

**INFLUENCIA DE LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS Y LOS HÁBITOS DE VIAJE EN LA  
PERCEPCIÓN DE RIESGO POR COVID-19 EN EL USO DE ALOJAMIENTO VACACIONAL.**

**—  
INFLUENCE OF SOCIODEMOGRAPHIC VARIABLES AND TRAVEL HABITS ON THE RISK  
PERCEPTION OF COVID-19 IN THE USE OF HOLIDAY HOMES.**



**Autoras:**

Marina López Caro  
Sara Encinoso Hernández

**Tutor:**

Desiderio Gutiérrez Taño

**Grado en Turismo.  
Facultad de Economía, Empresa y Turismo,  
Universidad de La Laguna.**

Curso Académico 2020 / 2021  
En La Laguna a 8 de Junio de 2021

## **RESUMEN**

El COVID-19 ha afectado negativamente a la economía mundial, especialmente al sector turístico. Con el avance de la vacunación y la reducción de contagios, se prevé una progresiva recuperación de la actividad. Estudios recientes sugieren que la vivienda vacacional puede ser percibida como una alternativa más segura sanitariamente hablando. No obstante, dichos estudios no han considerado si los distintos segmentos del mercado perciben igual la seguridad sanitaria de la vivienda vacacional. Esta investigación analiza si las variables sociodemográficas y de hábitos de viaje influyen en dicha percepción. La metodología utilizada ha sido una encuesta realizada a 874 personas. Los resultados sugieren que el nivel de estudios, el tipo de vacaciones principales y el tipo de alojamiento pueden afectar a la seguridad sanitaria percibida. También sugiere que la ocupación, el nivel de estudios y veces alojado en vivienda vacacional influye en la recuperación de la confianza de los viajes turísticos.

Palabras clave: Vivienda vacacional, Covid-19, seguridad sanitaria, confianza.

## **ABSTRACT**

The COVID-19 has negatively affected the global economy, especially the tourism sector. With the vaccination progress and the infection reduction a progressive recovery of activity is expected. Recent studies suggest that holiday homes can be perceived as a safer alternative in terms of sanitation safety. However, these studies have not considered whether the different segments of the market perceive the sanitation safety of the holiday homes in the same way. This research analyzes whether sociodemographic variables and travel habits influence this perception. The methodology used was a survey of 874 people. The results suggest that the level of education, the type of main holiday and the type of accommodation may affect the perceived sanitation safety. It also suggests that occupation, level of studies and times spent in vacation homes influence the recovery of confidence in tourist trips.

Keywords: holiday home, Covid-19, health security, confidence.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	MARCO TEÓRICO.....	5
	2.1. PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL ALOJAMIENTO VACACIONAL.....	6
	2.2. RECUPERACIÓN DE LA CONFIANZA EN LOS VIAJES TURÍSTICOS.....	6
	2.3. INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.....	7
	2.4. INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS DE VIAJE.....	7
3.	OBJETIVOS.....	8
	3.1. OBJETIVO GENERAL.....	8
	3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
4.	METODOLOGÍA.....	9
	4.1. MÉTODO DE ESTUDIO.....	9
	4.2. CUESTIONARIO Y MEDIDAS DE LAS RESPUESTAS.....	9
	4.3. PROCEDIMIENTOS DE RECOGIDA DE DATOS.....	12
	4.4. ESTRUCTURA DE LA MUESTRA Y PONDERACIÓN.....	12
	4.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	13
	4.6. RECODIFICACIÓN DE VARIABLES INDEPENDIENTES.....	14
5.	LA VIVIENDA VACACIONAL EN CONTEXTO.....	15
6.	ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.....	17
	6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	17
	6.2. ANÁLISIS DE LAS RELACIONES ENTRE VARIABLES.....	19
7.	DISCUSIÓN E IMPLICACIONES.....	22
	7.1. DISCUSIÓN.....	22
	7.2. IMPLICACIONES.....	27
8.	CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.....	29
	BIBLIOGRAFÍA.....	29
	ANEXO I: CUESTIONARIO.....	32

## ÍNDICE DE TABLAS, FIGURAS Y GRÁFICOS

Tabla 1: Constructos generales y sus ítems.....	11
Tabla 2: Resultados muestrales sin ponderar.....	12
Tabla 3: Resultados muestrales ponderados.....	13
Tabla 4: Variables síntesis utilizadas.....	14
Tabla 5: Media y desviación estándar de variables independientes.....	17
Tabla 6: Medias, contraste de t de Student e índice de frecuencias.....	19
Gráfico 1: Sumatorio de índices de acuerdo en las afirmaciones de los ítems.....	18
Gráfico 2: Medias seguridad sanitaria y futuro viajes según variables sociodemográficas y hábitos.....	22

## 1.INTRODUCCIÓN

La pandemia de Covid-19 a partir de finales de 2019 afectó duramente a las industrias del turismo y a la hostelería en todo el mundo. El servicio de alojamiento peer to peer más popular, Airbnb, también se enfrentó a una rápida caída en las reservas (Boros, L. Dudás, G. & Kovalcsik, T. 2020).

El acceso a la vivienda vacacional ha sido un tradicional objeto de estudio y de debate académico, político y social por las amplias repercusiones que tiene sobre el bienestar de la ciudadanía y la economía nacional. Pero en la actualidad, a partir de la pandemia, cabe preguntarse cuál será el efecto que el Covid-19 puede tener en el sector turístico, en los hábitos de consumo de servicios turísticos y, sobre todo, cuál será la repercusión final en la demanda de la vivienda vacacional en las zonas de mayor incidencia de este sector (Urrestarazu, 2020).

La creciente popularidad de Airbnb ha dado lugar a un cuerpo emergente de literatura que examina los factores que impulsan o disuaden a los consumidores de elegir Airbnb (por ejemplo, Guttentag, 2015, 2016; Tussyadiah, 2015). Mientras que en el contexto de la economía colaborativa el valor percibido por los consumidores es un factor significativo para determinar su actitud así como la intención de adopción hacia la innovación (Zhu et al., 2017), la adopción del alojamiento entre iguales también podría estar motivada por factores sociales como los beneficios sociales (Tussyadiah, 2016) y las interacciones sociales (Guttentag, Smith, Potwarka, y Havitz, 2017). Las investigaciones demuestran que el valor del precio, la comunidad, el ambiente del hogar y la sostenibilidad son los principales factores que motivan a los consumidores a elegir Airbnb (Guttentag, 2015; Liang, 2015; Tussyadiah, 2015), mientras que la desconfianza, la eficacia, la imprevisibilidad y la falta de ahorro de costes se han encontrado como limitaciones para utilizar Airbnb (Liang, 2015; Tussyadiah & Pesonen, 2016a; Tussyadiah, 2015).

Basado en los principales impulsores del crecimiento de Airbnb en el pasado, y los recientes desarrollos relacionados con COVID19, algunos estudios predicen que la proporción de los anfitriones capitalistas disminuirán y la proporción de anfitriones amigos y éticos aumentará, lo que hará que Airbnb vuelva a su espíritu original de compartir el espacio entre ciudadanos comunes. Si bien se prevé que el mercado de plataformas en línea se recupere nuevamente, se predice también que muchos anfitriones se trasladarán al mercado de alquiler a largo plazo para

evitar riesgos relacionados con los cambios. Ahora bien, es posible que dichas plataformas en línea tengan que ser incentivadas por los reguladores (Dolnicar, S & Zare, S. 2020).

La oferta de Airbnb se ha más que duplicado en los últimos cuatro años, pasando de 2,3 millones de anuncios activos a principios de 2017 a 5,6 millones de anuncios antes de la pandemia. Estas tasas de crecimiento se detuvieron abruptamente en marzo de 2020 con el inicio de la pandemia mundial del COVID-19, ya que la demanda de todas las formas de alojamiento se contrajo y los huéspedes cancelaron sus planes de viaje. Desde enero hasta junio de 2020, Airbnb perdió el 5% de sus anuncios totales, pero desde entonces se ha recuperado con un 2,5% de crecimiento con respecto a los niveles pre-pandémicos. El atractivo relativo de los alquileres a corto plazo, con mayor espacio habitable, más dormitorios e inventario en destinos más remotos, ha demostrado ser un activo vital durante la pandemia y ha permitido un mejor rendimiento en comparación con las formas de alojamiento más tradicionales (Lane, 2021).

Aunque estos estudios han contribuido a la comprensión de la recuperación de la seguridad sanitaria y la confianza en los futuros viajes a partir de la pandemia, lo que pretendemos con nuestro trabajo es ver cómo influyen factores como las variables sociodemográficas (edad, género, estudios, ocupación, status) y los hábitos de viaje, en la percepción de riesgo por covid a la hora de reservar una vivienda vacacional.

Este estudio pretende dar respuesta a la percepción de riesgo por covid en el uso de la vivienda vacacional a través de plataformas online como Airbnb. Examinando si las variables sociodemográficas y los hábitos de viaje influyen en la percepción del riesgo por covid-19 y en la recuperación de la confianza en los viajes. Para ello, se llevaron a cabo una serie de entrevistas personales con un cuestionario estructurado y se realizó una investigación cuantitativa online a una muestra de 874 personas en Tenerife.

