larga estancia, un 31% en viajes solo, el 28% por viajes de trabajo y el 1% por viajes en grupo.

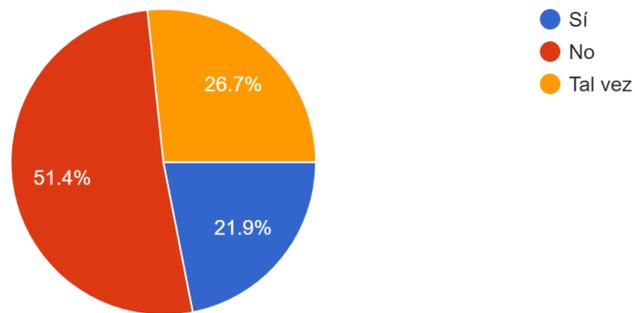
¿Prefieres utilizar los espacios de alojamientos independientes Airbnb ante los de hoteles?

105 respuestas



Según los resultados de las personas encuestadas el 72.4% prefiere utilizar los servicios de alojamiento independiente Airbnb ante los hoteles por los precios, un 43.8% por la autonomía, el 39% por los servicios y el 5.7% dice que no prefieren los servicios de alojamientos independientes.

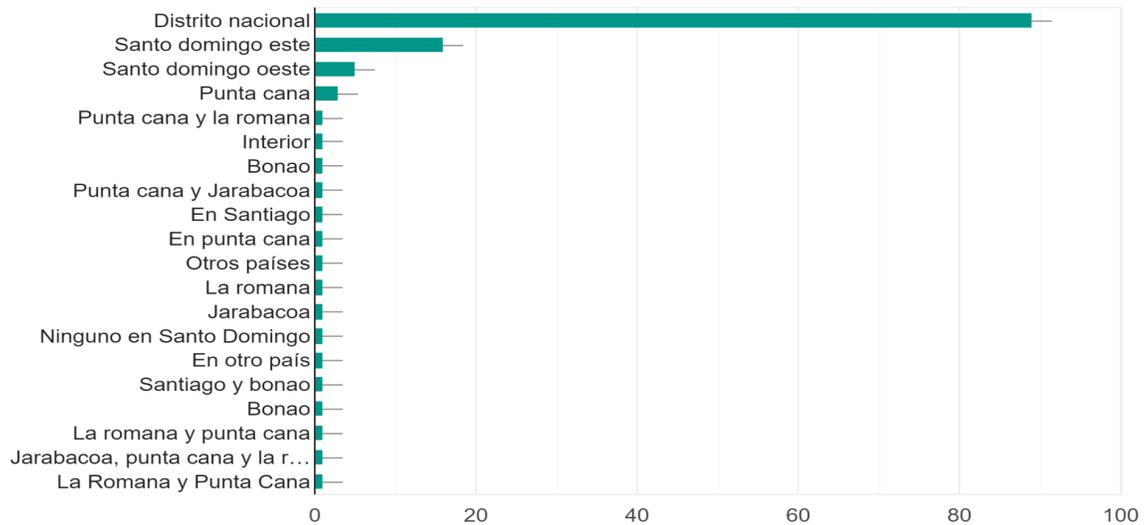
¿Cree usted que en un futuro Airbnb podría sustituir las reservas directas a hoteles?
105 respuestas



Mas de la mitas de las personas encuestadas siendo así un 51.4% entiende que Airbnb no sustituirá en un futuro las reservas directas de los hoteles un 28.7% dice que tal vez y el 21.9% dice que sí podría sustituirlo.

¿En qué zonas de santo domingo usted se alojado en un espacio de alojamiento independiente de Airbnb?

