



P2P

P2P o la revolución del hospitality

Caso de estudio

Alojamientos P2P de Gran Canaria

Las Palmas de Gran Canaria, 02/Octubre/2015

Rafael González - @ViventialValue

viventialvalue®

Somos pioneros y expertos en Reputación Turística Online



<http://vimeo.com/ViventialValue>



Contexto

#Irrupción masiva de la llamada “economía colaborativa” o “p2p” en todas las fases de la experiencia del turista.

#Actual proceso mundial de reflexión y encaje social, económico y legal ante esta nueva realidad.

#Fomentar el debate desde la neutralidad de los datos independientes y objetivos.




Desafíos que plantea en los destinos
y su encaje estratégico y operativo.

- #Contenido
- #Legalidad
- #Seguridad
- #Conocimiento
- #Integración

Contenido – “el viaje P2P” :



Contenido – definición:



WIKIPEDIA
La enciclopedia libre

[Portada](#)
[Portal de la comunidad](#)
[Actualidad](#)
[Cambios recientes](#)
[Páginas nuevas](#)
[Página aleatoria](#)
[Ayuda](#)
[Donaciones](#)
[Notificar un error](#)

[Imprimir/exportar](#)

[Crear una cuenta](#) [Acceder](#)

Artículo [Discusión](#) [Leer](#) [Editar](#) [Ver historial](#)

Consumo colaborativo

El **Consumo colaborativo** o **Economía colaborativa** es un sistema económico en el que se comparten y se intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales.¹ Se refiere a la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar, redefinida a través de las [tecnologías de la información y la comunicación](#) y la nuevas maneras de medir la reputación de las personas.

El movimiento del consumo colaborativo supone un cambio cultural y económico en los hábitos de consumo marcado por la migración de un escenario de [consumismo](#) individualizado hacia nuevos modelos potenciados por los [medios sociales](#) y las plataformas de tipo [peer-to-peer](#) (red-entre-pares o red-entre-iguales).

En los servicios de consumo colaborativo las barreras de desconfianza se ven minimizadas gracias al uso de perfiles de usuarios con valoraciones y referencias añadidas por otros usuarios, lo que da origen a nuevas maneras de relacionarse, intercambiar, y monetizar habilidades y/o bienes económicos, lo que era impensable hace unos años.

Legalidad:



The image is a screenshot of a news article on the website hosteltur.com. At the top left is the logo for hosteltur.com. Below it is a navigation bar with 'Edición España'. A teal banner contains the text 'NOTICIAS DE HOTELES / ACTUALIDAD HOTELERA'. Below this is a search bar with a red 'x' icon. The main headline is 'Acuerdo con la Generalitat' in teal, followed by 'Booking expulsará de su web a los apartamentos ilegales en Cataluña' in large black font. A sub-headline reads 'El portal del grupo Priceline sienta un precedente a nivel global'. The date '10 SEPTIEMBRE, 2015' is at the bottom left.

hosteltur.com

Edición España

NOTICIAS DE HOTELES / ACTUALIDAD HOTELERA

Acuerdo con la Generalitat

Booking expulsará de su web a los apartamentos ilegales en Cataluña

El portal del grupo Priceline sienta un precedente a nivel global

10 SEPTIEMBRE, 2015

Normativas no homogéneas por territorios;
nuevas modalidades y formatos de prestador de servicios, etc.

Seguridad:

EL MUNDO Edición España Versión Clásica [SUSCRÍBETE](#) [INICIAR SESIÓN](#)

SECCIONES **Economía** Macroeconomía Empresas Bolsa Ahorro y Consumo Vivienda INnovadores

ECONOMÍA COLABORATIVA

Acusa a la inquilina de obligarle a someterse a actos sexuales

Denuncia haber sufrido acoso sexual al alojarse con Airbnb en Madrid

- Un joven estadounidense acusa a su 'casera' transexual de acosarle sexualmente y ella asegura que todo fue consentido
- El joven se comunicó con su madre en EEUU mientras estaba en la casa y Airbnb no le facilitó la dirección, cuestiona
- "Estamos revisando y aclarando nuestros procedimientos para que nuestro equipo siempre contacte con los cuerpos de seguridad en el caso de que se nos comunique una situación de emergencia", dice la plataforma