En los siguientes apartados se realiza una revisión exhaustiva de las principales aportaciones realizadas por los investigadores sobre cómo afectan las variables sociodemográficas y los hábitos de viajes en las reservas online de vivienda vacacional a partir de la pandemia.

## 2. MARCO TEÓRICO

La pandemia mundial ha representado una grave amenaza para la economía mundial, el sector turístico y la hostelería en general (Sharma y Nicolau, 2020), además de para los alojamientos peer to peer (Dolnicar y Zare, 2020). Los modelos peer-to-peer han crecido exponencialmente en los últimos años (Ert *et al.*, 2016; Gutiérrez *et al.*, 2017; Viglia, 2020), principalmente debido a los rápidos desarrollos tecnológicos (Buhalis *et al.*, 2019). Con el tiempo, los modelos peer-to-peer como Airbnb han amenazado a los hoteles tradicionales al robar cuotas de mercado, proponer nuevas formas de acceder a los servicios y centrarse en experiencias únicas, interacciones sociales / físicas y precios más bajos (Tussyadiah y Pesonen, 2016; 2018).

Recientemente, los estudios sobre la economía colaborativa se han centrado en los impactos negativos del COVID-19 (Farzanegan *et al.*, 2021). Por ejemplo, han descubierto que los efectos de la pandemia han tenido un impacto similar tanto en el alojamiento peer to peer como en los principales actores de la hostelería. Más interesante aún, descubrieron que aunque una parte de los anfitriones que alquilan a través de plataformas de alquiler vacacional, se sienten optimistas sobre el futuro, otros decidieron salir de la plataforma para pasar al alquiler a largo plazo (Farmaki *et al.*, 2020). A pesar de la existencia de estos estudios, hay una escasez de investigaciones que se centren en los huéspedes.

En este sentido, una de las incertidumbres aún por descubrir es si el COVID-19 afecta a las necesidades de los turistas y en particular a sus motivaciones, preferencias, percepciones y comportamientos con respecto a las opciones de alojamiento y la necesidad de distancia social / física (De Vos, 2020). La percepción del riesgo de seguridad, especialmente en lo que respecta a la salud personal, se ve ahora alterada por la secuencia mundial de eventos. La pandemia por COVID-19 podría haber inducido una mayor necesidad de distancia "física" personal, especialmente con personas que no son familiares. Esta tendencia podría traducirse en una búsqueda reducida o sensibilidad a la interacción / experiencia social y a los bajos niveles de requisitos de distancia social / física que se encontró para caracterizar algunos segmentos de clientes de alojamiento entre particulares (Tussyadiah, 2016). En otras palabras, la distancia social / física podría seguir siendo un factor motivador para elegir alojamiento vacacional. Específicamente, la relevancia del espacio físico al elegir el alojamiento podría cambiar las preferencias del consumidor. En conjunto, una percepción más aguda del riesgo de seguridad

podría aumentar la necesidad de distancia física para evitar infecciones, y esto podría afectar las opciones de alojamiento (Bresciani *et al.*, 2021).

## **2.1. PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD SANITARIA DE LA VIVIENDA VACACIONAL.**

Algunos estudios, como los previamente mencionados, ya han analizado la posible percepción existente de la vivienda vacacional en cuanto a si esta ofrece mayores garantías sanitarias tras la llegada de la crisis provocada por el Covid-19 (Bresciani *et al.*, 2021; Farzanegan *et al.*, 2021; Farmaki *et al.*, 2020; De Vos, 2020) ya que debido a la pandemia los aspectos relacionados con la sanidad, limpieza e higiene se han convertido en aspectos clave en la vida de las personas. Por ejemplo Bresciani *et al.* (2021) en su reciente estudio demostró que “en comparación con la situación no pandémica, en una situación de pandemia los viajeros tienden a elegir pisos completos en lugar de un hotel y un piso compartido”. Encontramos más datos alentadores ya que “Las cifras parecen mostrar que sí, que la pandemia ha hecho que más personas elijan alojarse fuera de los hoteles este verano. [...] la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) muestra que el alojamiento hotelero ha bajado un 82,3% en tasa anual, mientras la vivienda en alquiler, un 69,9%” (Mascaró, 2020). Por tanto, la percepción de seguridad sanitaria de las viviendas vacacionales por parte de los turistas es un aspecto relevante para el desarrollo de la actividad en una etapa pos-pandemia.

## **2.2. RECUPERACIÓN DE LA CONFIANZA EN LOS VIAJES TURÍSTICOS.**

Otro de los temas que están generando controversia en los estudios turísticos es la recuperación de la confianza en viajar una vez se supere el efecto sanitario de la pandemia. Un ejemplo de esta posible rápida recuperación de la confianza lo podemos encontrar en noticias como la recibida el 22 de abril de 2021 por el periódico digital ABC, la cual exponía que más de 45.000 personas se ofrecieron voluntarias para realizar un viaje piloto a Gran Canaria promovido por la agencia de viajes TUI. Por lo que se puede observar la sociedad no le ha cerrado las puertas a los viajes turísticos tras la llegada de la pandemia Covid-19 (Bautista, 2021). Esta cuestión es un aspecto relevante en la investigación académica en estos momentos y un aspecto clave a analizar es si determinados segmentos o grupos de población tienen más o menos nivel de confianza en los viajes.

Por otra parte, la empresa de orientación a la audiencia para la industria del marketing global Global Web Index, y su estudio acerca del impacto del Covid-19, nos aportan datos alentadores como que tras la aparición del Covid-19 sólo entre un 20%-33% de personas ha cancelado los viajes que ya tenía reservados, tanto en el extranjero como dentro del propio país. Además un 38% ha pospuesto la compra de productos turísticos y un 31% no va a hacer reservas vacacionales hasta que la pandemia haya terminado. Podemos observar que el deseo de viajar se mantiene, pero se posponen los planes de viaje hasta que exista una mayor certeza (Mander, 2020; Escobar, 2021). Ivanova, Krasimirov y Stanislav (2021) concluyeron también que la mayoría de las personas que encuestaron estaban listas para retomar el hábito de viajar en los dos meses posteriores a la autorización de dicha práctica.

### **2.3. INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.**

Algunos estudios en el ámbito turístico han determinado diferentes relaciones entre las variables sociodemográficas y la intención de reservar una vivienda vacacional a partir de la pandemia. Un ejemplo de ello es que las mujeres de entre 25 y 34 años parecen estar aún más preocupadas por reservar un piso compartido después de la pandemia; por tanto, representan un objetivo prioritario que hay que tranquilizar (Bresciani *et al.*,2021). Con respecto al tipo de alojamiento, las mujeres necesitan más seguridad para alquilar una vivienda vacacional en comparación con otro tipo de alojamiento como los hoteles (Bresciani *et al.*,2021).

A partir de las evidencias de este estudio se requiere analizar en mayor profundidad si la preocupación de riesgo sanitario de la vivienda vacacional y la percepción de la recuperación de la confianza en los viajes turísticos está influida por variables sociodemográficas. Por lo tanto se plantean como “**cuestiones de investigación**” de este estudio las variables sociodemográficas referidas a género, edad, estudios, ocupación y estatus económico.

### **2.4. INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS DE VIAJE.**

Según el estudio realizado por Lee y Dealer (2021) los encuestados que habían utilizado previamente la vivienda vacacional como alojamiento mostraron un cambio de percepción en el riesgo social percibido más alto que aquellos sin experiencia. A pesar de este dato y aunque se descubrió una carencia de estudios sobre el caso concreto de la influencia de variables sociodemográficas y hábitos de viaje sobre la percepción de seguridad de la vivienda vacacional



en comparación con otros alojamientos tradicionales, así como sobre la recuperación de la confianza en los viajes turísticos, sí que existen algunas investigaciones que han descubierto relaciones y comportamientos distintos según dichas variables (Bresciani *et al.*,2021; Lee y Dealer 2021).

También en este ámbito deben realizarse análisis concretos sobre la posible influencia de los hábitos de viaje en la preocupación de riesgo sanitario de la vivienda vacacional y la percepción de la recuperación de la confianza en los viajes turísticos. En este estudio tratamos por tanto además como **“cuestiones de investigación”** las variables de hábitos de viaje referidas a frecuencia de viajes, el tipo de vacaciones principal, acompañamiento, tipo de alojamiento, número de veces alojado en una vivienda vacacional y la principal plataforma utilizada.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

En la última década la aparición de alojamientos en régimen de vivienda vacacional ha proliferado exponencialmente. Tras realizar una revisión bibliográfica y descubrir una carencia significativa en cuanto al análisis de los antecedentes relacionados con el comportamiento de los turistas tras la llegada del Covid-19 y cómo afectan estos al alquiler vacacional, se considera necesario profundizar en su análisis y así contribuir a paliar el vacío existente en la literatura.