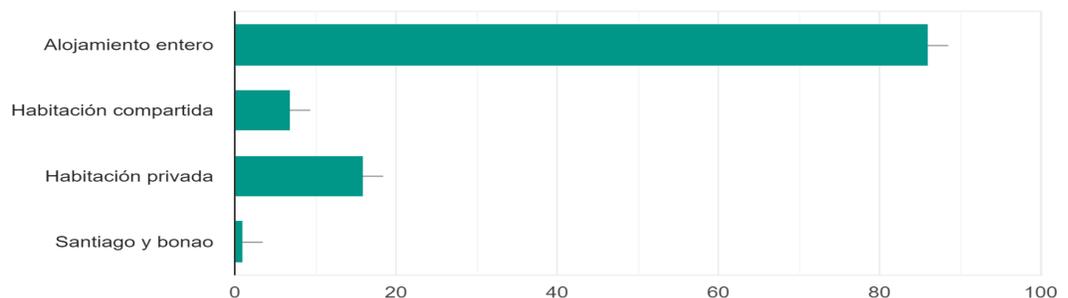
105 respuestas



El 84.% de las personas se han hospedado en un airbnb en el distrito nacional, el 15.2% en santo domingo este, el 4.8% en santo domingo oeste y los demás en otros destinos de república dominicana como punta cana, la romana, jarabacoa, santiago, bonao, y un 1% en otro país.

Seleccione los tipos de espacios de alojamientos independientes de Airbnb que se alojado

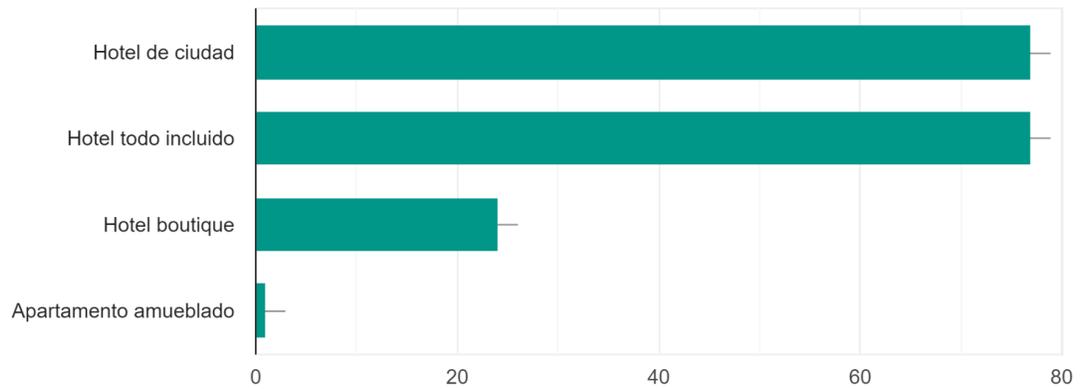
105 respuestas



Un 81.9% de las personas encuestadas se han hospedado en alojamiento enteros, un 15.2% en habitación privada y un 6.7% en habitaciones compartidas.

Seleccione los tipo de hotel que se alojado

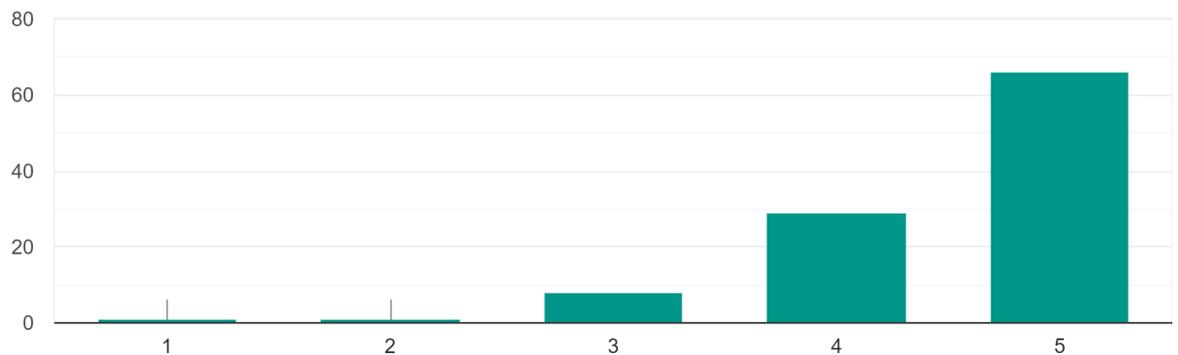
105 respuestas



El 73.3% de las personas encuestadas se ha alojado tanto en hoteles de ciudad como en hoteles todo incluido, siendo así un 22.9% en hotel boutique y el 1% en apartamentos amueblados.

