

Percepción de la seguridad sanitaria por la Covid-19 en la vivienda vacacional: influencia en las motivaciones y frenos para reservar

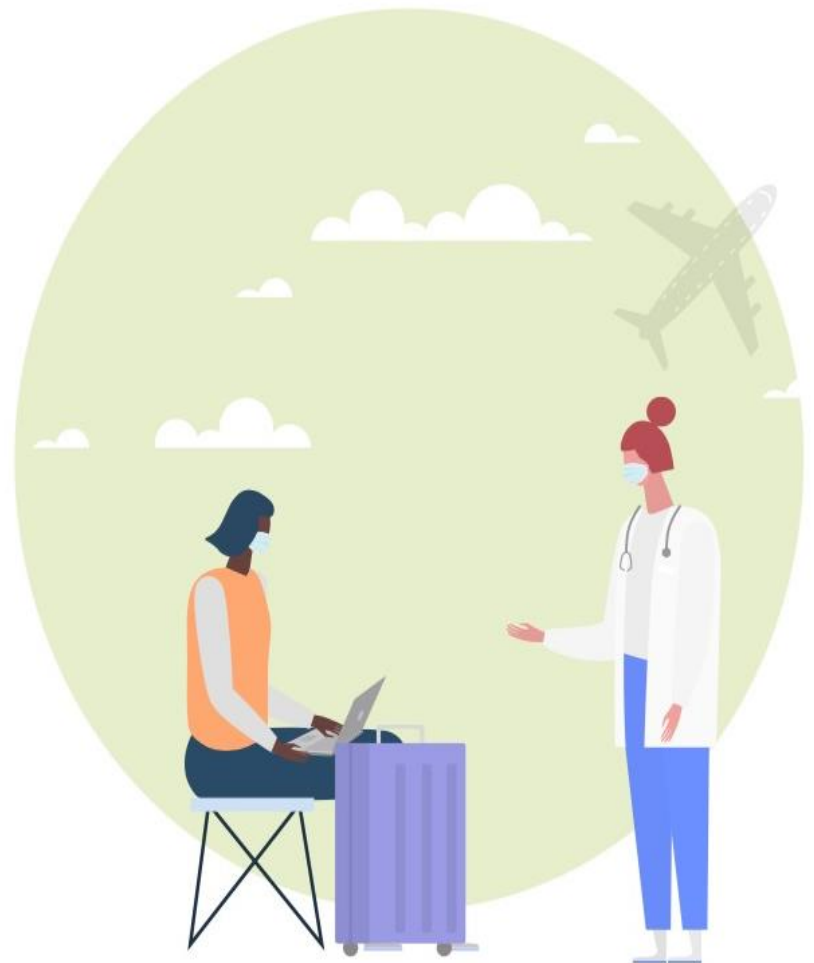
Autora: Nancy Benito Viera

Tutor: Desiderio Gutiérrez

Taño

Grado en Turismo ULL

Junio 2021



Índice de contenidos

1. Introducción	4
2. Revisión de la literatura	6
2.1. Motivaciones	6
2.2. Frenos	8
2.3. El riesgo sanitario	9
2.4. La vivienda vacacional en contexto	10
3. Objetivos	11
4. Metodología	11
4.1. Método de estudio	11
4.2. Cuestionario y medida de las respuestas	12
4.2.1. Estructura del cuestionario	12
4.2.2. Medida de las respuestas	13
4.3. Procedimiento de recogida de datos	15
4.4. Estructura de la muestra y ponderación	15
4.5. Método de análisis de datos	16
4.6. Síntesis de variables	16
5. Análisis de datos y resultados	17
5.1. Análisis descriptivo	17
5.1.1. Análisis de medias, desviación estándar y frecuencia de los ítems	17
5.2. Análisis de las relaciones	19
5.2.1. Importancia e influencia del riesgo por la Covid-19 en las motivaciones y frenos	19
5.2.2. Relación importancia- influencia de las variables síntesis en los constructos	20
6. Discusión e implicaciones prácticas	25
6.1 Discusión	25
6.2 Implicaciones prácticas	28
7. Conclusiones y limitaciones	29
7.1. Conclusiones	29
7.2. Limitaciones del estudio y sugerencias para futuras líneas	30
8. Bibliografía	31
9. Anexo: cuestionario	34

Índice de tablas

Tabla 1: Motivaciones y frenos, revisión de la literatura	8
Tabla 2: Ítems de las motivaciones que impulsan a un individuo a reservar una vivienda vacacional	13
Tabla 3: Ítems de los frenos que limitan a un individuo a reservar una vivienda vacacional	14
Tabla 4: Ítems del factor riesgo con relación a la Covid-19.....	15
Tabla 5: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación	16
Tabla 6: Variables síntesis.....	17
Tabla 7: Media, desviación estándar e índice de acuerdo de las motivaciones y frenos.....	18
Tabla 8: Análisis de relaciones de medias, contrastes de t de Student e índices de acuerdo	20
Tabla 9: Influencia e importancia de las variables síntesis en las motivaciones y frenos... 21	

Índice de figuras

Figura 1: Media de los constructos	18
Figura 2: Análisis de la frecuencia de los constructos a través del “índice de acuerdo”	19
Figura 3: Relación importancia - influencia de la seguridad sanitaria en las motivaciones para reservar una vivienda vacacional.....	22
Figura 4: Relación importancia - influencia de la seguridad sanitaria en los frenos para reservar una vivienda vacacional.....	23
Figura 5: Relación entre la importancia y la influencia de la confianza en la recuperación de los futuros viajes en las motivaciones para reservar una vivienda vacacional.....	24
Figura 6: Relación entre la importancia y la influencia de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en los frenos para reservar una vivienda vacacional	25

Resumen

El alojamiento peer-to-peer es reconocido como una innovación disruptiva en la industria turística. Aunque diversos estudios han examinado los factores que afectan a la elección de una vivienda vacacional, no se ha considerado el impacto del riesgo de la Covid-19 en dichos factores. Este estudio realiza un análisis actualizado sobre la influencia del riesgo de la Covid-19 en los motivos que impulsan o limitan a un individuo a reservar un alojamiento P2P. Para ello, se realizó una encuesta a la población potencialmente usuaria de vivienda vacacional obteniendo 874 resultados. Los resultados sugieren que las motivaciones se intensifican en los individuos que perciben una seguridad sanitaria alta y los frenos se reducen. Además, un mayor grado de desconfianza en la recuperación de los futuros viajes, intensifica las limitaciones y las motivaciones. Este estudio completa la literatura previa incorporando el factor riesgo de la Covid-19 e incluye implicaciones prácticas para la gestión.

Palabras clave: motivaciones, frenos, alojamiento P2P, Covid-19.

Abstract

Peer-to-peer accommodation is recognized as a disruptive innovation in the tourism industry. Although several studies have examined the factors affecting the choice of a holiday home, the impact of Covid-19 risk on these factors has not been considered. This study provides an updated analysis of the influence of Covid-19 risk on the motives that drive or constrain an individual to book P2P accommodations. To do so, a survey of potential holiday home users was conducted, yielding 874 results. The results suggest that motivations are intensified in individuals who perceive high health security and that the constraints are reduced. In addition, a higher degree of distrust in the recovery of future trips intensifies constraints and motivations. This study complements previous literature by incorporating the Covid-19 risk factor and it includes practical implications for management.

Keyword: motivations, constraints, P2P accommodation, Covid-19.

1. Introducción

El auge de la economía colaborativa definida como el intercambio de bienes y servicios entre personas, afecta significativamente a la industria turística (Amaro, Andreu y Huang, 2018). En particular, las plataformas de negocios P2P (del inglés *peer-to-peer*), han surgido como una innovación disruptiva que permite a los consumidores participar en lo que se denomina “consumo colaborativo” (Guttentag *et al.*, 2018). Este fenómeno está impulsado por varios factores, como los sociales (por ejemplo, el aumento de la densidad de población, el deseo de comunidad, etc.); económicos (por ejemplo, monetizar el exceso de inventario, aumentar la flexibilidad financiera, etc.), además de la revolución tecnológica y el masivo uso de internet (Guttentag *et al.*, 2018).