En esta investigación se plantea como objetivo general conocer si los hábitos de viaje o los aspectos sociodemográficos influyen en la percepción de seguridad sanitaria en la vivienda vacacional y la recuperación de la confianza en los viajes turísticos tras la llegada del Covid-19.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al anterior objetivo general le preceden los siguientes objetivos específicos:

- Conocer si variables sociodemográficas como el género, la edad y los ingresos influyen en la percepción del riesgo por Covid-19 a la hora de reservar Vivienda Vacacional.

- Conocer si las variables de hábitos de viaje como la frecuencia de viaje, tipo de vacaciones, acompañamiento, tipo de alojamiento, veces alojado y plataforma utilizada influyen en la percepción del riesgo por Covid-19 a la hora de reservar Vivienda Vacacional.
- Conocer si las variables sociodemográficas como el género, la edad y los ingresos influyen en la recuperación de la confianza en los viajes.
- Conocer si las variables de hábitos de viaje como la frecuencia de viaje, tipo de vacaciones, acompañamiento, tipo de alojamiento, veces alojado y plataforma utilizada influyen en la recuperación de la confianza en los viajes turísticos.

## **4. METODOLOGÍA**

### **4.1 MÉTODO DE ESTUDIO**

Para la consecución de los objetivos del estudio se ha realizado una encuesta a la población objeto del estudio utilizando como herramienta de recogida de datos un cuestionario estructurado. Con esta técnica de investigación podemos obtener datos sobre una gran variedad de temas y así lograr nuestro objetivo de investigación.

### **4.2. CUESTIONARIO Y MEDIDAS DE LAS RESPUESTAS**

El cuestionario llevado a cabo estaba compuesto por diferentes preguntas agrupadas en cuatro tipos: Filtro, Hábitos de viaje, Sociodemográficas y relacionadas con el Covid-19.

#### ***Filtro:***

Las preguntas filtro tenían como objetivo desechar aquella muestra de la población que no tenía relación suficiente con la vivienda vacacional y se componía de dos preguntas. La primera invitaba al encuestado a señalar aquellas empresas turísticas que conocía, siendo Airbnb una de las opciones clave para poder seguir realizando el cuestionario. La segunda pregunta hace referencia a la frecuencia de viaje antes de la pandemia, desechando aquellas respuestas inferiores a menos de 1 vez al año.

### **Hábitos de viaje:**

Posteriormente encontramos aquellas preguntas del grupo referido al contexto, que alberga a su vez los subgrupos hábitos de viaje, donde podemos encontrar preguntas multirespuesta relacionada con los tipos de viaje vacacional que realizaba el individuo más habitualmente, invitándole acto seguido a señalar dentro de las respuestas respondidas cual es la principal. También se quería investigar con quién suele realizar dichos viajes habitualmente y qué tipo de alojamiento suele utilizar principalmente en los viajes que realiza. Y experiencia en vivienda vacacional con las que se buscaba saber el grado de relación del encuestado con este tipo de alojamiento. Para ello se elaboraron preguntas para saber qué plataformas para alquiler de viviendas vacacionales conoce, el número de veces que se ha alojado en esta tipología de alojamiento y una tercera pregunta sobre cuál de las plataformas sugeridas ha utilizado principalmente para alquilar dichas viviendas vacacionales. Esta última pregunta estaba presente únicamente si la respuesta a ¿Cuántas veces se ha alojado en viviendas vacacionales? fue mayor que “Nunca” y las opciones para responder estaban condicionadas por aquellas seleccionadas en ¿Qué plataformas para alquiler de viviendas vacacionales conoce, aunque solo sea de oídas?

### **Covid-19:**

Nuestro objeto de estudio está dividido en dos constructos, seguridad sanitaria percibida respecto al alquiler vacacional y percepción de futuro turístico tras la llegada del Covid-19.

Estos constructos fueron plasmados en el cuestionario de forma que cada uno tuviera tres ítems, los cuales fueron desarrollados mediante elaboración propia basados en el artículo “COVID19 and Airbnb – Disrupting the disruptor” (Dolnicar y Zare, 2018). Para medir el grado de acuerdo o desacuerdo de cada ítem se decidió utilizar una escala de Likert de siete puntos donde:

1- Muy en desacuerdo; 2- Bastante en desacuerdo; 3- Algo en desacuerdo; 4- Ni en desacuerdo ni de acuerdo; 5- Algo de acuerdo; 6- Bastante de acuerdo; 7- Muy de acuerdo.

En cuanto a la seguridad sanitaria percibida respecto al alquiler vacacional nos interesaba saber si la persona veía la vivienda vacacional como un lugar más seguro que el resto de alojamientos, si la veía como una mejor opción y si percibía que dichas viviendas cumplían realmente las medidas sanitarias exigidas para evitar contagios.

Si hablamos de la percepción de futuro turístico tras la llegada del Covid-19 el principal objetivo es medir la incertidumbre existente ante la mejora de la situación actual, su predisposición a viajar con el condicionante del Covid-19 y si el hecho de la seguridad sanitaria del destino influye en la decisión de elección. En la tabla 1 expuesta a continuación podemos ver los ítems relacionados con cada aspecto.

**Tabla 1. Constructos generales y sus ítems.**

Seguridad Sanitaria percibida respecto al alquiler vacacional.	En la situación actual de la crisis Covid-19, la mejor opción de alojamiento en vacaciones es una vivienda vacacional.
	Alojarse en viviendas vacacionales aporta una mayor seguridad sanitaria que alojarse en otros establecimientos (como por ejemplo hoteles).
	Las viviendas vacacionales garantizan que se cumplen las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios.
Percepción de futuro turístico ante la llegada del Covid-19	Aunque la situación se regularice, creo que los próximos años seguirá existiendo una elevada incertidumbre sanitaria.
	Creo que me pensaré mucho irme de vacaciones a partir de ahora.
	A partir de ahora elegiré lugares para irme de vacaciones que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria.

### **Sociodemográficas:**

Para conocer más a nuestra muestra e investigar posteriormente si alguno de los factores sociodemográficos influía en los resultados finales se realizaron al final del cuestionario las preguntas pertinentes referidas a: género, edad, ocupación, sector en el que trabaja en caso de haber respondido asalariado en la pregunta de ocupación, estudios realizados, nivel económico familiar, isla de residencia y en caso de ser Tenerife también municipio de residencia.

### 4.3. PROCEDIMIENTOS DE RECOGIDA DE DATOS

La población objeto de estudio ha sido residentes de la isla de Tenerife mayores de 18 años y que hayan viajado al menos una vez al año antes de la pandemia además de conocer este tipo de alojamiento vacacional Airbnb.

Para llevar a cabo este análisis hemos utilizado dos procesos para la recogida de datos, por un lado una encuesta autoadministrada a través de whatsapp, redes sociales y email. Y por otro lado una encuesta personal face to face. El soporte del cuestionario ha sido online utilizando la herramienta LimeSurvey. El tamaño final de la muestra obtenida ha sido de 874 cuestionarios realizados y la duración de la misma ha sido de 13 días, desde el 12 de marzo de 2021 hasta el 25 de marzo de 2021, siendo esta la fecha de recogida de los datos obtenidos para el análisis de los resultados.

En cuanto al error muestral, para un nivel de confianza del 95,5% y  $p=q$ , el error muestral es de  $\pm 3,3\%$  para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

### 4.4. ESTRUCTURA DE LA MUESTRA Y PONDERACIÓN

Los valores obtenidos en cuanto a género y edad de la muestra revelan una estructura diferente a la de la población, por ello ponderamos los resultados para salvaguardar estas diferencias.

**Tabla 2. Resultados muestrales sin ponderar.**

SEXO	Femenino  $\Sigma$ 62,9%	EDAD	18-24 años	241	27,6%
			25-34 años	82	9,4%
			35-44 años	71	8,1%
			45-54 años	97	11,1%
			$\geq 55$ años	59	6,8%

	Masculino	EDAD	18-24 años	99	11,3%
	$\Sigma$ 37,1%		25-34 años	84	9,6%
			35-44 años	38	4,3%
			45-54 años	62	7,1%
			>=55 años	41	4,7%

**Tabla 3. Resultados muestrales ponderados.**

SEXO	Femenino	EDAD	18-24 años	10,6%
	$\Sigma$ 50,2%		25-34 años	19,1%
			35-44 años	25,4%
			Masculino	45-54 años
	$\Sigma$ 49,8%		>=55 años	19,9%

#### 4.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos se ha realizado en primer lugar a través de un análisis descriptivo de los constructos intervinientes a través de medias y proporciones. Para el análisis de las relaciones entre la variable dependiente y las variables antecedentes, se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medias y proporciones realizando contrastes de diferencias mediante las pruebas T-Student y chi-cuadrado respectivamente.

Las variables independientes serían las variables sociodemográficas así como la frecuencia de viajes, el tipo de vacaciones, acompañamiento, el tipo de alojamiento y veces de alojamiento en la plataforma principal Airbnb. Por otro lado tendríamos las variables dependientes que serían la seguridad sanitaria percibida respecto al alquiler vacacional y la percepción del futuro turístico después de la pandemia.

