

ARTÍCULO DE REVISIÓN

El turismo de los Millennials; Airbnb y la economía colaborativa

Millennials tourism; Airbnb and the collaborative economy

RESUMEN

Los viajes que realizan los turistas han cambiado en los últimos años. El avance tecnológico impulsa la competitividad y da inicio a modelos de negocios, plataformas e intercambios conocidos como *economía colaborativa*. Airbnb es una plataforma web preferida por usuarios que desean alquilar un espacio a viajeros que buscan alojamiento, esto por la flexibilidad de precios en comparación con los hoteles. Airbnb es un negocio que aumenta a pesar de la desconfianza de hospedar a extraños. Los *millennials* constituyen los nuevos viajeros en busca de nuevas experiencias y de espacios con conexiones. Son viajeros que responden a cambios con opciones económicas de predios con espacios compartidos de manera responsable. Esto a su vez desarrolla una economía local saludable y beneficia a comercios que derivan del turismo. Los *millennials* planifican sus viajes de turismo por medio de sus dispositivos móviles, mezclan viajes de negocios y de placer relacionados con la aventura y naturaleza dando importancia a comentarios en las redes sociales originado la economía colaborativa.

Palabras clave: *Millennials*; Airbnb, y Economía colaborativa.

ABSTRACT

Tourist travel has changed in recent years; technological progress drives competitiveness and initiates business models, platforms and exchanges known as the collaborative economy. Airbnb web platform preferred by users who want to rent a space for travelers seeking accommodation because of the price flexibility compared to hotels; business that increases despite the distrust of hosting strangers. The *Millennials* constitute the new travellers, looking for new experiences, spaces with connections, respond to changes with economic options of premises with shared spaces in a responsible way; developing the healthy local economy benefits businesses that derive from tourism. They plan their trips by mobile devices, mix business and leisure tours related to adventure and nature, giving importance to comments on social networks.

Keywords: *Millennials*; Airbnb and Shared economy.

Ricardo Rolando Fonseca Saldaña¹

rfonsecas@unmsm.edu.pe

Adán Humberto Estela Estela²

adan.estela@urp.edu.pe

¹ Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas. Lima, Perú

² Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Presentado: 10/03/2020 - Aceptado: 29/10/2020 - Publicado: 26/11/2020

INTRODUCCIÓN

Los desplazamientos turísticos han evolucionado en los últimos años; el impulso del avance tecnológico y la competitividad ha generado arquetipos de negocios, así como la economía colaborativa. Este artículo muestra el turismo de las nuevas generaciones teniendo en cuenta las características generales de los Millennials, en ese sentido, estos tipos de turistas están conectados con los viajes, la plataforma web y el modelo Airbnb; donde sus principales carencias o beneficios son la economía colaborativa, no solo con sus ventajas y dificultades. Afirmando que el turismo de las nuevas generaciones radica en elegir sus propios destinos turísticos; así como la existencia de información sobre destinos, buenas ofertas y referencias. Donde el Airbnb es una plataforma virtual que conecta a los anfitriones con los huéspedes; además que la economía colaborativa nace como alternativa de prácticas antiguas como el trueque de recursos para satisfacer necesidades.

OBJETIVO DEL ENSAYO

Facilitar y dar a conocer el comportamiento de las nuevas generaciones en los diferentes aspectos de la industria del turismo, buscando una economía compartida y el uso del avance tecnológico.

ARGUMENTACIÓN

Turismo de las nuevas generaciones.

La Organización Mundial del Turismo (2014) considera al turismo como “un fenómeno cultural, social y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares distintos al lugar de residencia habitual por diversos motivos” (párr. 1).

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2015), dentro del turismo receptivo encontramos el segmento de los *millennials*, esto es, a los nacidos entre los años de 1980 y 1999, segmento poco estudiado en el Perú con relación a sus características. La importancia de este segmento radica en dos factores utilizados para elegir sus destinos turísticos. Primero no toman ciudades típicas ni atractivos masivos y, segundo, tienen el añadido de la conectividad y la publicación permanente en las redes sociales. Es un segmento en crecimiento

acelerado; son viajeros que planean sus visitas con anticipación y que tienen a su alcance gran sondeo de fascinantes destinos. Obtienen propuestas y datos de otros individuos, experimentan viajes a lugares poco explorados por viajeros comunes, efectúan largas trayectorias, repiten destinos y les gusta pasar más tiempo en los lugares visitados si se les compara con otros tipos de segmentos de turistas.