En la actividad turística, uno de los efectos más notorios de la economía colaborativa, ha sido el desarrollo del alojamiento vacacional P2P, en los que el desarrollo de plataformas en línea como Airbnb, Homeaway, Couchsurfing, Niumba, entre otras, ha impulsado este proceso permitiendo el alquiler a corto plazo de diferentes tipos de alojamiento (So, Oh y Min, 2018).

El ejemplo más citado es Airbnb, empresa que ofrece una nueva versión de alquiler de alojamientos, diferente a la tradicional. Datos recientes de Airbnb (2019) muestran que, desde su lanzamiento en 2008, la empresa ha registrado más de 500 millones de llegadas de huéspedes a alojamientos reservados a través de su plataforma, siendo Europa su principal destino de actuación. Además, prueba de la relevancia de dicha plataforma, cada medio segundo, tres huéspedes hacen “*check-in*” en un alojamiento anunciado en su web (Airbnb, 2019). Como consecuencia, los gobiernos han tenido que adaptarse a este nuevo agente y a los cambios legales derivados (Pung, Del Chiappa y Sini, 2019), ya que el auge de este tipo de plataformas ha generado controversia, sobre todo, en el sector alojativo tradicional (Guttentag *et al.*, 2018).

Dada la actual relevancia de esta modalidad alojativa, entender las preferencias, los procesos de decisión y el comportamiento de los turistas es fundamental (Pung *et al.*, 2019). La literatura previa ha sugerido varias motivaciones y frenos subyacentes al uso de la vivienda vacacional. Las motivaciones más relevantes incluyen los beneficios económicos; los beneficios del hogar; el deseo de un alojamiento único y variedad; la ubicación; la autenticidad local; las interacciones sociales; el eWom; la ética de la economía colaborativa (asociada a la sostenibilidad); las motivaciones hedónicas y la novedad (Pung *et al.*, 2019; Tussyadiah y Pesonen, 2016; Iis y Pesonen, 2018; So, Oh y Min, 2018; Guttentag *et al.*, 2018). Por otra parte, los principales frenos que limitan a un individuo a reservar una vivienda vacacional están relacionados con el riesgo, incluyendo el asociado al valor, a la plataforma, al anfitrión y a la escasez, además de la inseguridad y las cuestiones legales (Pung *et al.*, 2019; Tussyadiah y Pesonen, 2016; Iis y Pesonen, 2018; So, Oh y Min, 2018; Guttentag *et al.*, 2018).

Sin embargo, la pandemia derivada de la Covid-19, ha tenido un gran impacto en la economía global y en particular en la industria turística, produciendo una inactividad en casi la totalidad de las actividades (Bresciani *et al.*, 2021). Por otra parte, conforme aumentan los niveles de vacunación y se reduce el número de contagios, se prevé una recuperación progresiva de la actividad turística (Redacción Smart Travel News, 2021). En este contexto, algunos autores han sugerido que la vivienda vacacional puede ser considerada por los clientes, un alojamiento turístico seguro desde el punto de vista sanitario (Bresciani *et al.*, 2021; Hidalgo *et al.*, 2021; Lee y Deale, 2021, entre otros).

A pesar de que los estudios previos han contribuido a la comprensión de las motivaciones y frenos desde la perspectiva del consumidor para elegir una vivienda vacacional y también, recientemente, algunos estudios han considerado la seguridad sanitaria de las viviendas vacacionales, pocos se han centrado en cómo la incorporación del riesgo derivado de la crisis Covid-19 afecta a las motivaciones y frenos que impulsan o limitan la reserva de un alojamiento P2P, además de la posible incorporación de nuevos factores. Por ello, este estudio pretende completar la literatura existente, considerando el riesgo de la

seguridad sanitaria en las motivaciones y frenos. Además, busca conocer los cambios de dichos factores en la situación de emergencia sanitaria actual. Por otra parte, plantea el análisis de la influencia de la seguridad sanitaria y el grado de desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en las diferentes motivaciones y frenos, contrastando así su importancia previamente identificada. Por último, aspira a identificar implicaciones prácticas para la gestión turística.

Para ello, se llevó a cabo una encuesta online a la población objeto de estudio, formada por los individuos que conociesen Airbnb y viajaran como mínimo una vez al año antes del inicio de la pandemia. Como herramienta de recogida de datos se utilizó un cuestionario estructurado del que se obtuvo una muestra de 874 personas, principalmente de la isla de Tenerife.

En los siguientes apartados se realiza una revisión exhaustiva de las principales aportaciones realizadas por los investigadores sobre las motivaciones y frenos para reservar un alojamiento P2P y se contextualiza la vivienda vacacional. A continuación, se detallan los objetivos que persigue este estudio y se desarrolla la metodología seguida, especificando el método de estudio, los detalles del cuestionario, el procedimiento de recogida de datos, la estructura de la muestra y su ponderación, además del método de análisis utilizado y la explicación de las variables síntesis creadas. Posteriormente, se señalan los análisis descriptivos y de relaciones. Finalmente, se realiza una discusión sobre los resultados obtenidos, contrastándolos cuando es posible, con las investigaciones previas existentes, además de recoger una serie de implicaciones prácticas derivadas de dichos resultados, así como las conclusiones del trabajo de investigación, sus limitaciones y diversas sugerencias para líneas futuras.

2. Revisión de la literatura

El rápido auge de la economía colaborativa, definida como el intercambio de bienes y servicios entre personas, está impactando de forma significativa en la industria turística y en concreto, en el sector alojativo (Amaro, Andreu y Huang, 2018). La vivienda vacacional como alternativa al alojamiento tradicional, permite alquilar diferentes tipos de alojamiento a través de una plataforma online (So, Oh y Min, 2018). Este fenómeno está impulsado por varios factores, como los sociales (por ejemplo, el aumento de la densidad de población, el deseo de comunidad, etc.); económicos (por ejemplo, monetizar el exceso de inventario, aumentar la flexibilidad financiera, etc.) y la tecnología (por ejemplo, las redes sociales, los dispositivos móviles y el sistema de pago) (Owyang, Tran y Silva, 2013).

2.1. Motivaciones

Las motivaciones y frenos son cruciales para entender las preferencias, los procesos de decisión y el comportamiento de los turistas (Pung, Del Chiappa y Sini, 2019). Desde la perspectiva de los consumidores, se han sugerido varias motivaciones subyacentes al uso de la vivienda vacacional. A continuación, se realizará un análisis de las principales motivaciones identificadas en la literatura, distinguiendo entre motivaciones funcionales, de interacción y de enfoque ético.

Motivaciones funcionales

En relación a las motivaciones funcionales, los autores previos, destacan como la principal motivación que impulsa a los turistas a elegir alojarse en una vivienda vacacional el atractivo económico, derivado del ahorro de costes (Amaro y Duarte, 2015; Kim y Han, 2014), el cual viene dado por la relación entre los beneficios percibidos de la oferta y el coste monetario específico de su uso (Venkatesh, Thong y Xu, 2012) y que les permite prolongar su estancia y consumir más actividades complementarias (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Además, el ambiente hogareño que permite a los huéspedes hacer uso de las prestaciones y comodidades del hogar, tales como la cocina o la plancha, constituye una de las motivaciones principales para elegir la vivienda vacacional (Guttentag, 2015). Por otra parte, disponer de una gran variedad de opciones que permitan reservar hospedajes atípicos y fuera de lo común, también es considerado un factor relevante (Amaro *et al.*, 2018). Además, la utilidad práctica en términos de logística hace que la ubicación del alojamiento juegue un papel fundamental (Iis y Pesonen, 2018).