#### 4.6. RECODIFICACIÓN DE VARIABLES INDEPENDIENTES

Con objeto de tener muestra suficiente en cada categoría y facilitar el análisis de resultados, se han recodificado las variables independientes de la siguiente forma. Las variables síntesis utilizadas son:

**Tabla 4. Variables síntesis utilizadas.**

Frecuencia viaje por vacaciones			Tipo de viaje de vacaciones principal			
1 vez al año	2 o 3 veces al año	Más de 3 veces al año	Turismo de sol y playa	Visitas familia/amigos	Conocer lugares, ciudades, regiones	Otros
45,6%	41,6%	12,9%	19,2%	19,2%	36,2%	25,5%

Acompañamiento vacaciones			Tipo de alojamiento		
Solo/En pareja	Con amigos	Familia	Hotel/Apartamento	Vivienda vacacional	Otros
42,8%	13,9%	43,3%	63,3%	16,5%	20,2%

Veces alojado en VV			Prat plataforma VV utilizada		
Nunca	1 a 3	Más de 3	Airbnb	Booking	Otras
17,6%	46,5%	35,9%	42,7%	49,1%	8,2%

Edad			Ocupación			
18-24 años	25-44 años	>44	Autónomo, empresario, directivo	Asalariado	Estudiante	Otros no activos
10,6%	44,6%	44,8%	28,1%	44,2%	12,7%	14,9%

Estudios		Status		
Primarios/Secundaria	Universitarios	Por debajo de la media	En la media	Por encima de la media
47,6%	52,4%	10,4%	73,3%	16,3%

## 5. LA VIVIENDA VACACIONAL EN CONTEXTO.

Dentro de las distintas tipologías de alojamiento turístico la vivienda vacacional ha sido una de las más recientes en aparecer y una de las más rápidas en cuanto a crecimiento.

Allá por el año 2008 la plataforma por antonomasia en cuanto a vivienda vacacional Airbnb se dejaba ver por primera vez en San Francisco de mano de dos diseñadores industriales que compartían piso (Brown, 2018). Más allá de sus humildes orígenes como plataforma que conectaba a aquellos que querían compartir apartamento en dicha ciudad y necesitaban ayuda para pagar su alquiler, Airbnb ha conseguido cambiar la forma de viajar en el mundo entero posicionando a la vivienda vacacional como una tipología de alojamientos con un gran peso en el mercado turístico, tanto es así que actualmente cuenta con más de 800 millones de llegadas registradas desde sus inicios (Brown, 2018), además de más de 4 millones de anfitriones repartidos por más de 220 países y regiones del mundo e ingresos que ascienden a más de 110.000 millones de dólares desde sus inicios (Airbnb, s.f. <https://news.airbnb.com/es/about-us/>).

Tras el auge de la plataforma se encuentran factores que los viajeros han destacado que ofrece este tipo de alojamiento, como son: la calidad-precio que ofrece (Guttentag, 2016; Mao y Lyu, 2017; Satama, 2014; Tussyadiah y Pesonen, 2016a; Yang y Ahn, 2016); la autenticidad entendida como la auténtica experiencia local (Poon y Huang, 2017); Novedad, generalmente definida como el grado en el que el consumidor quiere obtener información o experimentar nuevos productos (Manning, Bearden y Madden, 1995); El disfrute o la diversión que ofrecen estos alojamientos como nuevo producto o innovación (Ha y Stoel, 2009); Los beneficios hogareños ya que brindan muchos beneficios similares a los que proceden de un entorno hogareño (So, et. al. 2018); y por último la interacción social, puesto que permite a los turistas conectar con las comunidades locales y compartir sus experiencias personales (Brown, 2015; Stors y Kagermeier, 2015).



La proliferación y expansión del modelo peer-to-peer ha traído consigo una serie de beneficios, de entre ellos podemos destacar la redistribución de los beneficios económicos destinados al turismo. Tanto es así que los beneficios que anteriormente iban destinados mayoritariamente a la industria hotelera, y por tanto a las zonas turísticas, ahora se distribuyen entre muchas más localizaciones. Según datos aportados por la plataforma Airbnb, el 74% de las propiedades está situada fuera de la centralización hotelera, además los huéspedes que se alojan en España gastan una media del 42% de su presupuesto en los vecindarios en los que se alojan. Esta práctica beneficia claramente a la economía local, y a todos aquellos locales descentralizados de las zonas estipuladas como turísticas (Jorro, 2019). Pero los beneficios de este modelo no se limitan al ámbito económico, el desarrollo de la actividad en alojamiento compartido utiliza menos recursos que el sector hotelero tradicional, por lo que en términos ambientales también reduce el impacto sobre el medio (Zvolska, 2015) ya que no requiere de la construcción de nuevas infraestructuras sino que trata de dar vida a alojamientos ya existentes, muchos en desuso.

Sin embargo, este modelo también ha generado controversia desde su crecimiento, sobre todo respecto a la industria hotelera, la cual se vio amenazada por el rápido crecimiento de airbnb, sus precios competitivos y la falta de regulación en el ámbito legal de este tipo de alojamiento. Según un estudio llevado a cabo por Dogrua, Mody y Suessc (2019), “por cada punto porcentual que aumentaba el número de propiedades en Airbnb, disminuían en un 0,02% los ingresos medios por habitación de los hoteles”. Si tenemos en cuenta la tasa de crecimiento anual de Airbnb es una gran cifra.

Otro de los incidentes más negativos de la proliferación de la vivienda vacacional es la inflación de los alquileres que ha supuesto en las zonas donde se ubicaban. Si bien es cierto que la vivienda vacacional no es el único factor que ha influido en la inflación del alquiler residencial, sí que es un factor influyente (Horn y Merante, 2017).

En diciembre de 2019 se localizaron en Hubei, China, una serie de pacientes hospitalizados con una nueva enfermedad respiratoria variante de coronavirus (SARS-CoV-2). El 11 de febrero de 2020, la Organización Mundial de la Salud nombró este agente etiológico como COVID-19 (Coronavirus Disease, 2019). No fue hasta el 11 de marzo que la COVID-19 fue declarada como pandemia en una rueda de prensa mundial por Tedros Adhanom Ghebreyesus, director general de la Organización Mundial de la Salud (Ferrer, 2020). Actualmente esta

enfermedad sigue extendida por todo el mundo, afectando negativamente al sector turístico, dentro del cual se encuentra la vivienda vacacional.

## 6. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.

### 6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

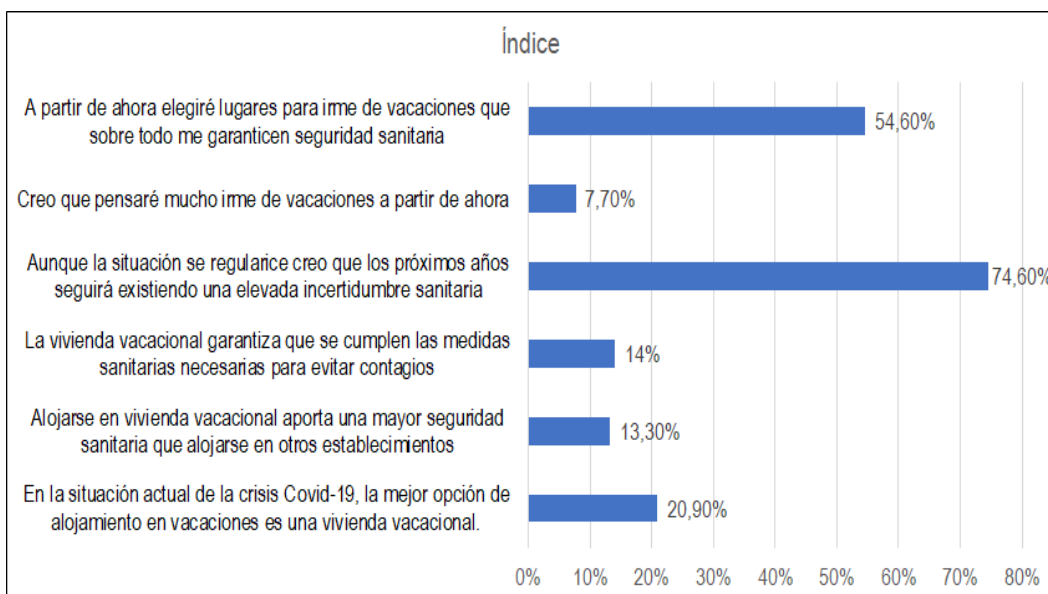
A continuación se exponen los resultados obtenidos tanto de la media como de la desviación estándar de cada constructo de manera descriptiva.

**Tabla 5. Media y desviación estándar de las variables independientes.**

	Media	Desviación estándar
Seguridad sanitaria	4,25	1,365
Futuro viajes	5,08	1,154

La tabla número 5 expone cómo la seguridad sanitaria percibida tiene una media de 4,25 sobre 7 y una desviación típica de 1,365. Esto quiere decir que los viajeros se mantienen en una posición intermedia con inclinación positiva u optimista sobre el que la vivienda vacacional sea realmente una mejor opción en cuanto a asepsia y protección frente al Covid-19. Por otro lado, la percepción de futuro turístico con una media de 5,08 sobre 7 y una desviación típica de 1,154 es un ejemplo de que los encuestados se muestran desconfiados respecto a la recuperación de la confianza en los viajes turísticos, tras la llegada del Covid-19. Recordemos que los ítems de este constructo se redactaron en negativo por lo que a mayor puntuación más desacuerdo.