Las publicaciones sobre turistas *millennials* aluden a su preferencia por la tecnología, la velocidad que persiguen para conseguir algo, además del aprendizaje persiguiendo lo económico y lo bueno (García, 2018). Se puede decir que es en esta, la generación de la era digital, que nace el negocio Airbnb.

Generalmente el desarrollo de los turistas *millennials* está en la interacción con residentes lugareños para conocer sus costumbres, saborear su comida, visitar lugares históricos, conocer su estilo de vida, etc. Esta generación analiza diferentes criterios para elegir su destino y valora la autenticidad, la seguridad y la tecnología. Son más proclives a repetir el destino y a actuar como pioneros en proporción a destinos que no han sido visitados por el viajero habitual (MINCETUR, 2015). Dittmer (2002) dice que el turismo cultural genera gran impacto en las ciudades visitadas, cuida la cultura local y tiene un impacto económico positivo.

Las generaciones que abarcan más nativos digitales son los *millennials* (generación Y) y los *centennials* (generación Z o nacidos entre los años 1998 y 2010). Son jóvenes que tienen una manera turbulenta de ver la vida, donde lo tecnológico es lo natural. Las facilidades que prestan las nuevas tecnologías traen a los viajeros las capacidades de los jóvenes como mercado significativo al turismo, jóvenes que en su mayoría utilizan la Internet para planificar sus viajes a través de plataformas Web en un alto porcentaje.

Características generales de los Millennials.

Seguidamente, mencionaremos algunos elementos y tendencias referidas a los que integran esta generación. En sus viajes de ocio los *millennials* usan el teléfono móvil para planificar y reservar sus viajes. Manejan una expresión propia, la manera de vestir, de relacionarse, además de valorar y disfrutar el tiempo

libre. Son aficionados al teléfono celular, considerada como prótesis del cuerpo. Están constantemente conectados a la Internet, les agrada participar en las redes sociales. Interesados en la gastronomía buscan aprender de los productores lugareños. En su mayoría ven películas de cine mediante *streaming* en sus equipos móviles. Son multi-task (multitarea), es decir, gestionan de forma natural múltiples tareas al mismo tiempo por medio de sus equipos. La red social como complemento de vida, además del primer canal de comunicación personal asimismo como interacción con destinos y empresas turísticas.

Los turistas Millennials en su relación con los viajes.

Los *millennials* son aventureros que localizan y anteponen destinos desconocidos. Son una generación curiosa que quiere ver el mundo, “conocer una nueva cultura y reducir el estrés alejándose de su rutina diaria. Les gusta la economía colaborativa y las plataformas P2P (peer to peer): Airbnb (alojamiento), Uber (transporte) and Feastly (comida). Tienen más gasto turístico que generaciones anteriores” (García, 2018, párr. 4), sin embargo, la variable esencial es el precio otorgando interés particular al *value for money* (valor por el dinero). Dan más valor a “recomendaciones de un amigo que a las de un agente de viajes. Buscan elementos que les permitan personalizar su viaje o experiencia y están interesados en interactuar con la población local y conocer mejor su cultura” (García, 2018, párr. 3). Reclaman valores a modo de transparencia, contrato social, sostenibilidad. Para viajar buscan información en páginas tales como Trip Advisor, Pinterest, Instagram, Tumblr, o Facebook. Los millennials buscan vivir una experiencia fantástica, tener una historia que contar y que compartir con amigos, familia y conocidos.

Airbnb.

La evolución tecnológica originó grandes cambios sociales. Fue un proceso lento desde la aparición de las máquinas industriales hasta la llegada de las computadoras el que provocó un cambio en la cultura por cada invento aparecido y el que transformó la manera de comunicarse, llegando a tener como resultado

la digitalización que ha transformado el contexto de la sociedad y que ha dado lugar a la interactividad de las personas.

Este giro de las empresas en la era digital está ligado a las grandes corporaciones que hay en Silicon Valley. Es la simbiosis entre el mundo académico y el mundo empresarial la que busca generar un ambiente innovador y empresarial utilizando las tecnologías de la información. En este lugar se encuentran corporaciones de gran repercusión mundial como Xerox, Intel, Apple, Google, Facebook, Yahoo, Uber, Airbnb, Tesla, etc.