Motivaciones de interacción

Con respecto a las motivaciones de interacción, los consumidores disfrutan y desean conectar con las comunidades locales y compartir experiencias (So *et al.*, 2018). Este atractivo social, incluye la interacción con el anfitrión, con la población local y con las atracciones sociales (So *et al.*, 2018), lo que deriva, como se mencionaba anteriormente, en la utilidad práctica en términos de logística, que les permite orientarse en un entorno desconocido (Iis y Pesonen, 2018). Otros estudios sobre por qué las personas eligen hospedarse en alojamientos P2P, perciben relevante la autenticidad, definida como la búsqueda de experiencias únicas y de inmersión cultural, que les permita adentrarse en la vida cotidiana del destino (Guttentag *et al.*, 2018). Además, las opiniones del entorno afectan positiva o negativamente a los huéspedes en su elección de alojamiento (Jager, 2000). Este incentivo es conocido como “eWom” (del inglés, *Electronic Word of Mouth*) y se basa en conversaciones entre consumidores en la red, sobre productos o servicios (Sen y Lerman, 2007).

Motivaciones de enfoque ético

En cuanto a las motivaciones de enfoque ético, el consumo colaborativo se relaciona con las actividades basadas en obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios, coordinadas a través servicios en línea (Hamari, Sjöklint y Ukkonen, 2016), incorporando el intercambio monetario o la compensación (Belk, 2014) y la conciencia medioambiental (Amaro *et al.*, 2018). La novedad, definida como el grado en que el consumidor desea obtener información o experimenta nuevos productos (Manning, Bearden y Madden, 1995), se relaciona con la ética de la economía colaborativa en la línea del deseo por experimentar estímulos nuevos y desconocidos que les permitan sentir un cambio de rutina (Lee y Crompton, 1992). En relación con ellos, la literatura señala que el placer asociado a la felicidad, satisfacción y disfrute del viaje, también impulsa al individuo a reservar una vivienda vacacional (Currie, 1997).

2.2. Frenos

Al igual que existen motivos que impulsan a un individuo a elegir un alquiler P2P, la literatura previa afirma que su uso se encuentra limitado a través de frenos, como el riesgo percibido, las cuestiones legales, la inseguridad, entre otros. Seguidamente se analizan los principales frenos identificados por autores previos:

En primer lugar, el riesgo, en diferentes ámbitos, constituye una gran limitación en la reserva del alquiler vacacional (Pung *et al.*, 2019). El riesgo derivado de la relación calidad-precio y la falta de ahorro en costes puede suponer un freno para los turistas en la preferencia de los servicios P2P (Pung *et al.*, 2019). Otros autores señalan que el riesgo hacia el anfitrión es una limitación derivada de la inseguridad y desconfianza de relacionarse con extraños (Pung *et al.*, 2019). Además, la inseguridad también se relaciona con factores tecnológicos (Tussyadiah y Pesonen, 2016). La falta de conocimiento y experiencia en el uso de este tipo de plataformas web (Pung *et al.*, 2019), puede generar una complejidad adicional, al igual que el pago en la red y diversos factores de privacidad (Iis y Pesonen, 2018).

Otros motivos como la inseguridad de la localización y la percepción de los usuarios de que el alquiler vacacional no cumple las regulaciones y el sistema fiscal suponen una limitación al contrato de servicios P2P (Barnes y Mattsson, 2016).

Tabla 1: Motivaciones y frenos, revisión de la literatura

Variables	Definiciones	Literatura
Beneficios económicos	Relación entre los beneficios percibidos de la oferta y el coste monetario específico de su uso.	Venkatesh, Thong y Xu, 2012.
Beneficios de hogar	Atributos funcionales y comodidades del hogar como la sensación hogareña y la disponibilidad de espacio.	Guttentag, 2015.
Deseo de alojamiento único y variedad	Disponer de una gran variedad de opciones que permitan reservar hospedajes atípicos y fuera de lo común.	Amaro <i>et al.</i> , 2018.
Practicidad logística/ubicación	La conveniencia del turista para elegir la localización que cumpla sus necesidades.	Guttentag <i>et. al.</i> , 2018; Iis y Pesonen, 2018.
Autenticidad local	Percepción de experiencias reales por parte de los consumidores.	Guttentag <i>et. al.</i> , 2018.
Interacciones sociales	Relaciones con el anfitrión, con la población local y con las atracciones sociales.	So <i>et. al.</i> , 2018.
eWom	Conversaciones en la red, entre consumidores, sobre productos o servicios	Sen y Lerman, 2007.
Ética de la economía colaborativa / sostenibilidad	Cambio hacia el consumo responsable y la preocupación medioambiental.	Amaro <i>et al.</i> , 2018.
Diversión	El placer de un individuo por usar un producto nuevo.	Lee y Crompton 1992; (Currie, 1997).
Novedad	El grado en que el consumidor desea obtener información o experimentar nuevos productos.	Manning, Bearden y Madden, 1995.
Riesgo calidad	Falta de ahorro en costes y riesgo en la relación calidad-precio	Pung <i>et al.</i> , 2019
Riesgo hacia la plataforma	Falta de conocimiento y experiencia en el uso de plataformas web, el pago online y los factores de privacidad.	Iis y Pesonen, 2018; Tussyadiah y Pesonen, 2016.
Riesgo hacia el anfitrión	Desconfianza al relacionarnos con extraños	Pung <i>et al.</i> , 2019

Inseguridad localización	Inseguridad relacionada con la ubicación, el ruido y la seguridad	Amaro <i>et al.</i> , 2018.
Cuestiones legales	No cumplir las regulaciones y el sistema fiscal	Barnes y Mattsson, 2016.

2.3. El riesgo sanitario

Al comienzo del 2020, el planeta evidenció una situación sin precedentes causada por la Covid-19, cambiando todos los aspectos de la vida e impactado de forma negativa en el sector alojativo a nivel global (Hidalgo *et al.*, 2021). Las restricciones de movilidad, la incertidumbre y las preocupaciones sobre la salud y la seguridad sanitaria han contribuido a una reducción en el número de viajes y turistas, introduciendo nuevos elementos de impacto sobre la utilización del alojamiento P2P (Lee y Deale, 2021). Dado lo reciente de la situación, pocos autores han estudiado si se han producido cambios en las motivaciones y frenos analizadas por la literatura pre-pandemia, al igual que los nuevos motivos y obstáculos para reservar este tipo de hospedaje.

Con respecto a las motivaciones, la higiene y los protocolos sanitarios se han convertido en factores esenciales en el turismo y en el sector alojativo (Lee y Deale, 2021). Las plataformas de alquiler de alojamientos P2P deben asegurar que los anfitriones y los huéspedes estén seguros, incorporando protocolos de higiene con 24 horas de antelación entre huésped y huésped (Bigné, Jenkins y Andreu, 2020).

El eWom también ha experimentado cambios (Bigné *et al.*, 2020). Algunos análisis señalan una disminución de importancia con la caída notable del número de comentarios debido a la ausencia de intercambio social, la reducción del número de reservas y la no actualización de las reseñas (Bigné *et al.*, 2020). Otros afirman que las valoraciones online se han vuelto más cruciales durante la pandemia. Además, el precio y la localización también son considerados motivaciones relevantes (Bigné *et al.*, 2020).

Por otra parte, estos autores han sugerido nuevos frenos relacionados con la seguridad sanitaria. Las preocupaciones por la distancia social han derivado en la búsqueda de un menor contacto entre personas, evitando los viajes en grupo (Hidalgo *et al.*, 2021). Algunos autores señalan que el alquiler P2P ayuda a mantener la distancia social recomendada y provee de un ambiente más seguro, dada la ausencia de relaciones en la recepción o en las zonas comunes de las que sí disponen los alojamientos tradicionales (Hidalgo *et al.*, 2021). Sin embargo, otros autores argumentan que el riesgo derivado del contacto con el anfitrión es mayor durante la pandemia, ya que este tipo de alquiler tiende a estar menos regulado y supervisado (Lee y Deale, 2021). Además, señalan que temen que el anfitrión sea más hostil debido a sus preocupaciones económicas y que las políticas de cancelación no sean flexibles ni estén adaptadas a la situación (Lee y Deale, 2021).

Estas diferencias dependen de la percepción de riesgo de las personas (Lee y Deale, 2021), por ello, argumentan que los individuos que se muestran más preocupados por el Coronavirus perciben cambios más altos en las percepciones de riesgo, al igual que dichas percepciones dependen de la experiencia previa en este tipo de alojamiento (Lee y Deale, 2021).