**Gráfico 1. Sumatorio de índices de acuerdo en las afirmaciones de los ítems.**



Tras recoger los resultados y agruparlos en porcentajes se ha elaborado un índice de respuestas a cada ítem sumando aquellas respuestas afirmativas (Muy, bastante y algo de acuerdo) y restando las negativas (muy, bastante y algo en desacuerdo), dejando de lado las respuestas indecisas (ni en desacuerdo ni de desacuerdo).

Pasaremos primero a analizar las respuestas obtenidas para los ítems relacionados con la Seguridad Sanitaria. Por lo general los encuestados se muestran desconfiados de que las viviendas vacacionales sean más seguras en términos de sanidad. Ante la premisa de que en la situación actual de la crisis Covid-19, la mejor opción de alojamiento en vacaciones es una vivienda vacacional sólo un 20,9% está de acuerdo, siendo la que más mide de los tres ítems del constructo. Le siguen un 13,3% de personas que piensan que alojarse en vivienda vacacional aporta una mayor seguridad sanitaria que alojarse en otros establecimientos, y el 14% de aquellos que afirman que la vivienda vacacional garantiza que se cumplen las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios.

En segundo lugar tenemos los ítems relacionados con la recuperación de la confianza en los viajes turísticos o Futuro Turístico, que muestran valores más altos, cabe recordar que están redactados de forma negativa. En ellos encontramos dos valores especialmente altos, un 74,6% de encuestados que cree que aunque la situación se regularice en los próximos años seguirá existiendo una elevada incertidumbre sanitaria y un 54,6% de personas que comparten que a partir de ahora elegiré lugares que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria para irse

de vacaciones. Sin embargo sólo un 7,7% cree que pensará mucho irse de vacaciones a partir de ahora.

## 6.2 ANÁLISIS DE LAS RELACIONES ENTRE VARIABLES.

En este apartado vamos a hacer un análisis de las relaciones entre las variables dependientes (seguridad sanitaria y futuro de los viajes turísticos) y las variables independientes (variables sociodemográficas y hábitos de viaje) utilizando las medias y las frecuencias para determinar si existe relación entre las variables utilizadas y responder al objetivo principal del estudio.

¿Influyen las variables sociodemográficas y los hábitos de viaje en la percepción de riesgo por covid a la hora de reservar una vivienda vacacional?.

**Tabla 6. Medias, contraste de t de Student e índice de frecuencias:**

			Seguridad sanitaria		Futuro viajes		
			Medias	Índice	Medias		Índice
SEXO	(A)	Femenino	4.30	19.7%	5.18	B	57.3%
	(B)	Masculino	4.19	12.4%	4.97		48.8%
Edad	(A)	18-24 años	4.48	24.5%	5.04		51.1%
	(B)	25-44 años	4.15	12.1%	5.07		52.2%
	(C)	>44	4.28	18.0%	5.09		54.4%
Ocupación	(A)	Autónomo, empresario, directivo	4.19	15.6%	4.98		48.5%
	(B)	Asalariado	4.20	13.0%	5.08		54.0%
	(C)	Estudiante	4.43	23.7%	4.99		49.2%
	(D)	Otros no activos	4.34	19.5%	5.31	A	62.0%
Estudios	(A)	Primarios/Secundaria	4.37	B 21.4%	5.17	B	55.8%
	(B)	Universitarios	4.13	11.2%	4.99		50.5%
Status	(A)	Por debajo de la media	4.15	12.0%	5.40	C	64.5%
	(B)	En la media	4.31	19.9%	5.13	C	55.1%
	(C)	Por encima de la media	4.01	1.1%	4.63		36.8%

Frecuencia viaja por vacaciones	(A)	Una vez al año	4.26		19.5%	5.20	C	58.8%
	(B)	2 o 3 veces al año	4.27		13.8%	5.08	C	51.1%
	(C)	Más de 3 veces año	4.14		11.3%	4.63		39.0%
Tipo de viaje de vacaciones principal	(A)	Turismo de sol y playa	4.07		8.4%	5.16		56.4%
	(B)	Visitas a familiares o amigos/as	4.26		20.0%	5.16		55.1%
	(C)	Conocer lugares, ciudades, región	4.12		7.5%	5.02		52.9%
	(D)	Otros	4.55	A C	31.1%	5.03		49.2%
Acompañamiento o vacaciones	(A)	Solo/En pareja	4.19		14.6%	5.11		55.3%
	(B)	Con amigos	4.32		18.2%	4.87		46.0%
	(C)	Familia	4.28		16.8%	5.11		53.0%
Tipo de alojamiento	(A)	Hotel/Apartamento	4.05		6.8%	5.12		54.6%
	(B)	Vivienda vacacional	4.63	A	29.6%	5.00		47.7%
	(C)	Otros	4.54	A	34.0%	5.00		52.6%
Veces alojado en VV	(A)	Nunca	3.70		-10.7%	4.92		48.5%
	(B)	1 a 3	4.27	A	18.3%	5.22	A C	58.0%
	(C)	Más de 3	4.49	A	26.3%	4.97		48.9%
Plataforma VV utilizada	(A)	Airbnb	4.36		21.8%	5.07		53.9%
	(B)	Booking	4.33		19.0%	5.09		50.9%
	(C)	Otras	4.65		38.9%	5.36		69.7%

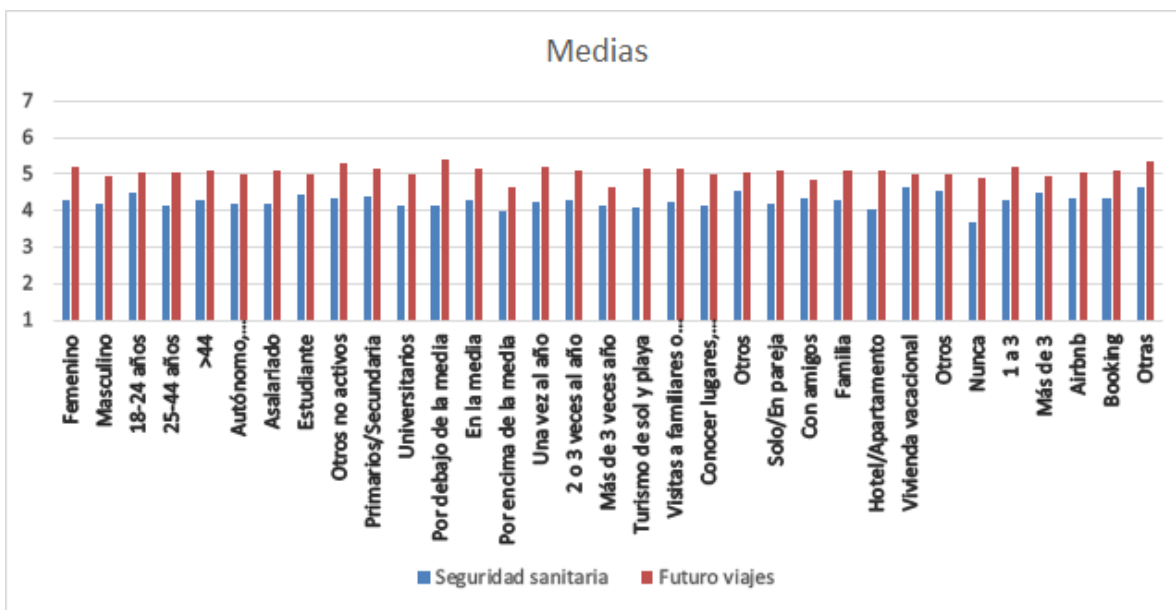
En la tabla 6 se recoge, en cuanto a la seguridad sanitaria, que no hay una diferencia significativa entre las medias del género, edad y ocupación, por lo que dichas variables sociodemográficas no influyen en la percepción de seguridad sanitaria a la hora de reservar una

vivienda vacacional. Sin embargo, en lo que a los estudios se refiere, sí que existe una diferencia significativa entre las medias, denotando que aquellas personas con menos estudios tienden a tener una mayor percepción de seguridad sanitaria. En cuanto al estatus, no influye en la seguridad sanitaria. En lo que se refiere a los hábitos de viaje, la frecuencia de viaje por vacaciones no influye en la seguridad sanitaria percibida, mientras que el tipo de viaje de vacaciones principal sí que lo hace, siendo los que prefieren otros tipos de vacaciones los que tienen una mayor percepción de la seguridad sanitaria. El acompañamiento en los viajes no influye en la percepción de seguridad sanitaria. Aquellos que suelen escoger una vivienda vacacional en sus viajes frente a otros tipos de alojamiento, perciben una mayor seguridad sanitaria con respecto a los que eligen el tipo de alojamiento convencional en hotel o apartamento. Las personas que se han alojado más veces en una vivienda vacacional tienen una mayor percepción de seguridad sanitaria que los que no se han alojado nunca y la principal plataforma de vivienda vacacional utilizada no influye en la percepción de la seguridad sanitaria.