WELCOME HOME
Rent unique places to stay from local hosts in 193 countries

Rio de Janeiro

João's Home
\$1200

Get Some Sun in San Francisco

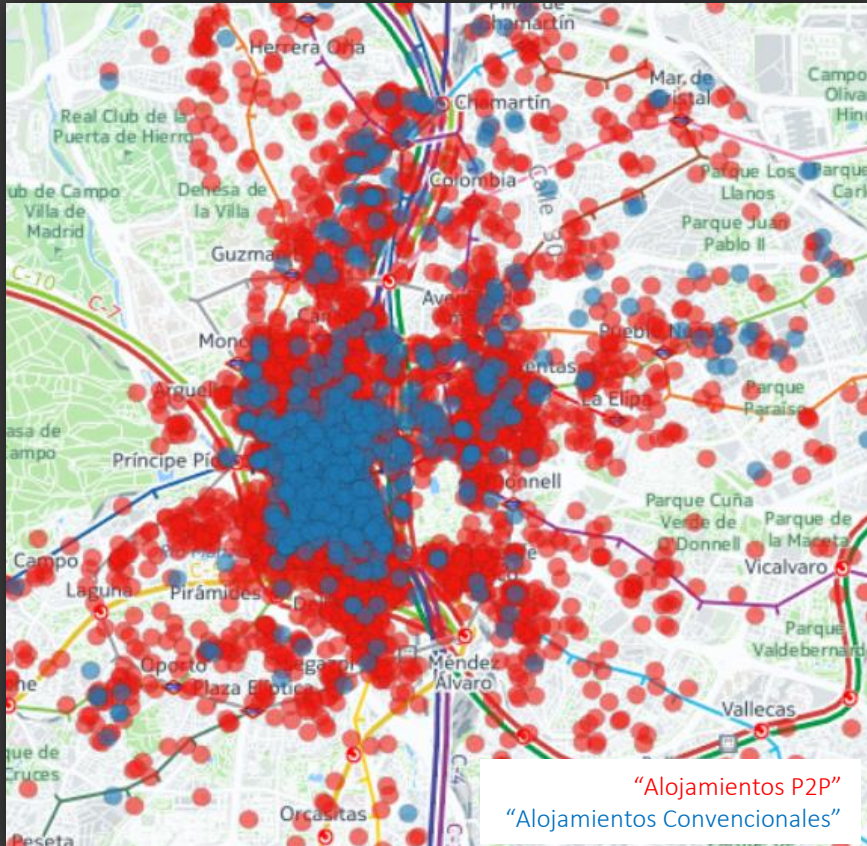
Paris

Bangkok

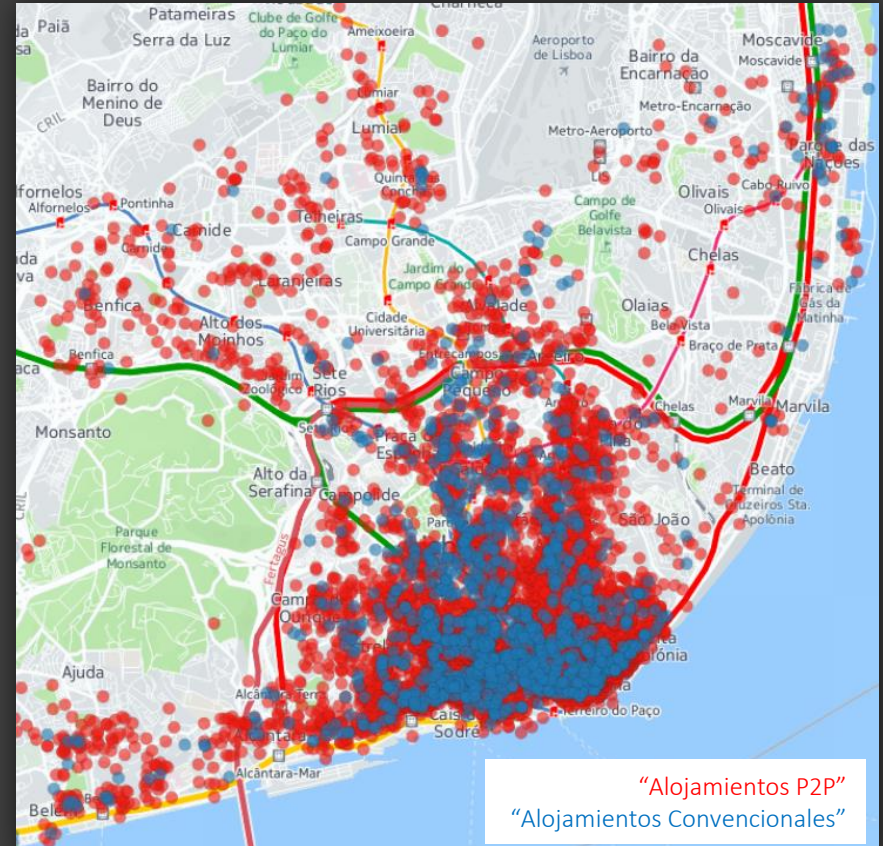
Problemas comunes a la industria turística tradicional:
hurto en hoteles, seguridad alimentaria en restaurantes, cobros indebidos en taxis, etc.