Con relación al tamaño del alojamiento, los huéspedes prefieren reservar alojamientos enteros para evitar el beneficio social que previamente constituía una de las principales motivaciones para reservar una vivienda vacacional (Hidalgo *et al.*, 2021). Además, la posibilidad de disponer de cocina, horno, lavavajillas y nevera constituye otro atributo a favor de la distancia social (Hidalgo *et al.*, 2021). Por tanto, afirman que los clientes prefieren alojamientos pequeños y bien equipados, con las comodidades del hogar, que les permitan reducir el riesgo de estar mucho tiempo fuera del alojamiento (Hidalgo *et al.*, 2021). Otros autores, sin embargo, argumentan que las instalaciones y los servicios son menos importantes que antes de la crisis Covid-19 (Bigné *et al.*, 2020).

2.4. La vivienda vacacional en contexto

El auge de la economía colaborativa está afectando significativamente a la industria turística y en concreto a la hostelería (So, Oh y Min, 2018). En particular, las plataformas de negocios P2P, han surgido como una "innovación disruptiva" que permite a los consumidores participar en lo que se denomina "consumo colaborativo", donde los individuos acceden a bienes y servicios sin adquirirlos, a través del pago correspondiente al alquiler (Guttentag *et al.*, 2018). Uno de los ejemplos más citados de este modelo de consumo es Airbnb, que ofrece una forma alternativa de alquilar un alojamiento a través de un mercado comunitario en línea y permite el alquiler a corto plazo de diferentes tipos de habitaciones, como una casa entera, habitaciones privadas o habitaciones compartidas (Zervas, Proserpio y Byers, 2017). Además, la posibilidad de reservar alojamientos fuera de lo común como casas en los árboles, castillos o iglús, hacen que esta modalidad alojativa sea especialmente atractiva y novedosa (Guttentag, 2019).

Como consecuencia al rápido e importante auge de Airbnb, empresa fundada en el año 2008, el sector alojativo tradicional ha sufrido importantes impactos en los últimos años y considera a esta empresa y en general, a los alojamientos P2P, una amenaza importante (Guttentag *et al.*, 2018). Prueba de ello es que según Airbnb (2019), desde su lanzamiento ha registrado más de 500 millones de llegadas de huéspedes a alojamientos a través de su plataforma, con Europa como principal destino. Además, cada medio segundo, tres huéspedes hacen "check-in" en su alojamiento anunciado a través de su web (Airbnb, 2019). Por otra parte, Guttentag *et al.*, (2018), argumentan que todo este proceso puede ser explicado por factores como la revolución tecnológica y el masivo uso de internet, además de diversos factores sociales y económicos, mencionados con anterioridad. Asimismo, este modelo alojativo, resulta especialmente atractivo para los jóvenes, que buscan principalmente pagar menos dinero en sus viajes y crear relaciones con los locales (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Por tanto, se caracteriza por brindar, con el conjunto de sus cualidades, un mayor valor a un menor precio (Tussyadiah & Pesonen, 2016).

Sin embargo, esta actividad económica ha generado controversia. La economía colaborativa, ha hecho a los gobiernos adaptarse a nuevos retos legales (Pung *et al.*, 2019), relativos principalmente al pago de impuestos, a la subida desorbitada del precio de los alquileres y la inseguridad generada en los barrios (Amaro *et al.*, 2018). Por tanto, sus efectos negativos no repercuten únicamente en el destino y en la economía, sino que afectan, además, a la población local, que ha visto modificada su actividad diaria (Amaro *et al.*, 2018).

3. Objetivos

Como se ha analizado en los apartados anteriores, en la última década, la vivienda vacacional como opción de alojamiento durante los viajes turísticos se ha desarrollado de forma exponencial. De acuerdo con la revisión bibliográfica realizada, se ha identificado la necesidad de analizar el fenómeno de la Covid-19 en las motivaciones y frenos identificados por autores previos para contribuir a paliar el vacío existente en la literatura, debido a la situación extraordinaria que experimenta el turismo tras el inicio de la pandemia. En esta investigación, se plantea como objetivo general conocer la influencia de la Covid-19 en las motivaciones y frenos que impulsan y limitan, respectivamente, a un individuo a alojarse en un alquiler vacacional. De esta manera, se dispondrá de una mayor comprensión del mercado y de sus pautas de comportamiento.

Este objetivo general, se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- Conocer los cambios en las motivaciones y frenos en la situación de emergencia sanitaria actual.
- Conocer si la seguridad sanitaria influye en las motivaciones y frenos de reserva de una vivienda vacacional.
- Conocer cómo influye el grado de desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en las motivaciones y frenos de reserva de una vivienda vacacional.
- Contrastar con la literatura previa la importancia de las motivaciones y frenos identificados.
- Valorar la importancia y la influencia del riesgo por la Covid-19 en las motivaciones y frenos.
- Identificar las implicaciones prácticas para la gestión de la vivienda vacacional por parte de propietarios, intermediarios de gestión, plataformas y responsables de la gestión de los destinos 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, formada por todas aquellas personas que conocen Airbnb y que viajaran al menos una vez al año antes de la pandemia Covid-19, utilizando como herramienta de recogida de datos un cuestionario estructurado.

4.2. Cuestionario y medida de las respuestas

4.2.1. Estructura del cuestionario

Previa la confección del cuestionario, se ha realizado el análisis de datos, a partir de fuentes secundarias, lo cual ha permitido enmarcar teóricamente los aspectos más relevantes de cara a una investigación más concreta.

La información necesaria para el desarrollo de este estudio es obtenida a través del análisis del factor riesgo y de la agrupación e investigación de las diversas motivaciones y limitaciones planteadas por autores previos.

El cuestionario realizado se puede dividir en cuatro bloques destinados a obtener información acerca de los datos sociodemográficos de la población de estudio, las motivaciones, los frenos y el impacto de la Covid-19. También se realizaron preguntas filtro para conocer la frecuencia de viaje y el conocimiento de la empresa Airbnb.

La información sociodemográfica estudiada, se basa en la obtención de datos relativos a sexo, edad, ocupación, estudios y estatus. Para la obtención de los datos referidos a sexo, se habilitaron tres respuestas: femenino, masculino y otro. En el campo edad, la respuesta era abierta, debiendo el encuestado escribir su edad. Con respecto a la ocupación, era necesario seleccionar entre siete posibles respuestas la que se correspondía con su situación actual. Al seleccionar “asalariado”, el encuestado debía especificar el sector concreto en el que trabaja. A continuación, se pretendía conocer el nivel de estudios del usuario y su estatus con relación al nivel económico de la media. Por último, debía especificar si su lugar de residencia era la Península Ibérica; las Islas Canarias (indicando en su caso la isla y el municipio) u otro lugar.

En relación con los hábitos de viaje, se habilitaron dos preguntas filtro. La primera pretendía conocer si el encuestado conocía la compañía Airbnb y la segunda, pretendía analizar la frecuencia de viaje, descartando así, a todos los encuestados que no conociesen Airbnb y no viajaran como mínimo una vez al año antes de la pandemia Covid-19.

Una vez contextualizado el método de estudio y obtenida la información relativa a la sociodemografía y a la frecuencia de viaje, la encuesta procuraba analizar las motivaciones y frenos que impulsan y limitan respectivamente a un viajero a reservar una vivienda vacacional, al igual que el factor Covid-19 en este mismo proceso.

Como se explicaba anteriormente, las principales motivaciones que impulsan a un individuo a reservar una vivienda vacacional pueden ser agrupadas en motivaciones funcionales, interaccionales y de enfoque ético. Las motivaciones incluyen los beneficios económicos; los beneficios de hogar; el deseo de un alojamiento único y variedad; la practicidad logística o ubicación; la autenticidad local; las interacciones sociales; el eWom; la ética de la economía colaborativa; las motivaciones hedónicas y la novedad.