Google es el buscador más importante y causa impacto a nivel mundial. A través de sus dispositivos tecnológicos las personas tienen acceso a toda la información que requieran: libros, bares, restaurantes y otros. Por ejemplo, Uber revolucionó la forma de movilizar a las personas facilitando llamar un taxi de manera automática vía GPS por medio de un aplicativo (Todolí, 2015).

De acuerdo con Dittner (2002) quien señaló que Airbnb nace como casa de huéspedes o casa para turistas requisitos que describen propiedades donde los dueños alquilaban habitaciones a turistas o personas que buscan lugares donde alojarse, propiedades que fueron reemplazadas por Bed & Breakfast.

Por el año 2007 dos graduados universitarios participaron en un evento realizado en una conferencia internacional y publicaron en la web un aviso de alquiler de departamentos como “Bed & Breakfast” para los asistentes que desearan un precio menor a los de los hoteles, lo que luego se consideró como idea de negocio, creándose una página web con este servicio. En el 2009 se relanza como airbnb.com popularizándose su servicio.

A los anfitriones o personas que alquilan la propiedad se les conoce como *hosts* (anfitriones) y a las personas que desean o solicitan alquilar alojamiento se les conoce como *guests* (huéspedes). Ambos actores envían comentarios y calificativos sobre sus participaciones que son de utilidad para otros usuarios en el momento de elegir hospedaje. Airbnb garantiza la tranquilidad y seguridad del huésped por el cumplimiento de buenas prácticas como el de

la identificación verificable de tipo *offline*, así como de su perfil *online* además de su cuenta Airbnb.

Airbnb es una plataforma virtual que conecta a personas llamadas anfitriones, es decir los que tienen alojamientos disponibles (casas, departamentos o habitaciones), con personas denominadas huéspedes o las que se interesan en hacer uso de los mismos. Airbnb es el intermediario entre la oferta de los anfitriones y la demanda de los huéspedes a cambio de una tarifa como prestación de dicho servicio.

Airbnb, creado en el 2008, es una plataforma que conecta a las personas que buscan alojarse y que permite reservar, descubrir y publicar espacios particulares en ciudades de todo el mundo dando inicio a la economía colaborativa como tendencia de las personas que ponen a disposición sus propiedades o sus conocimientos (Airbnb, 2014).

El modelo de negocio Airbnb determina un impacto económico que favorece a la ciudad, al turismo, a los negocios locales y a los hogares. Durante su estadía, los visitantes disfrutaban de una serie de costumbres diversas y factibles, y las familias del lugar obtienen retribuciones adicionales redistribuyendo el gasto en la ciudad entre negocios y los barrios. Es una actividad que procede de la colaboración y el compartir de recursos entre personas, factor convertido en importante segmento de la economía de un país, que estimula el consumo, aumenta la productividad, promueve la innovación y el emprendimiento individual.

Del mismo modo en que genera un impacto en el sector turístico, Airbnb fomenta el turismo y conquista nuevos visitantes con la posibilidad de una visita por varios días y a gastar más en la ciudad. Esto genera oportunidad de crecimiento sin la condición de realizar inversiones adicionales en infraestructura como costo adicional.

En el momento de compartir la habitación con los huéspedes se crea un impacto social: los anfitriones de Airbnb invitan a un intercambio cultural con personas de todo el mundo. Es una experiencia que genera tolerancia, empatía, y confianza dentro de la comunidad, esto muchas veces como una manera de crear relaciones con

los vecinos, comprobando los beneficios sociales que presume la economía colaborativa para las personas. Es un intercambio que genera una emoción de comunidad al promover el intercambio cultural basado en relaciones personales, lo que promueve conocer más de cerca a las personas y sus culturas y expresarlas ante el resto del mundo.

Con respecto al impacto medioambiental, Airbnb promueve el uso eficiente de recursos mediante la ayuda a los residentes de una zona determinada a compartir su vivienda, reduciendo el gasto de energía y de agua, la emisión de gases el efecto invernadero y la producción de residuos sólidos.

Los anfitriones de Airbnb son conscientes de la importancia de la conservación del medio ambiente. Se utilizan electrodomésticos de bajo consumo y se explica el modo de usar y de reciclar los residuos. En Europa se usan productos de limpieza ecológicos lo cual disminuye el uso de productos químicos agresivos durante la estancia en un alojamiento de Airbnb. También se promueve el desplazamiento de los huéspedes en transporte público a pie o en bicicleta.