Conocimiento – oferta y demanda:

Ejemplo Madrid:



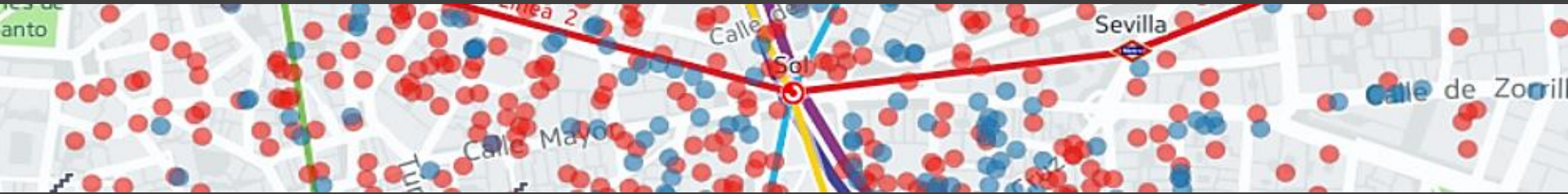
Ejemplo Lisboa:



Fuente: Vivential Value, 2015

Conocimiento – oferta y demanda:

Ejemplo Madrid, distrito Centro:



Redistribución Potencial:

57%

de los “alojamientos P2P”
localizados en Madrid
están en el distrito Centro,
y un 43% se distribuyen por el
resto de la ciudad.

Redistribución Real:

76%

de los comentarios sobre
los “alojamientos P2P”
localizados en Madrid
están en el distrito Centro, con
limitado impacto real en el resto de zonas.

Fuente: Vivential Value, 2015

Conocimiento – oferta y demanda:

Artículo de PhoCusWright

Brasil y China, países donde más se usa el P2P para alojamientos

22 AGOSTO, 2015

8

KEY FINDINGS ON THE GLOBAL STATE OF SHARED SPACE



NOT JUST FOR MILLENNIALS

35 YEARS OLD +



A significant percentage of shared space renters in the U.S. Europe and Australia are over 35.

Integración – propuesta valor de los DESTINOS:

Airbnb será el proveedor oficial de alojamientos para la Copa América 2015



JUEVES, 19 MARZO, 2015

POR: MÓNICA ARANCIBIA

USA TU CASA COMO ALOJAMIENTO Y GANA DINERO EXTRA PARA ESTA COPA AMÉRICA

Plataforma mundial Airbnb te permite poner a disposición de los turistas tu casa o departamento, sacándole un buen provecho, logrando un potenciamiento económico de tu hogar.

Integración – propuesta de valor de las “EMPRESAS TRADICIONALES” :

El alza de Airbnb podría obligar a los hoteles a bajar precios

La web cuenta ya con más de 1.000 empresas en su programa para business

02 SEPTIEMBRE,
2015

Room Mate crea nuevo producto turístico: vivienda vacacional con servicios adicionales

Be Mate está disponible desde hoy con 2.500 apartamentos en 10 ciudades

17 SEPTIEMBRE,
2014

Estudio de Skift

Los hoteles lifestyle incorporan el componente local para competir con el P2P

El hotel como un hub del destino más que un hotel-destino

02 JUNIO, 2015

Mientras autoridades de todo el mundo dudan de la legalidad de la aplicación Hilton se alía con Uber