Los principales frenos que limitan a un individuo a reservar vivienda vacacional están relacionados con el riesgo, incluyendo el asociado al valor, a la plataforma, al anfitrión y a la escasez, además de la inseguridad y las cuestiones legales.

4.2.2. Medida de las respuestas

La estructura de las preguntas planteadas consiste en el planteamiento de tres ítems por cada motivación y freno, además de las propuestas en relación con el riesgo de la Covid-19. La medición de dirección e intensidad de cada ítem-constructo se basa en una escala *Likert* de siete niveles que permite valorar el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración, donde el nivel uno se corresponde con “muy en desacuerdo” y el nivel siete con “muy de acuerdo”. Las tablas, 2, 3 y 4 muestran las motivaciones, frenos y el factor riesgo por la Covid-19 con sus respectivos ítems, la mayoría recuperados de estudios previos y otros creados en base a ellos.

Tabla 2: *Ítems de las motivaciones que impulsan a un individuo a reservar una vivienda vacacional*

Motivaciones	
Beneficios económicos	Las viviendas vacacionales para el alojamiento en vacaciones ofrecen un buen producto por su precio (Iis y Pesonen, 2018).
	Los alojamientos en viviendas vacacionales son económicos, basado en Iis y Pesonen, 2018.
	Alojarse en viviendas vacacionales permite ahorrar dinero en los viajes (Amaro, Andreu y Huang, 2018).
Beneficios del hogar	Las viviendas vacacionales ofrecen a los huéspedes comodidades similares a las de un hogar (Guttentag, 2015).
	Las viviendas vacacionales proporcionan una sensación “hogareña” durante la estancia (Guttentag, 2015).
	Los huéspedes pueden sentirse como en casa y relajarse en viviendas vacacionales (Guttentag, 2015).
Alojamiento único y variedad	Hay muchas variedades y estilos de alojamientos de viviendas vacacionales para elegir (Amaro <i>et al.</i> , 2018).
	Los turistas pueden elegir el tipo de vivienda vacacional que buscan, basado en Amaro <i>et al.</i> , 2018.
	Siempre se pueden encontrar múltiples opciones de viviendas vacacionales para alojarse en los viajes (Amaro <i>et al.</i> , 2018).
Ubicación	Las viviendas vacacionales permiten a los huéspedes alojarse exactamente en el lugar que desean, basado en Guttentag, 2015.
	Las viviendas vacacionales están cerca de los lugares a visitar (como, por ejemplo, monumentos), basado en Guttentag, 2015.
	Los turistas encuentran mejores ubicaciones para alojarse en viviendas vacacionales que, por ejemplo, en otros alojamientos, basado en Guttentag, 2015.
Autenticidad local	Las viviendas vacacionales integran la cultura local del destino y ofrecen una experiencia auténtica (Guttentag, 2015).
	Alojarse en viviendas particulares de anfitriones locales es una experiencia que fomenta un mayor acercamiento a la realidad del destino, basado en Guttentag, 2015.
	Las viviendas vacacionales ofrecen una oportunidad para hospedarse en alojamientos menos estandarizados (como, por ejemplo, hoteles), basado en Amaro <i>et al.</i> , 2018.
Interacciones sociales	Las viviendas vacacionales ofrecen la oportunidad de interactuar más directamente con la población local e integrarse en la comunidad, basado en Guttentag, 2015.
	Las viviendas vacacionales contribuyen a una mayor interacción con otros turistas de este mismo tipo de alojamiento, basado en Guttentag, 2015.

	Alojarse en viviendas vacacionales permite a los huéspedes relacionarse con el anfitrión y recibir información útil de él (Guttentag, 2015).
Ewom	Los comentarios en redes sociales y plataformas sobre viviendas vacacionales impulsan a elegir este tipo de alojamiento, basado en Liang, Choi, & Joppe, 2017.
	Las reseñas online de los turistas afectan de forma crucial en mis decisiones de elección de alojamiento, basado en Liang, Choi, & Joppe, 2017
	En general, creo que las opiniones online sobre viviendas vacacionales son creíbles, basado en Liang, Choi, Joppe, 2017.
Ética de la economía colaborativa	Las viviendas vacacionales son más respetuosas con el medio ambiente que otro tipo de alojamiento (Iis y Pesonen, 2018).
	Con el alquiler vacacional se apoya a los residentes del lugar y a la economía local, basado en Guttentag, 2015.
	La economía de compartir me parece una forma más adecuada de obtener beneficios, basado en Guttentag, 2015.
Motivaciones hedónicas	Disfrutaría alojándome en una vivienda vacacional (So, Oh y Min, 2018).
	Pienso que alojarse en una vivienda vacacional es divertido (Iis y Pesonen, 2018).
	Las viviendas vacacionales ofrecen una experiencia entretenida (So, Oh y Min, 2018).
Novedad	Las personas que se alojan en viviendas vacacionales son modernas y están al día (So, Oh y Min, 2018).
	Alojarse en una vivienda vacacional es novedoso e innovador (Guttentag, 2015).
	Alojarse en vivienda vacacional me hará parecer actual y contemporáneo (So, Oh y Min, 2018).

Tabla 3: *Ítems de los frenos que limitan a un individuo a reservar una vivienda vacacional*

Frenos	
Riesgo asociado al valor	La calidad de las viviendas vacacionales es incierta, basado en So, Oh y Min, 2018.
	Cuando se reserva una vivienda vacacional no se sabe si su precio valdrá la pena, basado en So, Oh y Min, 2018.
	No se sabe si una vivienda vacacional ofrece una buena experiencia de alojamiento en general, basado en So, Oh y Min, 2018.
Riesgo asociado a la plataforma	La información que suministran las plataformas de alquiler vacacional (como por ejemplo Airbnb) de las viviendas puede ser que no comprueben la veracidad de los datos de la vivienda, basado en Iis y Pesonen, 2018.
	Enviar información personal en plataformas de alquiler de viviendas vacacionales (como, por ejemplo, Airbnb) puede ser arriesgado (Amaro <i>et al.</i> , 2018).
	Realizar pagos online en plataformas de alquiler vacacional (como, por ejemplo, Airbnb) es arriesgado (Amaro <i>et al.</i> , 2018).
Riesgo relacionado con el anfitrión	Reservar una vivienda vacacional no asegura que el anfitrión cumpla con su parte (por ejemplo, horario para entrega de llaves), basado en Iis y Pesonen, 2018.
	Reservar alojamientos de anfitriones locales es arriesgado (Amaro <i>et al.</i> , 2018).
	Errores de fechas o problemas del anfitrión con su vivienda pueden dejarte sin alojamiento o ser un problema, basado en Iis y Pesonen, 2018.
Inseguridad	No se puede confiar en que la vivienda vacacional ofrezca un alto grado de seguridad a los huéspedes, basado en So, Oh y Min, 2018.
	Alojarse en viviendas vacacionales significa que la privacidad, el ruido y la seguridad, podrían ser un problema, basado en Guttentag, 2015.
	El lugar donde se ubica la vivienda vacacional podría no ser seguro, basado en So, Oh y Min, 2018.
Cuestiones legales	No se puede garantizar que el alojamiento cumpla con la normativa turística, basado en Pung, Del Chiappa y Sini, 2019
	Es incierto saber si las viviendas vacacionales están legalizadas, basado en Pung, Del Chiappa y Sini, 2019.
	Me preocupa que las viviendas vacacionales puedan no cumplir con sus obligaciones de pago de impuestos, basado en Pung, Del Chiappa y Sini, 2019.

Tabla 4: Ítems del factor riesgo con relación a la Covid-19

Covid-19	
Seguridad sanitaria	En la situación actual de la crisis Covid-19, la mejor opción de alojamiento en vacaciones es una vivienda vacacional, basado en Bresciani <i>et al.</i> , 2021
	Alojarse en viviendas vacacionales aporta una mayor seguridad sanitaria que alojarse en otros establecimientos (como, por ejemplo, hoteles), basado en Hidalgo <i>et al.</i> , 2021.
	Las viviendas vacacionales garantizan que se cumplen las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios. Elaboración propia, basado en Hidalgo <i>et al.</i> , 2021.
Recuperación de los futuros viajes	Aunque la situación se regularice, creo que los próximos años seguirá existiendo una elevada incertidumbre sanitaria, basado en Ivanova, Krasimirov e Ivanov, 2020.
	Creo que pensaré mucho irme de vacaciones a partir de ahora, basado en Wachyuni y Kusumaningrum, 2020.
	A partir de ahora, elegiré lugares para irme de vacaciones que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria, basado en Ivanova, Krasimirov e Ivanov, 2020.