En segundo lugar, con respecto a la recuperación de la confianza en los futuros viajes turísticos, podemos observar en la tabla número 6 que las mujeres tienen una menor intención de reservar una vivienda vacacional en sus futuros viajes que los hombres.

La edad no influye en la intención de reservar una vivienda vacacional en los futuros viajes. En lo que se refiere a la ocupación, las personas no activas tienen una menor intención de reservar una vivienda vacacional en sus futuros viajes. Así como las personas con estudios inferiores, aquellas cuyo estatus económico está por debajo o en la media de ingresos y las personas que han viajado menos de 3 veces al año antes de la pandemia, todas ellas manifiestan una menor intención de reservar vivienda vacacional en sus próximos viajes. Ni el tipo de viaje de vacaciones principal, ni el acompañamiento por vacaciones, ni el tipo de alojamiento influyen de manera significativa en la intención de reserva de un alojamiento vacacional en los futuros viajes. Las personas que han viajado de 1 a 3 veces tienen menores intenciones de reservar una vivienda vacacional en sus futuros viajes. La principal plataforma utilizada para reservar una vivienda vacacional no influye en la recuperación de la confianza en los futuros viajes.

**Gráfico 2. Medias de percepción de seguridad sanitaria y futuro de los viajes según las variables sociodemográficas y hábitos de viaje.**



## 7. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES.

### 7.1. DISCUSIÓN.

#### Percepción de riesgo sanitario de la vivienda vacacional

Los valores obtenidos por el estudio relacionados con la percepción de seguridad de la vivienda vacacional muestran que los viajeros se mantienen optimistas sobre que la vivienda vacacional sea realmente una mejor opción en cuanto a asepsia y protección frente al Covid-19. Podemos ver una tendencia semejante mucho más alentadora en los datos del estudio realizado por Bresciani, *et al.* (2021) que demuestra que en la situación actual pandémica los viajeros tienden a elegir pisos completos en lugar de otros tipos de alojamiento. Podemos decir que aunque con una muestra diferente los resultados tienden a ser los mismos. Por otro lado, Mascaró (2020) junto a FRONTUR también demuestran cómo los usuarios prefieren la vivienda vacacional tras la llegada del Covid-19 posicionándose con una tasa anual por encima de los hoteles.

## **Influencia de variables sociodemográficas en la percepción de riesgo sanitario de la vivienda vacacional.**

Tras investigar la existencia de estudios previos sobre la influencia de variables sociodemográficas en la percepción de riesgo sanitario de la vivienda vacacional descubrimos una carencia importante por lo que pasaremos a analizar los resultados de este estudio. Como se comentó con anterioridad en el apartado de análisis de relaciones entre variables, no se ha podido demostrar una clara influencia de las variables de género, edad, ocupación y estatus económico en la percepción de seguridad sanitaria. Ahora bien, si analizamos los datos a nivel tendencial podemos observar:

El espectro femenino confía más en esa seguridad sanitaria ofrecida por este tipo de alojamiento que el masculino. Por el contrario el estudio realizado por Bresciani, Ferraris, Santoro, *et al.* (2021) demuestra que tanto el género como la edad de las mujeres encuestadas influía en el grado de preocupación por reservar una vivienda vacacional compartida. Este estudio también hace referencia a que las mujeres necesitan más seguridad para alquilar una vivienda vacacional en comparación con otro tipo de alojamiento como los hoteles.

Si hablamos de la variable edad, las medias reflejan que aquellas personas entre los 18 y los 24 años se muestran más seguros en cuanto al grado de sanidad de la vivienda vacacional, quizá debido a la baja mortalidad por Covid-19 entre jóvenes que les hace tener una visión de inmunidad o mayor resistencia a los síntomas. Este rango de edad podría concordar con que sean los estudiantes los que destacan en cuanto a confianza sanitaria si hablamos de la ocupación de los encuestados, a parte de aquellos cuyo nivel de estudios son primarios/secundarios y también aquellos con un estatus económico por debajo de la media.

Los autónomos, empresarios y directivos son el colectivo más desconfiado en lo que a medidas de seguridad sanitaria se refiere, lo que puede coincidir con la precariedad laboral asociada al virus del Covid-19, riesgo de exclusión y contagio en los puestos de trabajo tras exponerse en ambientes aparentemente no regulados como son las viviendas vacacionales. Pueden tener relación con la desconfianza mostrada por aquellos que tienen estudios universitarios y cuyo estatus económico está por encima de la media.



## **Influencia de variables de hábitos de viaje en la percepción de riesgo sanitario.**

En el caso de las variables de hábitos de viaje encontramos el mismo caso. En este estudio no se encontraron pruebas de que la frecuencia de viaje por vacaciones, el acompañamiento y el alojamiento no influyen en la seguridad sanitaria percibida, pero si miramos las medias podemos encontrar matices como que aquellos que viajan una vez al año perciben una mayor seguridad sanitaria en la vivienda vacacional en comparación con aquellos que viajan más de tres veces al año. Esto puede deberse al riesgo de exposición continuada de aquellos que viajan más en comparación con los que sí están dispuestos a exponerse por esa ocasión especial del año.

La principal plataforma de vivienda vacacional utilizada no influye en la percepción de la seguridad sanitaria aunque aquellas personas que utilizan otras plataformas para reservar vivienda vacacional que no sean Airbnb ni Booking se muestran más seguras. Una de las causas puede ser que las dos plataformas anteriores son las más conocidas de entre las existentes por lo que el viajero puede relacionarlas con un grupo mayor de usuarios que han utilizado las viviendas que allí se ofertan.

Así mismo los datos obtenidos nos dicen que el acompañamiento en los viajes no influye en la percepción, pero si nos fijamos podemos observar que se muestran más confiados las personas que viajan con amigos y menos las que lo hacen solos o en pareja. Posiblemente debido a que cuando se toman decisiones que sólo atribuyen al propio sujeto o a un ser cercano y querido como es una pareja se tiende a tener mucho más en cuenta la seguridad e integridad de los sujetos.

Este estudio determinó que el tipo de viaje de vacaciones principal sí que influye en la seguridad sanitaria percibida, siendo los que prefieren otros tipos de vacaciones los que tienen una mayor percepción de la seguridad sanitaria. Dentro de otros tipos de vacaciones se podrían encontrar tipologías turísticas poco explotadas y por lo tanto poco masificadas donde el turista puede reservar viviendas vacacionales en lugares remotos o exclusivos y por lo tanto poco utilizadas, lo que reduce el riesgo de contagio.

Lee y Dealer (2021) exponen en su estudio que aquellas personas que habían utilizado previamente la vivienda vacacional como alojamiento mostraron un cambio de percepción en el

riesgo social percibido más alto que aquellos sin experiencia. Esta premisa sin embargo no coincide con lo expuesto en este estudio ya que en los datos podemos ver cómo aquellos que suelen escoger vivienda vacacional en sus viajes y otros tipos de alojamiento, perciben una mayor seguridad sanitaria con respecto a los que eligen el tipo de alojamiento convencional en hotel o apartamento. El consumidor de hotel muestra quizá una mayor desconfianza hacia la vivienda vacacional porque la percibe como un organismo externo a las exigencias sanitarias impuestas en el sector turístico para mantener a raya los peligros ocasionados por el Covid-19. Este dato está relacionado con que sean las personas que se han alojado más veces aquellas que muestran una mayor confianza en la seguridad sanitaria que ofrecen las viviendas vacacionales en comparación con las que no se han alojado nunca. De entre los estudios sobre la influencia de los hábitos de viaje destaca el de

### **Recuperación de la confianza en los viajes turísticos.**

Si hablamos sobre la recuperación de la confianza en los viajes turísticos este estudio demuestra que los viajeros muestran desconfianza pero la gran mayoría muestran una clara predisposición a seguir viajando en cuanto sea posible. Estos resultados coinciden con la información dada por la redactora Bautista (2021) del periódico ABC donde da a demostrar que la sociedad no le ha cerrado las puertas a los viajes turísticos tras la llegada de la pandemia Covid-19. También reafirma los datos obtenidos por Global Web Index (Mander, 2020) acerca del impacto del Covid-19 donde la mayoría de los viajeros conserva el deseo de viajar se mantiene. (Mander, 2020; Escobar, 2021). Por último también se confirma la conclusión de Ivanova, Krasimirov y Stanislav (2021) de que la mayoría de las personas que encuestaron estaban listas para retomar el hábito de viajar en los dos meses posteriores a la autorización de dicha práctica.

### **Influencia de las variables sociodemográficas en la recuperación de la confianza en los viajes turísticos.**

Tampoco se encontraron estudios que hayan investigado la posible influencia de las variables sociodemográficas sobre la recuperación de la confianza en los viajes turísticos.