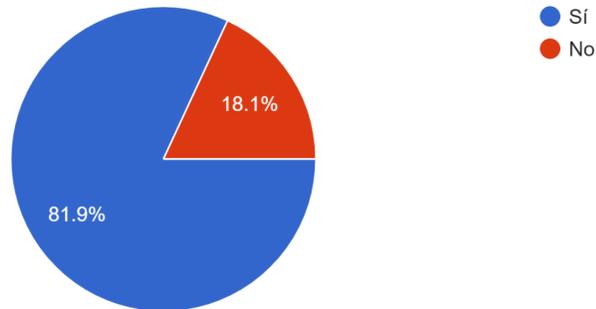
¿Qué tan satisfecho ha quedado en la escala donde 1 es malo y 5 muy bueno en los tipos de Airbnb mencionados anteriormente?

105 respuestas



¿Considera usted que el desarrollo de la plataforma de reservas Airbnb contribuye al crecimiento del turismo en el país?

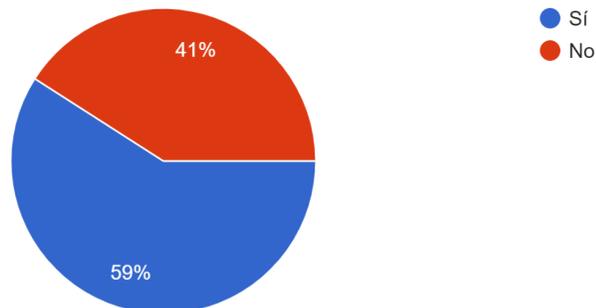
105 respuestas



Según los resultados el 81,9% entiende que la plataforma de reservas airbnb contribuye al crecimiento del turismo en la república dominicana y el 18.1% entiende que no.

¿Cree usted que la economía de los dominicanos se ve impactada de manera positiva por Airbnb?

105 respuestas



La mayoría de las personas encuestadas sienten así, un 59% entiende que la economía de los dominicanos se ve impactada de manera positiva por Airbnb y el 41% entiende que no.

Entre los comentarios adicionales los más destacados y repetitivos son:

- Airbnb ofrece la oportunidad de variedad y privacidad total. Habilita al visitante a pasar desapercibido entre las masas. Y lo más importante es que puedes colocarte a metros, calles o simplemente a 10 minutos de cualquier lugar deseado, Dígase: Playas, Fincas, Ciudades, Negocios, Familiares entre otros
- Estoy muy conforme con los avances de los Airbnb.
- Los hoteles por sus atractivos turísticos atraen a los turistas y esto genera más divisas para la economía del país
- Airbnb es un sistema innovador que facilita mucho los procesos de estancia, tanto para el alojador como para el interesado.
- Mis respuestas están basadas en el uso de Airbnb en otro país, viéndolo como una herramienta práctica y económica para el viajero.
- Considero que Airbnb ofrece muchas ventajas porque permite reservar un alojamiento por medio de internet de forma económica.
- Ambas son buenas opciones dependiendo el viaje.
- Airbnb ha sido una herramienta muy eficaz tanto para el turismo como para la misma población.
- La plataforma es de gran ayuda y bastante eficiente a la hora de hacer reservas.
- Estoy muy convencida que los Airbnb son una manera de sentirte más cómodo y más seguro.
- Opinó que los airbnb son una manera innovadora de atraer más personas a realizar turismo al país, porque tienen más opciones de alojamiento.