4.3. Procedimiento de recogida de datos

Como sistemas de recogida de datos se han realizado dos procesos: una encuesta personal y una encuesta autoadministrada, de forma online y utilizando la herramienta *LimeSurvey*, a todas las personas que conocen Airbnb y que viajaban al menos una vez al año antes de la pandemia Covid-19. El tiempo dedicado a la recogida de datos fue de dos semanas, del 11 de marzo de 2021 al 25 de marzo de 2021. El tiempo de ejecución del cuestionario fue de aproximadamente diez minutos. Finalmente, se obtuvieron 874 respuestas. Se puede observar, para un nivel de confianza del 95,5% y $p=q$, un error muestral 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

En la tabla 5, se recoge la estructura de la muestra resultante por género y edad. La muestra femenina se conforma por un 27,6% de mujeres entre 18 y 28 años; un 9,4% entre 25 y 34 años; un 8,1% entre 35 y 44 años; un 11,1% entre 45 y 54 años y el 6,8% se corresponde a mujeres entre 55 y 65 años. La muestra masculina se conforma por un 11,3% de hombres entre 18 y 24 años; un 9,6% entre 25 y 34 años, solamente un 4,3% entre 35 y 44 años; un 7,1% entre 45 y 54 años y, por último, el 4,7% se corresponde con hombres entre los 55 y los 65 años.

Igualmente, y de acuerdo con los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) se puede observar en la tabla 5, la estructura en porcentaje de la población de Tenerife por género y edad. Si se compara la estructura de la muestra con la de la población, se puede constatar que existe un sesgo o desequilibrio. Con el fin de corregir esta desviación y lograr así una muestra representativa, se ha procedido a la ponderación de los datos, que consiste en multiplicar cada grupo por un factor de ponderación, con el objeto de igualar la estructura de la muestra a la estructura de la población. El factor de ponderación (peso) se recoge también en la tabla 5 y es el resultado de dividir el porcentaje de la población entre el de la muestra de cada grupo de género-edad.

Tabla 5: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación

	Muestra		Estructura de la población	Peso ponderación
Femenino				
18-24 años	241	27,60%	5,20%	0,1904
25-34 años	82	9,40%	9,60%	1,0283
35-44 años	71	8,10%	12,60%	1,5562
45-54 años	97	11,10%	12,40%	1,12
55-65 años	59	6,80%	10,20%	1,5114
Masculino				
18-24 años	99	11,30%	5,40%	0,4766
25-34 años	84	9,60%	9,50%	0,9869
35-44 años	38	4,30%	12,80%	2,9448
45-54 años	62	7,10%	12,50%	1,7609
55-65 años	41	4,70%	9,60%	2,0569
Total	874	100%	100%	

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 con el uso de medias y proporciones. Además, se ha creado un “índice de acuerdo” para cada motivación y freno con el objetivo de analizar la frecuencia de los constructos. Para el análisis de las relaciones entre las variables dependientes, es decir, las motivaciones y frenos mencionadas anteriormente y la variable independiente, es decir, el riesgo por la Covid-19, se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medias y proporciones realizando contrastes de diferencias, mediante las pruebas t de Student. También se ha analizado la relación importancia-influencia de las variables síntesis en los constructos con la creación de un índice que mide la diferencia entre sus valores altos y bajos.

4.6. Síntesis de variables

Se han construido nuevas variables síntesis de la variable independiente para facilitar el análisis de resultados. Las variables síntesis construidas son categóricas con dos niveles: alto y bajo. El bajo corresponde a valores menores de 5 de la media del constructo, calculada como promedio de los ítems del constructo. El alto corresponde a valores mayores de 5 de la media del constructo, calculada como promedio de los ítems del constructo. Para este estudio, la variable independiente a analizar es el riesgo derivado de la pandemia, analizado a través de dos variables síntesis: la seguridad sanitaria y el grado de desconfianza en la recuperación de los futuros viajes. La tabla 6 muestra las variables síntesis y sus dos niveles:

Tabla 6: *Variables síntesis*

Seguridad sanitaria	Bajo	63,70%
	Alto	36,30%
Desconfianza en la recuperación de los futuros viajes	Bajo	39,50%
	Alto	60,50%

5. Análisis de datos y resultados

5.1. Análisis descriptivo

Este apartado pretende, primeramente, estudiar los datos relativos a la media y desviación estándar de las motivaciones y frenos que impulsan y limitan a las personas a reservar una vivienda vacacional. Además, se ha creado un “índice de acuerdo” para cada motivación y freno con objeto de analizar la frecuencia de los constructos.

5.1.1. Análisis de medias, desviación estándar y frecuencia de los ítems

La tabla 7 muestra la media y desviación estándar de las motivaciones y frenos que influyen en la decisión de reserva de una vivienda vacacional. Además, se incluye el indicador creado para medir la frecuencia de los ítems de cada motivación y freno. Para ello, se restó la suma de los valores correspondientes a los niveles 5,6 y 7 de la escala *Likert* con la correspondiente a los valores de los niveles 1, 2 y 3, realizando el promedio de los tres porcentajes resultantes, creando así el “índice de acuerdo”.

Como se observa en la tabla 7 y en las figuras 1 y 2, todos los constructos tienen una media superior a 4 en la escala *Likert* y un índice de acuerdo positivo. Las motivaciones más importantes para elegir una vivienda vacacional se corresponden con la posibilidad de elegir entre una gran variedad de opciones (media 5,39; índice de acuerdo 74,1%); la posibilidad de disponer de las prestaciones de un hogar estando lejos del mismo (media 5,31; índice de acuerdo 70,6%); la importancia de las opiniones del entorno (media 5,22; índice de acuerdo 65,1%) y la motivación de reservar un alojamiento único que proporcione una experiencia cultural auténtica (media 5,05; índice de acuerdo 64%).

Con una importancia media, se corresponden la ética de la economía colaborativa (media 4,87; índice de acuerdo 51,9%); la satisfacción o el disfrute (media 4,86; índice de acuerdo 52,4%); el atractivo económico derivado del ahorro de costes (media 4,85; índice de acuerdo 47%); la practicidad logística o ubicación (media 4,76; índice de acuerdo 44,8%) y la posibilidad de interacción social entre el anfitrión, la población local y otros usuarios (media 4,67; índice de acuerdo 41,2%).

Los constructos menos importantes para elegir una vivienda vacacional se corresponden principalmente con las limitaciones o frenos identificados con anterioridad a excepción del deseo de estímulos y productos nuevos (media 4,03; índice de acuerdo 8,7%). Estos frenos se identifican con la inseguridad hacia la localización (media 4,58; índice de acuerdo 38,2%); la falta de ahorro en costes y por consiguiente, la ausencia de ventajas económicas (media 4,55; índice de acuerdo 36,6%); la desconfianza y vulnerabilidad hacia el anfitrión (media 4,49; índice de acuerdo 32%); la inseguridad sobre cuestiones legales (media 4,48; índice de acuerdo 32%) y el riesgo tecnológico derivado de factores de privacidad en la red (media 4,28; índice de acuerdo 20,5%).