Este estudio encontró que las mujeres se muestran más desconfiadas que los hombres en cuanto a su percepción de los viajes turísticos. Es cierto que la edad no influye significativamente en la recuperación de esa confianza pero podemos ver cómo las personas jóvenes encabezan el ranking optimista, mientras que los mayores de 44 son los más

desconfiados respecto a que la confianza que había en la época pre-pandemia vuelva a restablecerse.

De entre las ocupaciones los más desconfiados son los no activos así como aquellos que sólo cursaron estudios primarios/ secundarios y por último los que tienen un estatus económico por debajo de la media. Si ponemos atención veremos que son las mismas características que definían al espectro menos optimista de seguridad sanitaria percibía de la vivienda vacacional. Las personas en paro, con bajo nivel de estudios y renta tienden a compartir una visión negativa de los cambios y sus posibles progresos.

### **Influencia de las variables relacionadas con los hábitos de viaje en la recuperación de la confianza en los viajes turísticos.**

Ni el tipo de viaje de vacaciones principal, ni el acompañamiento por vacaciones, ni el tipo de alojamiento influyen de manera significativa en la percepción de recuperación de la confianza en los viajes turísticos. Aunque si analizamos los datos de la misma forma que se ha venido haciendo en los apartados anteriores encontramos que las personas que viajan una vez al año se muestran negativas ante esta premisa, así como las que viajan más de 3 veces al año se muestran positivas en que se va a recuperar dicha confianza.

Las personas que consumen principalmente sol y playa, tanto como las que visitan a familiares y amigos se muestran igual de desconfiados. De entre los distintos tipos de viaje principal destacan en optimismo los relacionados con conocer lugares de la región y otros, quizá debido al auge del turismo nacional después de que se permitiera circular en territorio nacional.

Respecto a los acompañantes, los que viajan solos o en pareja coinciden con los que viajan en familia en cuanto a visión negativa de que se retome la confianza de los viajes turísticos. Aquellos que se alojan en hoteles o apartamentos muestran más desconfianza que los que se alojan en vivienda vacacional y otros.

Por su parte los viajeros que nunca se han alojado en una vivienda vacacional , no coincidiendo con el perfil anterior de alojados en hoteles y apartamentos, ven más fácil que la confianza vuelva a depositarse en los viajes turísticos. Aquellos que se han alojado de 1 a 3 veces en vivienda vacacional, por el contrario, se muestran negativos a que esto ocurra.

Los viajeros que utilizan la plataforma de Airbnb son más optimistas en que la situación de futuro de los viajes turísticos mejore respecto a aquellos que lo hacen a través de otras plataformas.

## **7.2. IMPLICACIONES.**

Los resultados obtenidos de este estudio acarrearán varias implicaciones prácticas para el sector. Una de las ventajas que nuestro estudio ofrece a los profesionales del sector es el examen exhaustivo de la percepción del riesgo sanitario en la vivienda vacacional y la recuperación de la confianza en los viajes turísticos de los distintos segmentos de mercado clasificados según variables sociodemográficas y de hábitos de viaje.

Si analizamos las posibles implicaciones desde el punto de vista de las plataformas de vivienda vacacional, éstas deberán ajustar sus estrategias de comunicación destacando los aspectos de limpieza e higiene garantizados, así como enfatizando las medidas puestas en marcha para asegurar la distancia física. Además, las casas compartidas (con el anfitrión u otras personas) deberán adaptarse para cumplir con la normativa vigente y, fundamentalmente, para aliviar el miedo de los huéspedes y secundar su tendencia a la autoprotección (Bresciani *et al.*, 2021). Así mismo el ritmo de vacunación puede ser un factor clave en la recuperación de la confianza en el sector turístico por países, por lo que una de las medidas a adoptar por parte de las plataformas puede ser destacar que propietarios ya han sido vacunados.

En el caso de la implantación de un pasaporte sanitario estas plataformas deberían de especificar que los hospedados deben de estar en posesión de uno para garantizar y disipar miedos en cuanto a la utilización de la vivienda vacacional.

En un período de pandemia, para que la interacción social y la cercanía social / física continúen motivando la elección de ciertos tipos de acomodación entre pares, podría ser importante trasponer la conexión humana, que hasta ahora era principalmente física, a formularios mediados por computadora (por ejemplo, conexión con hosts en forma digital solamente) (Bresciani *et al.*, 2021).

En definitiva, desde el punto de vista de un propietario, deberían incluir en las descripciones de la propiedad los elementos clave para dar una mayor seguridad sanitaria al cliente, por ejemplo, que se dispone de dispensadores de hidroalcohol en los alojamientos y

profundizar en que realizan una limpieza más avanzada con productos específicos para que los huéspedes se sientan más cómodos y se alojen en sus espacios sin preocupaciones.

Todos los anfitriones y huéspedes deben seguir las prácticas de seguridad contra la COVID-19. Acotar el número de huéspedes para permitir el distanciamiento físico en todas las zonas comunes, limitar los espacios a los que pueden acceder los huéspedes para evitar una exposición innecesaria para ellos mismos y para el anfitrión, ventilar las zonas comunes durante la estancia, cuando sea seguro hacerlo. Limpiar y desinfectar las zonas comunes (como baños y cocinas) con la mayor frecuencia posible.

## **8. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES**

### **8.1. CONCLUSIONES**

Este estudio analizó si las variables sociodemográficas y los hábitos de viaje influyen en la recuperación de la confianza en los viajes turísticos y la percepción de seguridad sanitaria de la vivienda vacacional frente a otros alojamientos tradicionales tras la llegada del Covid-19. Los resultados revelan que en cuanto a las variables sociodemográficas, las personas con estudios primarios y secundarios son los que tienen una mayor percepción de seguridad sanitaria con un índice de acuerdo de 21.4%. En cuanto a los hábitos de viaje, los resultados muestran que las personas que escogieron "Otros" tipo de vacaciones principales no descritas, tienen una mayor percepción de seguridad sanitaria con un índice de acuerdo de 31.1%.

En cuanto a los hábitos de viaje, en el tipo de alojamiento, las personas que eligen la vivienda vacacional u otro tipo de alojamiento diferente al hotel o apartamento tienen mayor percepción de seguridad sanitaria. Por último, los resultados obtenidos determinan que las personas que se han alojado más de 3 veces en una vivienda vacacional son los que tienen una mayor percepción de seguridad sanitaria del alojamiento vacacional con un índice de acuerdo de 26.3 % frente a los que nunca se han alojado en una vivienda vacacional que obtuvieron un índice de acuerdo negativo.

En lo que se refiere a la recuperación de la confianza en los futuros viajes, los resultados obtenidos muestran que las mujeres tienen una menor recuperación de la confianza en los futuros viajes con un índice de acuerdo de 57.3%. Las personas no activas tienen una menor

confianza en los futuros viajes, al igual que los encuestados con estudios primarios y secundarios, como los que están por debajo de la media y en la media en cuanto al status se refiere. Cabe destacar que los encuestados que viajaban una vez al año antes de la pandemia tienden a tener una menor recuperación de la confianza en los próximos viajes turísticos. Por último, los encuestados que se han alojado de 1 a 3 veces en una vivienda vacacional tienen una menor recuperación de la confianza en los futuros viajes con un índice de acuerdo de 58.0% en comparación con los que se han alojado más de 3 veces o nunca en una vivienda vacacional que tienen una mayor confianza en este tipo de alojamiento para sus futuros viajes.

## 8.2. LIMITACIONES

Este estudio se limita al estudio del comportamiento del alojamiento en vacaciones de los viajeros de un lugar determinado (Tenerife), por lo que se justifica la realización de nuevas investigaciones que exploren las intenciones y los comportamientos relacionados con la elección de alojamiento vacacional en otros lugares y zonas con objeto de determinar si los patrones y resultados se replican o dependen de factores como la cultura u otras influencias. Por otro lado, este estudio se ha realizado a una muestra que ha resultado desequilibrada por género y edad con respecto a la población. Aunque es una muestra amplia y se ha ponderado, es posible la existencia de algún sesgo debido al método de muestreo.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Lane, J. (26 Marzo 2021). Lost Supply? How has the Covid-19 pandemic impacted the supply of short-term rentals on Airbnb?. *AIRDNA*. Recuperado de: <https://www.airdna.co/blog/covid-19-pandemic-impacted-the-supply-of-strs>
- Bautista, L. (2021). Más de 45.000 holandeses se apuntan al viaje piloto a Gran Canaria. *ABC*. <https://www.abc.es/sociedad.html>
- Boros, L., Dudás, G., & Kovalcsik, T.(2020).The effects of COVID-19 on Airbnb. *Hungarian Geographical Bulletin* 69 (4) 363-381.
- Bresciani, S., Ferraris, A., Santoro, G., Premazzi, K., Quaglia, R., Yahiaoui, D., & Viglia, G. (2021). The seven lives of Airbnb. The role of accommodation types. *Annals of Tourism Research*, 88, 103170.