- Airbnb le brinda soporte a las personas que busquen incrementar su ingresos si cuentan con una propiedad calificada, tiene un buen concepto y un buen manejo.
- Considero que los Airbnb, son para salir de la rutina, algún fin de semana que se quiera compartir con amigos, son una opción para compartir cuando hay poco presupuesto.
- Es una ayuda en el país y una forma de ganar dinero para los dueños del establecimiento.
- Me gusta más el airbnb por la comodidad
- Obtenemos más privacidad en un airbnb
- Prefiero en la mayoría de viajes Airbnb
- Consideró que es una buena plataforma con muchas facilidades y que si sabemos buscar en ellas siempre encontraremos algo que se adapte a nuestras necesidades.
- Está modalidad les da a los usuarios la oportunidad de elegir la mejor en cuanto a precios y servicios.
- Es una buena plataforma.
- Airbnb es una buena opción dependiendo el tipo de viaje.
- Airbnb es una plataforma muy útil para el alojamiento y sus precios son muy variados.
- Airbnb es una buena opción para los hospedaje de ciudad.
- Excelente plataforma para reservar.
- Airbnb es una buena opción pero no todos los anfitriones están igual de comprometidos.
- Depende del viaje ambas son buenas opciones.

5.PROPUESTA

Utilizar la tecnología a favor para eficientizar los procesos para la acomodación y elección de lo huésped de hoteles:

- Según los resultados del levantamiento la razón principal por qué las personas prefieren los servicios de Airbnb en vez de lo hoteles son los precios, según información obtenida por un colaborador del hotel Sheraton Santo Domingo su promedio de ocupación mensual de un 70% y por día fluctúa entre un 54% a un 64% la propuesta para poder aumentar dicho nivel de ocupación es una estrategia agresiva que permita tener un promedio ocupación más alto para competir en tarifa con Airbnb sacar diariamente un flash sale de 5 unidades de habitaciones a mitad de precio por 24 horas y para el mismo día sienta así un last minute.
- Otra estrategia agresiva que pueden implementar los hoteles es a las reservas de largas estadías superior a las 4 noches contar con 7 plazas de habitaciones para ese tipo de consumidor y al mismo ofrecer un 40% de descuento que será aplicado a partir de las 4 noches con la salvedad de no ofrecer servicios de ama de llaves todos los días para recompensar solo ofrecer los servicios de limpieza cada 3 días para reducir costos.
- Optimizar la experiencia digital del huésped brindando la opción a elección del huésped el proceso de check in y check out sea tradicional o digital, ya que no a todas las personas le gusta utilizar la tecnología a pesar de ser una buena herramienta para ahorrar tiempo.

- Implementar métodos de reservaciones automatizadas, dígame para restaurante u otros servicios.
- Mensaje de vivir como un local, uno de los atractivos de Airbnb es que sus clientes pueden sentirse como un local disfrutando de la experiencia de alojarse en la casa de un residente; algo a lo que los hoteles pueden contraatacar con la misma moneda. Así, pueden lanzar campañas que promocionen experiencias únicas y locales como descuentos en los restaurantes para comidas locales, un mapa de lugares escondidos y bares donde acuden los residentes.
- Paquetes experienciales, los hoteles pueden implementar agregar o enviar a sus clientes paquetes con la última experiencia en el destino como creando una guía de lo que se puede hacer en la zona y una estrategia que aporte a la fidelización es ofrecer un pase gratis a un museo u otro atractivo de interés del huésped dando diferentes opciones de donde elegir; o dentro del hotel ofrecer sesiones de yoga, meditación o de descuentos para el spa. Si el propósito de la estadía es degustar comidas y artesanías locales, hacer compras, los hoteles pueden ofrecer guías especializados en estos servicios, a tarifas mínimas también se puede llevar a los viajeros utilizando el transporte local como automóviles, autobuses o el metro para mejorar la sensación local de la visita.
- Los hoteles deben invertir en herramientas de marketing como la optimización de motores de búsqueda, marketing digital, marketing en redes sociales, etc., todo lo cual garantizará que los sitios web aparezcan rápidamente en los navegadores, aparecer en los mercados en línea que les funcione para que permanezcan en el radar de los huéspedes cuando alguien busque hoteles santo

domingo, brindándole posicionamiento y opción al cliente para que cuando tengan alguna inquietud contar con salas de chat en línea que puedan responder de inmediato a sus inquietudes..