02 SEPTIEMBRE,
2015



Estudio exploratorio del Alojamiento P2P Gran Canaria

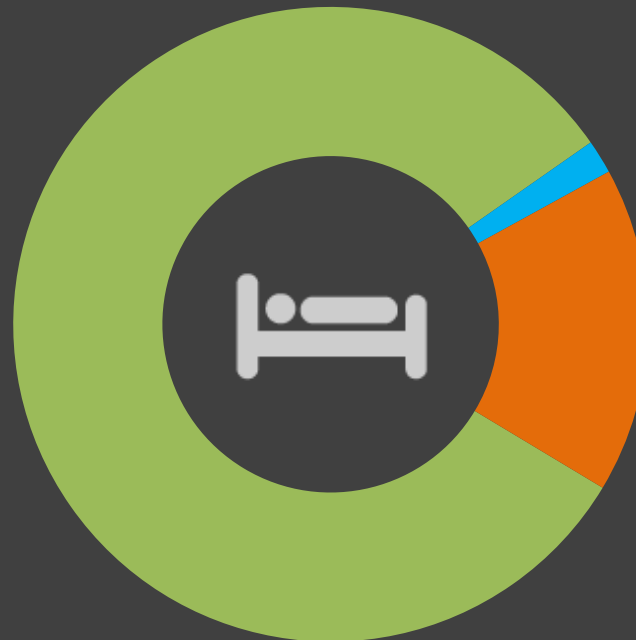
Elaboración:
Vivential Value - 2015



Principales características de la oferta de "alojamientos P2P" de Gran Canaria

Tipo de "Alojamiento P2P" ofertados en Gran Canaria:

1.681 alojamientos y
6.462 plazas.



82%

Casa/apto.
entero

2%

Habitación
compartida

17%

Habitación
privada

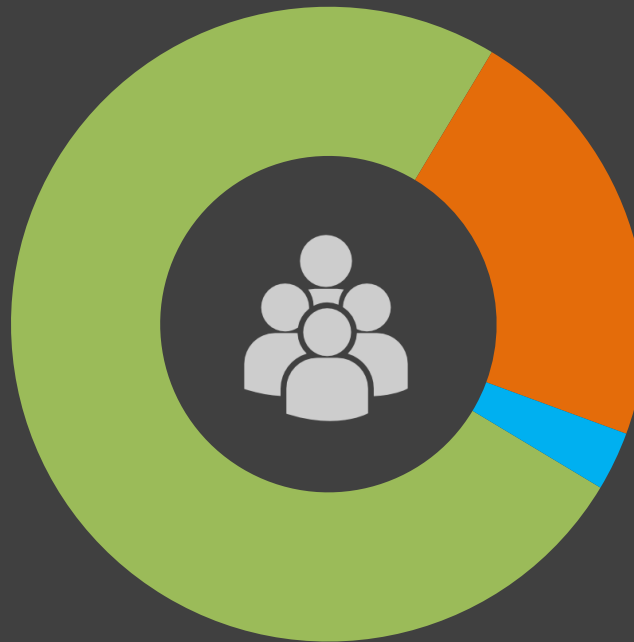
Tarifa media por noche y tipo de "Alojamiento P2P" en Gran Canaria:

Tarifa media
74 euros/noche.
(20 eur. por plaza)



Número de alojamientos ofrecidos por cada “anfitrión” en Gran Canaria:

El 25% de los anfitriones acumula el 57% de los alojamientos ofertados.