- Brown, J. (2018, 15 Noviembre). New insights into Airbnb. *BU-Today*. Recuperado de: <http://www.bu.edu/articles/2018/new-insights-into-airbnb>
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*.
- De Vos, J. (2020) . The effect of COVID-19 and subsequent social distancing on travel behavior. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*. (Vol. 5). 100121.
- Dogrua, T., Mody, M., Suessc, C. (2019). Adding evidence to the debate: Quantifying Airbnb's disruptive impact on ten key hotel markets. *Tourism Management*. Vol 72, pag 27-38. Elsevier.
- Dolnicar, S., & Zare, S. (2020). COVID19 and Airbnb - Disrupting the Disruptor. *Annals of tourism research*, 83, 102961.
- Ert, E., Fleischer, A., Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*. (Vol. 55, pag 62-73). Elsevier
- Escobar, M. (2021) Predicciones sobre el sector del alquiler vacacional después del Coronavirus. *Komodoro*. Recuperado de: <https://www.komodore.co/alquiler-vacacional-despues-coronavirus/>
- Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A. Č., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. *International journal of hospitality management*, 91, 102663.
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. E. (2021). International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687-692.
- Ferrer, R. (2020). Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo. COVID-19, Pandemic: the greatest challenge in the history of critical care. *Medicina Intensiva*, Vol. 44. (Issue 6). 323-324. Elsevier.
- Gutiérrez, j., García, J., Romanillos, G. y Henar, M. (2017) The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, Vol. 63. 278-291. Elsevier.
- Guttentag, D. (2016). Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts (*Unpublished Doctoral Dissertation*). Elsevier.

- Ha, S., & Stoel, L. (2009). Consumer e-shopping acceptance: Antecedents in a technology acceptance model. *Journal of Business Research*, 62 (5), 565-571.
- Horn, K. & Merante, M. (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics Vol. 38*. Pag. 14-24. Elsevier.
- Ivanova, M., Krasimirov, I. & Stanislav, I., (2021) Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. *Anatolia*, Vol. 32. Pag. 1-11. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13032917.2020.1818267>
- Jorro, I. (2019, 8 de Noviembre). Airbnb estima un gasto de 1.450 millones en bares y restaurantes en España. *Crónica Global Business*. Recuperado el 14.05.2021 de: [https://cronicaglobal.elespanol.com/business/airbnb-bares-restaurantes\\_290726\\_102.html#:~:text=El%20sondeo%20arroja%20otro%20dato.euros%20en%20restaurantes%20y%20cafeter%C3%ADas](https://cronicaglobal.elespanol.com/business/airbnb-bares-restaurantes_290726_102.html#:~:text=El%20sondeo%20arroja%20otro%20dato.euros%20en%20restaurantes%20y%20cafeter%C3%ADas).
- Kevin Kam Fung So, K., Oh, H., Min S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management*, Vol. 67. Pag. 224-236. Elsevier.
- Lee, S.H. and Dealer, C. (2021), Consumers' perceptions of risks associated with the use of Airbnb before and during the COVID-19 pandemic. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/IHR-09-2020-0056>
- Mander, J. (2020). Coronavirus: how consumers are actually reacting. *Global Web Index*. Recuperado de: <https://blog.globalwebindex.com/trends/coronavirus-and-consumers/>
- Manning, K. C., Bearden, W. O., & Madden, T. J. (1995). Consumer Innovativeness and the adoption process. *Journal of Consumer Psychology*. 4(4), 329-345.
- Mao, Z., & Lyu, J. (2017). Why travelers use Airbnb again?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Mascaró, E. (2020) Hosteltur. *¿La Covid-19 está favoreciendo a Airbnb por encima de los hoteles?*. Recuperado de: <https://www.hosteltur.com/138998-la-covid-19-esta-favoreciendo-a-airbnb-por-encima-de-los-hoteles.html>
- Poon, K. Y., & Huan, W. J. (2017). Past experience, traveler personality and typographics on intention to use Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9). 2425-2443.



- Satama, S. (2014). Consumer adaption of access-based consumption services-Case AirBnB (Unpublished Master's Thesis). Finland: Aalto University.
- So, K., Oh, H., & Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management*, 67, 224 - 236.
- Stors, N., & Kagermeier, A. (2015). Motives for using Airbnb in metropolitan tourism- Why do people sleep in the bed of a stranger?. *Regions Magazine*, 299 (1), 17-19.
- Tussyadiah, I.P. & Personen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal Travel Research*, Vol. 55. 1022-104.
- Tussyadiah, I.P. & Personen, J. (2018). Drivers and Barriers of peer-to-peer accommodation stay-an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in tourism*. 1-18.
- Viglia, G., Dolnicar, S. (2020) A review of experiments in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research (Vol. 80)*. 102858.
- Yang, S., & Ahn, S. (2016). Impact of motivations in the sharing economy and perceived security in attitude and loyalty toward Airbnb. *Advanced Science and Technology Letters*, 129. 180-184.
- Zvolska, L. (2015). Sustainability potentials of the sharing economy: The case of accommodation sharing platforms (Master's thesis). Recuperado de: IIIIEE Database.

## ANEXO I: CUESTIONARIO

[F1] ¿Por favor, de las siguientes empresas turísticas señale las que conozca o haya oído hablar de ellas? Por favor, marque las opciones que correspondan:

- Airbnb
- Ryanair
- Meliá
- Expedia
- Tripadvisor
- No conozco ninguna

[F2] ¿Con qué frecuencia solía viajar por vacaciones antes de la pandemia? Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Nunca
- Alguna vez esporádicamente
- Una vez al año
- 2 o 3 veces al año

- Más de 3 veces año

[H1] ¿Qué tipos de viaje de vacaciones eran los que realizaba más habitualmente antes de la pandemia? Por favor, marque las opciones que correspondan:

- Turismo de sol y playa
- Turismo cultural
- Turismo de naturaleza
- Turismo gastronómico
- Turismo deportivo
- Turismo de salud, termal y de bienestar
- Otro turismo de ocio (ferias, fiestas, ...)
- Visitas a familiares o amigos/as
- Turismo de compras
- Motivos de educación y formación
- Crucero
- Conocer lugares, ciudades, región
- Otros

[H2] ¿Qué tipo de viaje de vacaciones diría usted que es el principal para usted (antes de la pandemia)? Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Turismo de sol y playa
- Turismo cultural
- Turismo de naturaleza
- Turismo gastronómico
- Turismo deportivo
- Turismo de salud, termal y de bienestar
- Otro turismo de ocio (ferias, fiestas, ...)
- Visitas a familiares o amigos/as
- Turismo de compras
- Motivos de educación y formación
- Crucero
- Conocer lugares, ciudades, región
- Otros

[H3] Principalmente, ¿con quién suele ir de vacaciones? Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Solo
- En pareja
- Con amigos
- Familia

[H4] Principalmente, ¿qué tipo de alojamiento suele utilizar en los viajes de vacaciones? Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Hotel o apartahotel
- Pensión, hostel,
- Vivienda completa en alquiler
- Habitación en alquiler en vivienda particular
- Alojamiento turismo rural
- Albergue, Camping
- Crucero
- Otros

[COVID] En relación con las decisiones sobre los viajes de vacaciones a partir de la situación provocada por la COVID-19, ¿cuál es su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

1- Muy en desacuerdo; 2- Bastante en desacuerdo; 3- Algo en desacuerdo; 4- Ni en desacuerdo ni de acuerdo; 5- Algo de acuerdo; 6- Bastante de acuerdo; 7- Muy de acuerdo.

- En la situación actual de la crisis Covid-19, la mejor opción de alojamiento en vacaciones es una vivienda vacacional.
- Alojarse en viviendas vacacionales aporta una mayor seguridad sanitaria que alojarse en otros establecimientos (como por ejemplo hoteles).
- Las viviendas vacacionales garantizan que se cumplen las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios.
- Aunque la situación se regularice, creo que los próximos años seguirá existiendo una elevada incertidumbre sanitaria.
- Creo que me pensaré mucho irme de vacaciones a partir de ahora.
- A partir de ahora elegiré lugares para irme de vacaciones que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria.

[CL1] Género. Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Femenino
- Masculino
- Otro

[CL2] Edad. Por favor, escriba su respuesta aquí:

- 

[CL3] ¿Cuál es su ocupación? \* Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Autónomo/a
- Empresario/a
- Directivo/a
- Mando intermedio
- Asalariado/a
- Jubilado/a
- Estudiante
- Actividades del hogar
- Desempleado/a

[CL4] ¿En qué sector trabaja? Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Agricultura-ganadería
- Industria
- Construcción
- Administración, empresa pública
- Servicios no turísticos

- Servicios turísticos

[CL5] Estudios realizados. Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Sin estudios
- Primarios-secundaria
- Bachillerato/FP
- Universitarios

[CL6] ¿Cómo considera su nivel económico familiar? Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Muy por debajo de la media
- Por debajo de la media
- En la media
- Por encima de la media
- Muy por encima de la media

[CL8] ¿Lugar de residencia? Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Islas Canarias
- España (Península)
- Otro lugar

[CL91] Isla de residencia:

- 

[CL101] Municipio de residencia en Tenerife:

-