Airbnb y su colectividad como segmento de la economía colaborativa, genera movimiento gracias a internet y/o redes sociales. Los habitantes son prestadores de servicios y los gobiernos crean bienes y servicios en relación al hospedaje. Esta economía colaborativa permite al residente acceder a nuevas oportunidades económicas. Los residentes pueden compartir los recursos de poco uso con otras personas dispuestas a utilizarlos, facilitando la colaboración y la participación entre las personas, permitiendo acceder a todo tipo de recursos a precios asequibles además de servir a personas de todos los niveles socioeconómicos. La economía de recursos está en torno al concepto de hospitalidad; por ende, compartir no es el fin sino más bien el medio para alcanzar un objetivo sustancial: que garantice un crecimiento inteligente, inclusivo y sostenible (Airbnb, 2014).

Las investigaciones de los últimos años en relación a tendencias de hospedaje de los millenials, sobre alojamiento no convencional es decir alquilando habitaciones en casas de moradores permite el contacto con personas lugareñas, resaltan más lo económico y el ofrecimiento de un

servicio distinto. Airbnb, tiene tres tipologías para cancelar a modo de políticas: “Primera, Flexible, reembolso completo hasta un día antes de fecha de llegada. Segunda, Moderada, implica el reembolso hasta cinco días antes de fecha de llegada, Tercera, Estricta, el reembolso del 50% hasta una semana antes de fecha de llegada” (Airbnb, 2017).

Principales carencias.

Airbnb no ofrece un servicio estándar porque no hay una certeza total respecto de lo que el huésped puede esperar de un alojamiento.

El *guest* toma una decisión en base a experiencias de viajeros además confía en los comentarios, los mismos que deben revisarse con mucha prudencia. Para los que viajan por primera vez no es recomendable la elección de Airbnb; siempre un hotel es más seguro para viajeros que recién visitan algunos lugares. Al respecto, los trabajadores del hotel pueden dar orientación. En el Perú hay escasa información de usuarios Airbnb en el segmento *millennial*.

No hay identificación de *keywords* por las valoraciones de una oferta asequible comparados con los de un hotel. Es el precio del hospedaje como factor de valor por el usuario airbnb, este busca flexibilidad y oferta factible comparado con el precio del hotel. Desde otro punto de vista, el tipo de negocio de Airbnb es algo así como el producto alterno para los cuartos de un hotel. Son posibles los engaños por parte de los anfitriones en las políticas de cancelación y reserva. De aquí nace el descontento de los usuarios Airbnb entre lo que se espera obtener y lo que se tiene. También a veces, las propiedades de Airbnb no cuentan con todos los servicios o la calidad de un hotel. Esto se presenta como un costo de oportunidad de los viajeros como experiencia cercana del destino que eligió viajar

Principales beneficios.

Airbnb permite a los turistas de las nuevas generaciones estar en contacto con la cultura de los lugares a los que decide viajar. La evidencia son los comentarios por la preferencia de estar cerca a los lugares turísticos y a un entorno real por los que los millennials prefieren Airbnb. El alojamiento puede estar en cualquier locación, lo cual es propiedad competitiva en relación a

hoteles que cuentan con prácticas rígidas para su establecimiento. Airbnb actúa a modo de modelo de economía compartida a través de la confianza entre anfitrión y huésped. Es el agente que minimiza la información entre el ofertante de los servicios de la ciudad y el turista. El proceso de tomar decisiones reduce “el conjunto de conocimientos y la práctica profesional que ayuda a elegir de manera inteligente en un entorno de incertidumbre, complejidad y dinamismo” (Salinas, 1992, citado por Herrera, 2017. p. 15).

Economía colaborativa.

Nace a modo de opción de cubrir necesidades del consumidor tales como el servicio de taxi o el de hospedaje. Este tipo de economía ha desarrollado un impacto de crecimiento económico, siendo un ejemplo el modelo de negocio Airbnb permite que todo el mundo ofrezca hospedaje a quien lo necesite.

La Economía colaborativa, consumo colaborativo o *Sharing Economy* está vinculada a prácticas antiguas: trueque de recursos y capacidades de productos sean estos tangibles o intangibles de compartir entre personas información o de elegir opciones las que aceptan y adquieren nuevos roles de responsabilidad. Esta economía ha creado una nueva forma de entender el consumo y se desempeña de manera adecuada cuando incluye al productor y al consumidor los que tienen llegada al bien o servicio en lugar de posesión.