Tabla 7: Media, desviación estándar e índice de acuerdo de las motivaciones y frenos

Motivaciones			
	Media	Desviación estándar	Índice de acuerdo
Unicidad y variedad	5.39	1.060	74,10%
Beneficios de hogar	5.31	1.190	70,60%
eWom	5.22	1.052	65,10%
Autenticidad	5.05	1.057	64,00%
Ética/Sostenibilidad	4.87	1.128	51,90%
Disfrute/Hedónico	4.86	1.152	52,40%
Relación precio/valor	4.85	1.208	47,00%
Ubicación	4.76	1.109	44,80%
Interacción social	4.67	1.145	41,20%
Novedad	4.03	1.236	8,70%
Frenos			
Inseguridad localización	4.58	1.182	38,20%
Riesgo calidad	4.55	1.147	36,60%
Riesgo anfitrión	4.49	1.198	32,00%
Inseguridad legal	4.48	1.328	32,00%
Riesgo plataforma	4.28	1.267	20,50%

Figura 1: Media de los constructos

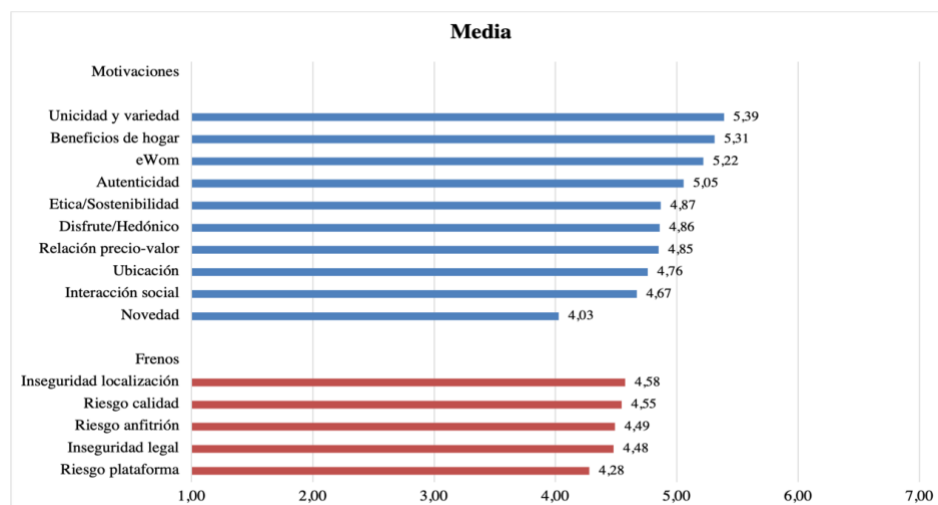
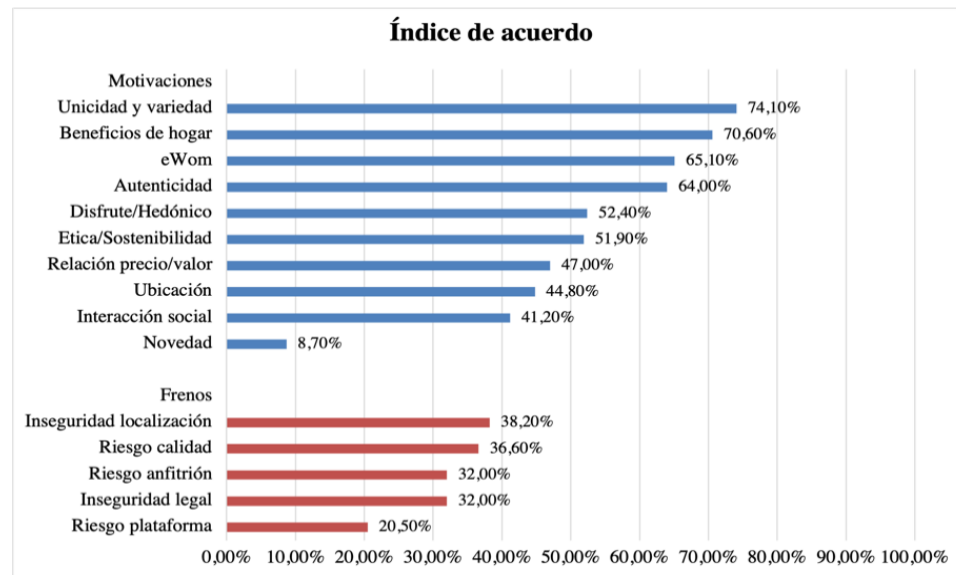


Figura 2: Análisis de la frecuencia de los constructos a través del “índice de acuerdo”

5.2. Análisis de las relaciones

Este apartado pretende, en primer lugar, analizar la importancia y la influencia del riesgo de la Covid-19 en las motivaciones y frenos para reservar un alojamiento vacacional, a través de las tablas de medias y contrastes de t de Student y del índice de acuerdo de altos y bajos. En segundo lugar, se realiza un estudio de la relación importancia - influencia de las variables síntesis en los constructos.

5.2.1. Importancia e influencia del riesgo por la Covid-19 en las motivaciones y frenos

La tabla 8 muestra los datos referentes a la media y al índice de acuerdo de las motivaciones y frenos para las categorías alto y bajo de la seguridad sanitaria y la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes.

Por otra parte, se puede observar en la tabla 8 que todas las motivaciones para alquilar una vivienda vacacional son mayores en las personas que perciben que el alojamiento en vivienda vacacional es más seguro desde el punto de vista sanitario. En cuanto a las limitaciones, no existen diferencias significativas en alusión a cómo es percibida la seguridad sanitaria. No obstante, se observa a nivel tendencial, que los frenos son menores en las personas que perciben que el alojamiento en vivienda vacacional es más seguro que en los que no lo piensan.

Con relación al grado de desconfianza sobre la recuperación de los futuros viajes, la tabla 8 señala que las motivaciones son mayores en los encuestados que perciben un riesgo mayor en los futuros viajes, es decir, en aquellos que muestran una desconfianza mayor en la recuperación de los viajes, ya que los ítems que conforman la variable síntesis han sido redactados de forma negativa y, por tanto, un mayor valor sugiere una mayor desconfianza. Por consiguiente, las personas con más miedo a viajar tienen mayores motivaciones en reservar una vivienda vacacional que las personas que sienten una menor desconfianza en la recuperación de los futuros viajes, lo que sugiere que consideran el alojamiento P2P más seguro a otras opciones de hospedaje.

Por otra parte, los frenos también son más significativos en las personas que perciben un mayor riesgo a viajar en el corto plazo, es decir, en aquellos encuestados que muestran una desconfianza mayor en la recuperación de los viajes.

Tabla 8: *Análisis de relaciones de medias, contrastes de t de Student e índices de acuerdo*

	Seguridad sanitaria					Desconfianza en los futuros viajes				
	Media			Índice de acuerdo		Media			Índice de acuerdo	
	Bajo	Alto	Sig.	Bajo	Alto	Bajo	Alto	Sig.	Bajo	Alto
Relación precio- valor	4.65	5.24	*	37,70%	74,30%	4.75	4.92	*	54,80%	62,90%
Beneficios de hogar	5.05	5.81	*	60,10%	92,70%	5.16	5.41	*	73,10%	81,30%
Unicidad y variedad	5.26	5.63	*	69,30%	87,70%	5.22	5.50	*	73,00%	83,80%
Ubicación	4.61	5.05	*	38,20%	67,60%	4.65	4.83	*	52,10%	60,40%
Autenticidad	4.84	5.47	*	53,70%	86,70%	4.94	5.13	*	66,30%	74,90%
Interacción social	4.42	5.15	*	28,10%	73,40%	4.55	4.75	*	50,00%	59,30%
eWom	5.07	5.52	*	58,60%	83,40%	5.14	5.27	*	70,30%	75,60%
Ética/sostenibilidad	4.59	5.41	*	39,60%	79,70%	4.68	4.99	*	53,70%	65,60%
Disfrute/hedónico	4.63	5.30	*	43,10%	74,60%	4.71	4.96	*	52,30%	64,40%
Novedad	3.78	4.50	*	-4,90%	45,70%	3.83	4.16	*	20,60%	31,80%
Riesgo calidad	4.66	4.33		43,70%	49,60%	4.39	4.65	*	53,90%	60,60%
Riesgo plataforma	4.35	4.14		23,60%	41,10%	4.06	4.43	*	36,70%	51,20%
Riesgo anfitrión	4.58	4.31		37,80%	46,60%	4.31	4.61	*	47,90%	56,20%
Inseguridad localización	4.68	4.37		43,60%	50,40%	4.32	4.74	*	46,90%	60,90%
Inseguridad legal	4.59	4.27		36,30%	42,90%	4.31	4.59	*	41,90%	51,70%