75% ofrece
1 solo alojamiento

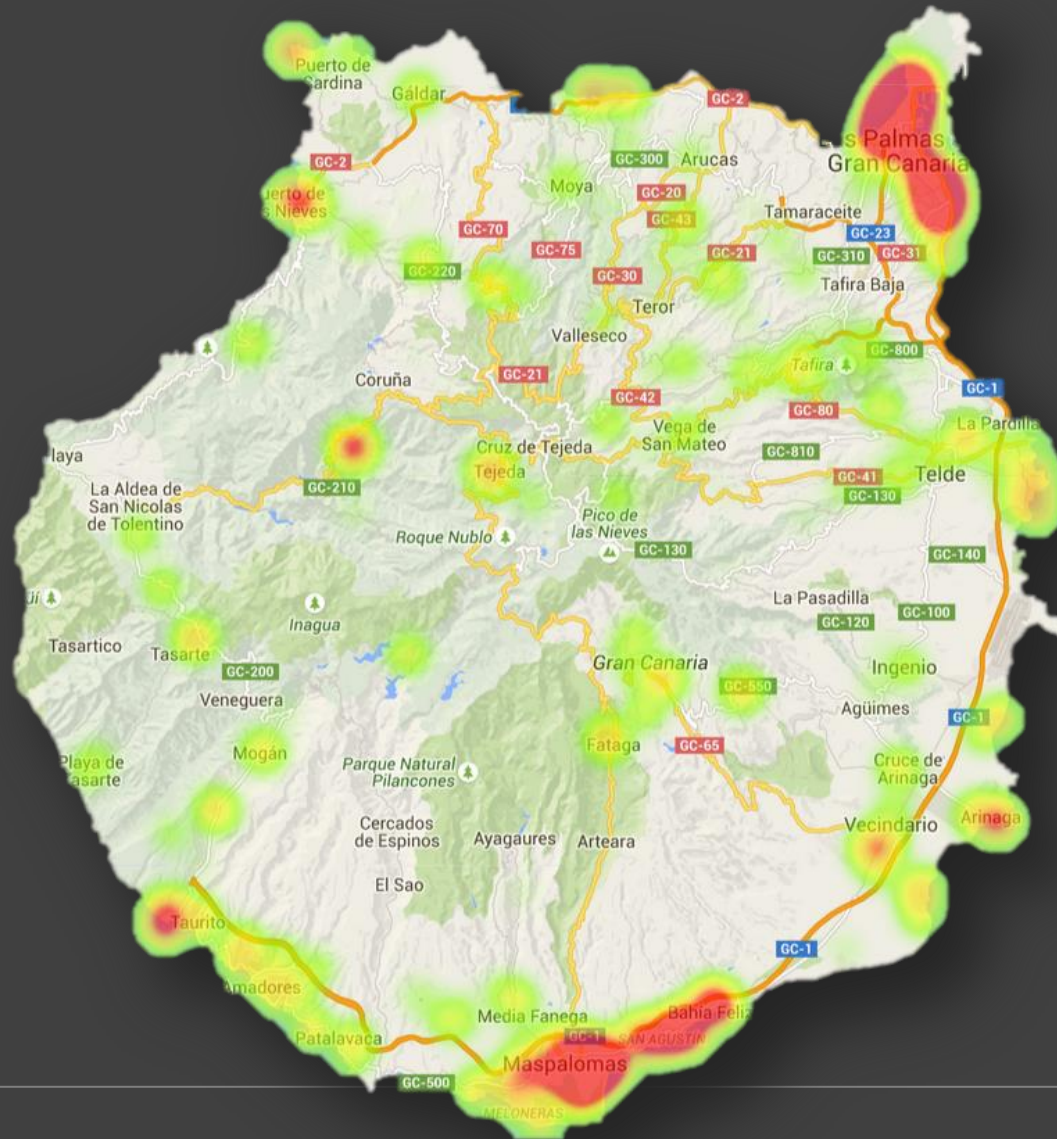
22% ofrece
2 a 5 alojamientos

3% ofrece
+5 alojamientos



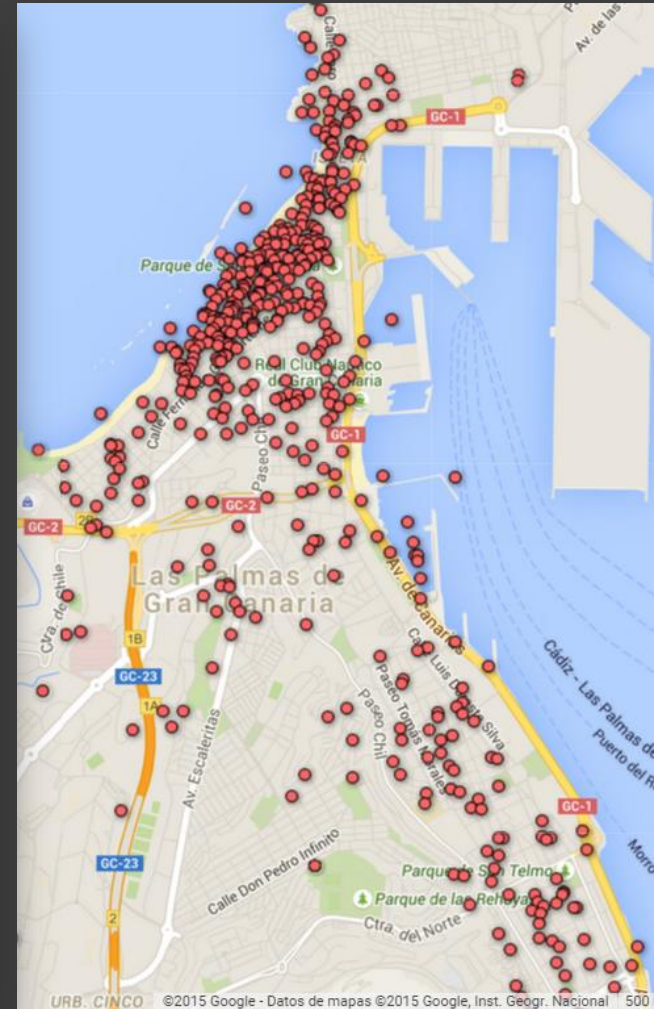
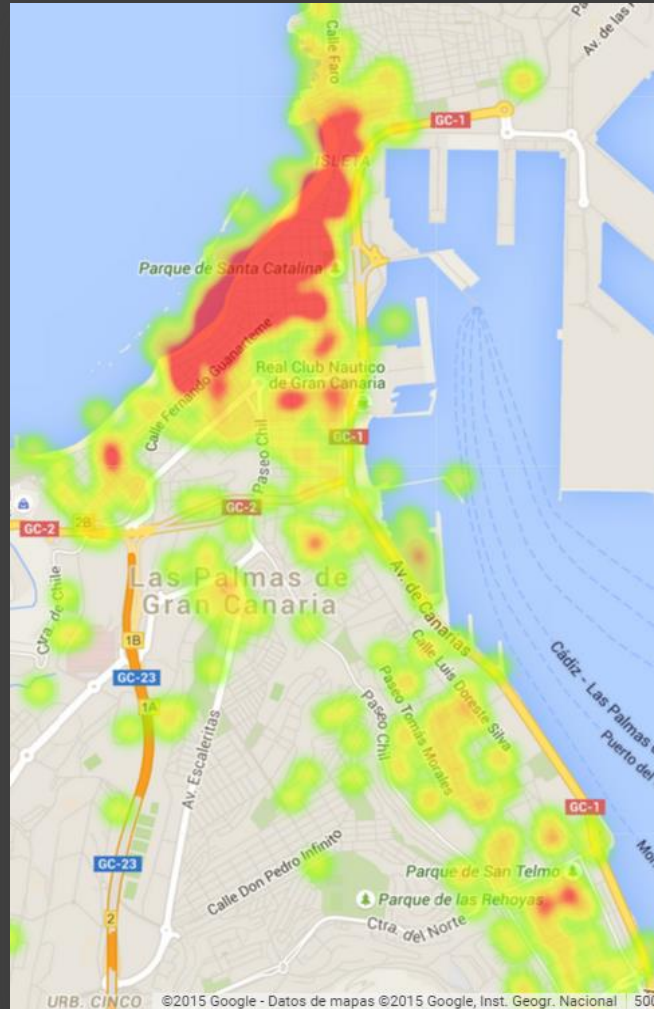
¿ Los “alojamientos P2P” favorecen
la redistribución del turista
dentro del territorio ?

Geoposicionamiento de “Alojamientos P2P” en Las Palmas de Gran Canaria:



Geoposicionamiento de "Alojamientos P2P" en Las Palmas de Gran Canaria:

Concentración geográfica de la oferta P2P.





¿Los “alojamientos P2P” tienen una
contribución positiva
en la imagen del Destino?

Valoración media de los usuarios y distribución de opiniones en Gran Canaria:

El Índice de Reputación Online de los “Alojamientos P2P” de la Isla se sitúa en el 9,20 sobre 10.



1.681 alojamientos presentes en las principales plataformas online vinculadas a la llamada economía colaborativa o P2P, ubicados en más de 50 destinos de Gran Canaria, que acumulan 7.500 opiniones y valoraciones de usuarios.

Julio de 2015

Posibles explicaciones a la elevada reputación del “alojamiento P2P” en los destinos analizados (por orden alfabético):

#CÁLCULO

Particularidades técnicas de los sistemas de reputación (valoración recíproca entre los huéspedes y anfitriones; posibilidad de selección de los clientes; posibilidad de críticas privadas en algunas plataformas; etc.) que pueden generar un marcado sesgo en las puntuaciones emitidas.

#CALIDAD

Mejor prestación, objetiva y/o percibida, del servicio y de la experiencia ofrecida al cliente (la sobreoferta de alternativas en estas plataformas incentiva la excelencia en la prestación; propietarios al frente del servicio; cultura del detalle; etc.).

#COMUNIDAD

Sentimiento de comunidad (pertenencia a grupo; usuarios que son a la vez proveedores y clientes; etc.) así como posibles perfiles y estilos de vida de usuarios muy definidos y alineados.



Primeras conclusiones:

#1. Legalidad y Seguridad.

#2. Innovar en Conocimiento.

#3. Integrar (o no!) en la propuesta de valor.



Conozca la Reputación Online
de su Destino desde una visión 360º

Análisis, Gestión i Formación
en Reputación Turística Online

Rafael González

Socio Director

info@viventialvalue.com

Barcelona - Sevilla