6.CONCLUSIÓN

El presente proyecto planteó como objetivo general: Analizar el impacto que tienen los alojamientos independiente de Airbnb en santo domingo, República Dominicana a los hoteles del sector tradicional, a través de la investigación en la internet y la recolección datos se llega a la conclusión de que estos solo tienen un mayor impacto en hoteles independiente de gama baja, ya que los demás tienen su público que aunque en ocasiones podrían utilizar dicho servicios los hoteleros no lo ven como una amenaza, más bien como una competencia.

A modo de conclusión cabe decir que en la actualidad todos los destinos turísticos mundiales están afectados por las nuevas plataformas de comercialización como la mencionada en el proyecto Airbnb , con millones de noches reservadas desde su creación en 2008, se ha convertido en el gran referente de un nuevo tipo de alojamiento turístico que parece haber llegado para quedarse.

Aunque los alojamientos ofertados en AirBnB consiguen dispersar las posibilidades de la demanda, las ofertas se sitúan en zonas donde ya se encontraban tanto hoteles como apartamentos en la república dominicana, por lo que podríamos decir que entra de forma directa a competir contra ellos. Sin embargo, la gran ventaja de AirBnB es que puede mostrar alojamientos allá donde no hay otro tipo de oferta gracias a su modelo de intercambio, pero en las zonas donde hay un fuerte posicionamiento de hoteles no le afecta en ventas ni estatus solo lo ven como un nuevo mercado competitivo que su efecto es mínimo. A su vez queda demostrado que las personas que prefieren los servicios de hospedaje independiente Airbnb es mayormente por los precios más no por la satisfacción o el servicio y con las propuestas

mencionadas anteriormente puede haber una paridad para hoteleros saber sacarle provecho a esas habitaciones que por el precio no pueden vender.

Referencia:

Airbnb. (2018, 9 febrero). Airbnb Launches Global Hotel Technology Partnership to Support Boutique Hotels, Bed and Breakfasts [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://press.atairbnb.com/es/>

Airbnb. (2018, 13 marzo). Airbnb is for everyone An open letter from Airbnb to boutique hotel and B+B owners. Recuperado de:

<https://www.airbnbcitizen.com/airbnb-for-everyone/>

Airbnb. (2018). Airbnb para todos. Recuperado de:

<https://www.airbnb.es/new>

Airbnb. (2018, 9 febrero). Airbnb Launches Global Hotel Technology Partnership to Support Boutique Hotels, Bed and Breakfasts: Partnership With SiteMinder Makes it Easier for Traditional Hospitality Providers to Reach Airbnb Community [Comunicado de prensa]. Recuperado de:

<https://press.atairbnb.com/app/uploads/2018/02/Airbnb-Siteminder-Annoucement--2.7.18.pdf>

f

Arroyo, A. L. (2018). Hosteltur. Recuperado en marzo de 2020, de Alquiler turístico, ¿complemento o sustituto de la oferta hotelera?:

https://www.hosteltur.com/108355_alquiler-turistico-complemento-o-sustituto-de-la-oferta-hoteler.html

Airdna, Airbnb en la república dominicana, 2021

https://www.airdna.co/?utm_term=airdna&utm_campaign=AirDNA+Brand&utm_source=google&utm_medium=cpc&hsa_acc=6167315757&hsa_cam=1722219597&hsa_grp=65820714445&hsa_ad=572656845014&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-316106200999&hsa_kw=airdna&hsa_mt=e&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=EAIaIQobChMI9oqUx an9QIVgarVCh0tQQKnEAAYASAAEgJuT_D_BwE

Diaz, R. J., Gutiérrez, D., & Garcia, F. J. (s. f.). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. Recuperado de:

https://virtual.usergioarboleda.edu.co/pluginfile.php/508659/mod_resource/content/1/2