La figura de economía colaborativa fundamentada en operaciones del modelo P2P (peer to peer), C2C (Citizen to Citizen, es decir entre ciudadanos o de igual a igual) a diferencia de (B2B) (business to Business) aplicado a los negocios entre empresas, y B2C (Business to Consumer) en referencia para la interacción del consumidor y la empresa, siendo el habitual P2P.

Johal y Zon (2015) citado por Herrera (2017) revelan que aún falta definir la economía colaborativa, sin embargo, existen dos tipos de negocios representativos, uno en el que las personas alquilan bienes por un corto plazo llamado consumo colaborativo y otro en el cual el producto es un servicio que las personas alquilan en lugar de comprar a empresas. Economía compartida expresión amplia para el

conjunto de tipos de negocio, plataforma donde se colabora en la preparación de productos tangibles o intangibles a fin de lograr un mejor intercambio.

Se puede establecer como economía colaborativa como un tipo de transacción entre partes que resuelven un problema sin el uso de dinero. Es valioso conocer este modelo de consumo alternativo que ahora experimenta un progreso en el internet y las tecnologías inéditas. En este tipo de transacción el dinero es reemplazado por un producto o servicio. Existen muchos casos de economía colaborativa tanto en el ámbito personal como en el empresarial. Es una manera cómoda de no mover dinero en las transacciones, lo que acompaña el marketing de contenidos. Por ejemplo, una persona ofrece a otra transportarlo a cambio de la enseñanza de un idioma (Blog Rockcontent, 2019).

Ventajas de la economía colaborativa.

De acuerdo con la Comunidad Innovation & Entrepreneurship Business School (IEBS) las ventajas de la economía colaborativa se presentan en los sectores de la economía, alojamiento, dinero, espacio, servicios, bienes y transporte. Genera impactos en el medio ambiente, en lo social y en lo económico. Impacto en el medio ambiente, por ejemplo, mediante la reducción de la producción, la creación de un transporte más eficiente y un consumo más saludable y ecológico, aprovechando los recursos infrautilizados. Impacto social mediante el fomento de la cohesión social al mejorar las comunidades locales, dar valor a las relaciones sociales y crear solidaridad y confianza. Impacto Económico al generar ahorro para los consumidores con el consiguiente aumento de su poder de compra. Estimula la competencia e impulsa la actividad económica (Fuente, 2015).

La economía colaborativa también genera ahorro para el comprador. El compartir en vez de vender o priorizar el alquiler sobre la compra es sinónimo de ahorro, se colabora y se comparten gastos. Asimismo, hay un incremento de la oferta, en realidad, agrupa y ofrece variedad de opciones de bienes o servicios, de ahí que, para el consumidor final puede obtener productos adaptados a su necesidad de manera sencilla y económica como transporte, alojamiento, artículos para el hogar, etc. Además,

impulsa el consumo en diversas personas y optimiza los recursos para aprovecharlos al máximo. También se puede comercializar y usar distintos productos y materiales que no eran antes aprovechados.

Este tipo de economía crea nuevos negocios, nuevas empresas; ante todo estimula la economía, origina puestos de trabajo y aumenta la confianza, igualmente suscita la solidaridad, ofrece elementos cercanos a los usuarios ya que se suele conocer a las personas. Asimismo, las plataformas ofrecen el sistema de valoración y críticas que a través de comentarios permiten confiar en las personas a las que accede, en este sentido hay un marcado factor comprensivo, que incrementa las relaciones humanas al momento de compartir experiencias y productos sean estos tangible o intangibles. También se da un beneficio medioambiental, en efecto por añadidura, reduce la producción y hay menor gasto de recursos naturales, breve contaminación, motiva el desarrollo sostenible, además fomenta la reutilización de productos o también se presenta la oferta de productos de segunda mano a precios cómodos, finalmente no se desechan y pueden ser útiles para otras personas (Caurin, 2018).

Desventajas de la economía colaborativa.

La economía colaborativa también presenta algunas desventajas a modo de la carencia protección al consumidor porque existe escasez de parámetros y condiciones para proteger al cliente, en el caso que los productos tuvieran algunas averías, o hayan sido vendidos por medio de ofertas falsas. Se recomienda analizar bien la compra de artículos de segunda mano, así como realizar operaciones de intercambio con personas de confianza, o que las transacciones se hagan por medio de plataformas reconocidas en el mercado que tengan políticas de seguridad.