Suhelis Tejero Puntos (2019) Airbnb representa ya 25% de la oferta de habitaciones en el país. Blanco, Rainieri y Zozaya participaron en el panel del foro Asonahores de Inversión Turística. (Dania Acevedo) Recuperado de

<https://www.google.com/amp/s/www.diariolibre.com/economia/airbnb-representa-ya-25-de-la-oferta-de-habitaciones-en-el-pais-BG15645316%3famp=1>

Aerocoa.com (2019) Crece demanda de hospedaje fuera de los hoteles en RD: representa un 6% hasta septiembre 2019, Recuperado de:

<https://www.arecoa.com/destinos/2019/11/06/crece-demanda-hospedaje-los-hoteles-rd-representa-6-septiembre/>

Aerocoa.com (2021) Asonahores se empeña en solucionar competencia desleal de Airbnb Recuperado de:

<https://www.arecoa.com/hoteles/2021/08/30/asonahores-se-empena-airbnb-uber-tengan-competencia-mas-leal/>

Aerocoa.com (2022) Airbnb innova para satisfacer sus clientes:hará cobros en criptomonedas, Recuperado de:

<https://www.arecoa.com/agencias/2022/01/06/airbnb-innova-para-satisfacer-sus-clientes-hara-cobros-en-criptomonedas/>

Libro: La historia de Airbnb (2018) Gallagher Leigh, Recuperado de:
<https://books.google.com.do/books?id=oV1uDwAAQBAJ&pg=PT191&dq=Airbnb+como+afecta+a+los+hoteles&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiovt63urf1AhUPnGoFHbR5DCYQ6AF6BAgHEAM>

Libro: Un lugar donde alojarse con Airbnb Tom Slee (2019) , Recuperado de:
<https://books.google.com.do/books?id=M1GfDwAAQBAJ&pg=PT29&dq=Airbnb+como+afecta+a+los+hoteles&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiovt63urf1AhUPnGoFHbR5DCYQ6AF6BAgEEAM>

Soltero, D. & Vargas, J. (2013). Modelos actuales de economías colaborativas Airbnb: Cambiando la industria de la hospitalidad. Lex Social: Revista de Derechos Sociales. Universidad Pablo de Olavide. Recuperado de:

https://www.upo.es/revistas/index.php/lex_social/article/view/2733/2192

Muñoz, O. (2020). La incidencia de AirBnB en el sector turístico extremeño. Almenara: Revista Extremeña de Ciencias Sociales, 12, 51–69. Recuperado de:

<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7517254.pdf>

González, M. (2018). Las economías colaborativas estudio de caso: El impacto de Airbnb sobre el sector hotelero en España, Recuperado de:

<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/18822/TFG%20-%20Gonzalez%20Albi%20zuri%2C%20Mariana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Glusac, E. (20 de Julio de 2016). Hotels vs. Airbnb: Let the Battle Begin. The New York Times. Recuperado de:

<https://www.nytimes.com/2016/07/24/travel/airbnb-hotels.html?smid=fb-share>

Quattrone, G.; Proserpio, D.; Quercia, D.; Capra, L. y Musolesi, M. (2016, April), «Who Benefits from the Sharing Economy of AirBnB?», en Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web (págs. 1385-1394), International World Wide Web Conferences Steering Committee.

Zervas, G.; Proserpio, D. y Byers, J. (2016), «The rise of the sharing economy: Estimating the impact of AirBnB on the hotel industry», Boston U. School of Management Recuperado, núm. 2013-16.

Tussyadiah, I. P. y Zach, F. J. (2015), «Hotels vs. peer-to-peer accommodation rentals: Text analytics of consumer reviews in Portland, Oregon», Peer-to-Peer Accommodation Rentals: Text Analytics of Consumer Reviews in Portland, Oregon (abril 10, 2015).

Neeser, D.; Peitz, M. y Stuhler, J. (2015), «Does AirBnB Hurt Hotel Business: Evidence from the Nordic Countries», Working Paper.

Meleo, L.; Romolini, A. y De Marco, M. (2016, May), «The Sharing Economy Revolution and Peer-to-peer Online Platforms. The Case of AirBnB», International Conference on Exploring Services Science, págs. 561-570.

Tello, G. (2018). Un nuevo modelo de negocio en el sector turístico: AIRBNB (Tesis de Licenciatura, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Valladolid. Soria, España). Recuperado de: <https://doi.org/http://uvadoc.uva.es/handle/10324/35367>

Choi, K. H., Jung, J. H., Ryu, S. Y., Do Kim, S., Yoon, S. M. (2015). The relationship between airbnb and hotel revenue. Indian Journal of Science and Technology, 12, 22-30.

Guttentag, D. (2015) Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1192-1217.

Mody, M., Suess, C., Lehto, X. (2017). The accommodation experience escape: A comparative assessment of Hotels and Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18, 22-25.

Dogru, T., Mody, M., & Suess, C. (2019). Adding evidence to the debate: Quantifying Airbnb's disruptive impact on ten key hotel markets. *Tourism Management*, 72, 27–38.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.008>

Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. W. (2016). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb in the hotel industry. *Journal of Marketing Recuperado*, 13, 12-20.

Soltero, D. & Vargas, J. (2013). Modelos actuales de economías colaborativas Airbnb: Cambiando la industria de la hospitalidad. *Lex Social: Revista de Derechos Sociales*. Universidad Pablo de Olavide. Recuperado de:

https://www.upo.es/revistas/index.php/lex_social/article/view/2733/2192

Airbnb. (2018, 9 febrero). Airbnb Launches Global Hotel Technology Partnership to Support Boutique Hotels, Bed and Breakfasts: Partnership With SiteMinder Makes it Easier for

Traditional Hospitality Providers to Reach Airbnb Community [Comunicado de prensa].

Recuperado de:

https://press.atairbnb.com/app/uploads/2018/02/Airbnb-Siteminder-Annoucement-__-2.7.18.pdf

Sherry, A. (2018). Assessing the Impact of Airbnb on the Indian Hospitality p65-70

Recuperado de:

Sector, javascript: __doLinkPostBack('mdb~hjh%7C%7Cjdb~hjhjnh%7C%7Ccss~JN%20%22AVAHAN%3A%20A%20Journal%20on%20Hospitality%20%26Tourism%22%7C%7Csl~jh',");

Goree, K. (2016), «Battle of the Beds: The Economic Impact of AirBnB on the Hotel Industry in Chicago and San Francisco», Scripps Senior Theses. Paper 776, Recuperado de:

http://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/776.

Byers, J., Proserpio, D., & Zervas, G. (2016). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. SSRN Electronic Journal, 1–45.

Recuperado de:

<https://doi.org/10.2139/ssrn.2366898>

Gunter, U., & Önder, I. (2018). Determinants of Airbnb demand in Vienna and their implications for the traditional accommodation industry. *Tourism Economics*, 24(3), 270–293.

Recuperado de:

<https://doi.org/10.1177/1354816617731196>

Mhlanga, O. (2019). Peer-to-peer-travel: is Airbnb a friend or foe to hotels? *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 13(4), 443–457.

Recuperado de:

<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2019-0087>

Pérez, S. (2019). Airbnb remece mercado hotelero en Lima: ¿Qué buscan hoy los turistas extranjeros? *Gestión*. Recuperado de:

<https://gestion.pe/economia/plataforma-airbnb-golpea-demanda-hoteles-miraflores-san-isidro-san-borja-273969-noticia/>

Yoonjoung Heo, C., & Blengini, Isabella. (2019). A macroeconomic perspective on Airbnb's global presence. *International Journal of Hospitality Management*, 78(1), 47–49.

Recuperado de:

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.013>

Strømmen-Bakhtiar, A., & Vinogradov, E. (2019). The effects of Airbnb on hotels in Norway *Society and Economy*, 41(1), 87–105. Recuperado de:

<https://doi.org/10.1556/204.2018.001>