Existe una ausencia de regulación legal, no hay normas claras; en muchos lugares la falta de normativas, no permite el desarrollo sano que evite la competencia desleal y las estafas (Caurin, 2018).

Existe la competencia desleal, podría observarse en los modos de actuar de ciertas empresas por la falta de normativas que provocan algunas ventajas sobre sectores definidos, es el

caso del pago de impuestos. En el sector hotelero o los taxis por medio de plataformas como Uber o Airbnb acrecentado el número de usuarios. Por otra parte, las empresas que realizan variación en su política de servicio (aumento de precios), pueden originar futuros monopolios ya que es una iniciativa ventajosa para pequeñas comunidades o plataformas que a futuro pueden aplicar normas arbitrarias.

CONCLUSIONES

- El Turismo de las nuevas generaciones radica en elegir sus destinos turísticos sin considerar ciudades típicas y atractivos masivos. Tienen el añadido de la conectividad con las redes sociales donde existen testimonios de ofertas, destinos y comentarios de diversos turistas que perciben viajes a lugares poco explorados.
- Los turistas *millennials* son exploradores que detectan y ponen de moda destinos nuevos; aluden la preferencia tecnológica, la rapidez para lograr algo considerando lo económico, la autenticidad, la seguridad. Las facilidades tecnológicas atraen a los viajeros utilizando la internet para planificar sus viajes aplicando plataformas Web. Determinando la alternativa de la economía colaborativa como nuevas tendencias aplicadas al turismo.
- Airbnb es una plataforma virtual que conecta a personas llamadas anfitriones con los huéspedes o personas que buscan lugares donde alojarse. La digitalización dio lugar a la interactividad de las personas que conocen mejor a sus clientes empleando las redes sociales medidas a través de un “me gusta” o por comentarios publicados. El modelo de negocio Airbnb determina un impacto económico que favorece a la ciudad, al turismo, a los negocios locales y a los hogares como manejo de una economía colaborativa.
- La economía compartida nace como alternativa vinculada a prácticas antiguas: trueque de recursos y capacidades para satisfacer necesidades del consumidor. Desarrolla impacto de crecimiento económico como modelo de negocio. Airbnb permite alojar a cualquier persona que

lo necesite adquiriendo nuevos roles de responsabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Airbnb. (2014). *El impacto del alojamiento compartido en Madrid*. Recuperado de https://www.thinktur.org/media/Airbnb_Estudio_impacto_econymico_en_Madrid.pdf
- Airbnb. (2017). *Políticas de cancelación*. Recuperado de https://www.airbnb.es/home/cancellation_policies
- Blog Rockcontent. (2019). *¿Qué es la Economía Colaborativa?* Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/economia-colaborativa/>
- Caurin, J. (2018). *Ventajas y desventajas de la economía colaborativa*. Economía Simple. Recuperado de <https://www.economiasimple.net/ventajas-y-desventajas-de-la-economia-colaborativa.html>
- Dittmer, P. R. (2002). *Dimensions of the Hospitality Industry*. New York, United States: John Wiley & Sons Inc.
- Fuente, O. (2015). *Qué es la economía colaborativa: Ejemplos, ventajas y datos más relevantes*. Barcelona: IEBS Digital School. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/economia-colaborativa-consumo-lean-startup/>
- García, R. (2018). *Los Millennials, turistas que transforman la industria de los viajes*. Madrid: Aprende de Turismo. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/los-millennials-turistas/>
- Herrera, M. (2017). *Preferencia de los turistas extranjeros millennials por Airbnb en Lima, Perú* (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Glosario de Términos de Turismo*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). *El Turismo en Cifras: Millennials del Perú y del mundo marcan tendencia en el sector turístico*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/millennials-del-peru-y-del-mundo-marcan-tendencia-en-el-sector-turistico/>

Salinas, J. A. (1992). *Análisis de las decisiones en entornos inciertos, cambiantes y complejos*. Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.

Todoí, A. S. (2015). *El impacto de la "UBER Economy" en las relaciones laborales: los efectos de las plataformas virtuales en el contrato de trabajo*. Valencia: Departamento de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social Universidad de Valencia. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/39042693.pdf>