5.2.2. Relación importancia- influencia de las variables síntesis en los constructos

Relación importancia-influencia de la seguridad sanitaria en las motivaciones y frenos

Se ha realizado un estudio para analizar la relación entre la importancia y la influencia del riesgo por la Covid-19 en las diferentes motivaciones y frenos señaladas por autores previos. La importancia de las variables síntesis se obtiene a través de la media de cada constructo, identificada en la tabla 9. Para conocer la influencia que ejerce la seguridad sanitaria y la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en las diferentes variables,

se ha realizado una resta entre sus valores altos y bajos, creando así un nuevo índice que muestra la diferencia de dichos valores. La tabla 9, muestra, además, la diferencia utilizada para medir la influencia de las variables síntesis:

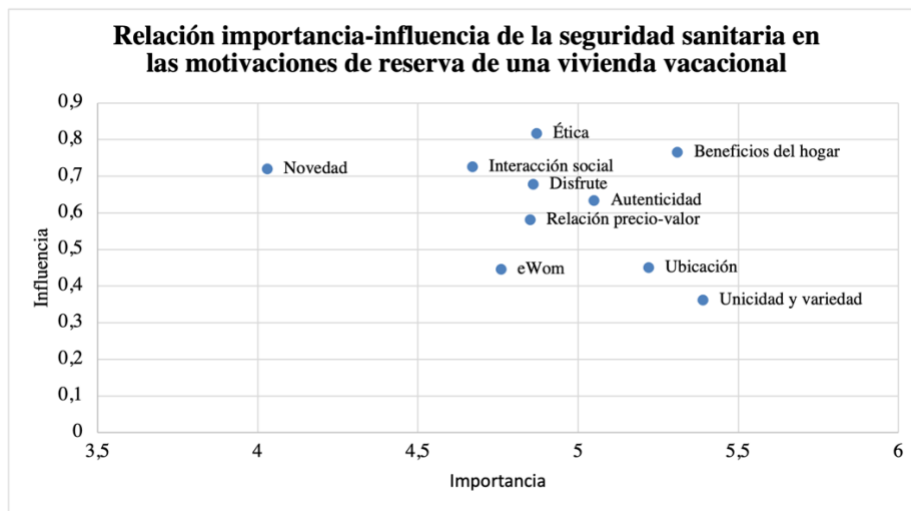
Tabla 9: *Influencia e importancia de las variables síntesis en las motivaciones y frenos*

	Seguridad sanitaria		Desconfianza en la recuperación de los futuros viajes	
	Media	Diferencia	Media	Diferencia
Relación precio/valor	5.39	0,58	5.39	0,17
Beneficios de hogar	5.31	0,77	5.31	0,24
Unicidad y variedad	5.22	0,36	5.22	0,28
Ubicación	5.05	0,45	5.05	0,18
Autenticidad	4.87	0,63	4.87	0,19
Interacción social	4.86	0,73	4.86	0,19
eWom	4.85	0,45	4.85	0,13
Ética/Sostenibilidad	4.76	0,82	4.76	0,32
Disfrute/Hedónico	4.67	0,68	4.67	0,25
Novedad	4.03	0,72	4.03	0,32
Riesgo calidad	4.58	-0,33	4.58	0,25
Riesgo plataforma	4.55	-0,21	4.55	0,37
Riesgo anfitrión	4.49	-0,27	4.49	0,30
Inseguridad localización	4.48	-0,31	4.48	0,42
Inseguridad legal	4.28	-0,32	4.28	0,29

Seguidamente, se han elaborado cuatro gráficos de dispersión para mostrar la relación entre la media y los valores correspondientes a las diferencias, con el objetivo de identificar en cuatro cuadrantes las posibles situaciones. Los cuadrantes permiten identificar los constructos en los que la seguridad sanitaria y la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes tengan: mucha influencia y poca importancia; mucha influencia y mucha importancia; poca influencia y poca importancia y, por último, poca influencia y mucha importancia. Al tener todas las variables, medias superiores a 4 en la escala *Likert*, los gráficos de dispersión solo muestran los dos únicos cuadrantes posibles.

La figura 3, muestra dicha relación para la variable síntesis de la seguridad sanitaria en términos absolutos.

Figura 3: Relación importancia - influencia de la seguridad sanitaria en las motivaciones para reservar una vivienda vacacional

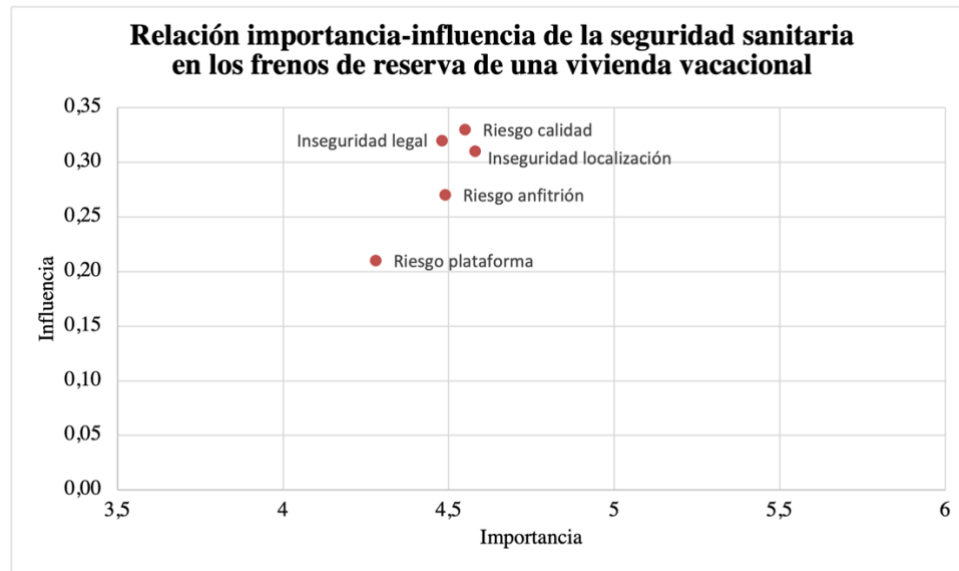


La tabla 9 muestra de mayor a menor, las motivaciones y frenos que los encuestados consideran más importantes para reservar una vivienda vacacional.

La figura 3 señala que las motivaciones especificadas anteriormente, se identifican con una influencia e importancia altas. Además, la figura 3 y la tabla 9 señalan, que la seguridad sanitaria influye más en la ética y la sostenibilidad (diferencia 0,82); las comodidades del hogar (diferencia 0,77); la posibilidad de interactuar directamente con la población local en el destino (diferencia 0,73) y la posibilidad de consumir un producto diferente y novedoso (diferencia 0,72). Con una influencia media si comparamos los resultados del índice para todas las motivaciones, se encuentran los beneficios hedónicos derivados de la experiencia de alojarse en este tipo de alojamiento (diferencia 0,68); disponer de un producto auténtico, inmerso en la cultura del destino (índice 0,63) y los beneficios económicos (diferencia 0,58). Por otra parte, la seguridad sanitaria influye menos en la ubicación del alojamiento (diferencia 0,45). Además, las reseñas de huéspedes anteriores a través de plataformas online (diferencia 0,45), no supone una gran influencia en comparación a otras motivaciones. Por último, la posibilidad de elegir entre una gran variedad de alojamientos (diferencia 0,36) se corresponde con la motivación en la que la seguridad sanitaria ejerce una menor influencia.

Con respecto a la influencia de los riesgos, la figura 4, muestra que la seguridad sanitaria presenta una influencia mayor en el riesgo de calidad (diferencia -0,33); la inseguridad legal (diferencia -0,32); la inseguridad derivada de la localización (diferencia -0,31); el riesgo hacia el anfitrión (diferencia -0,27) y hacia la plataforma (diferencia -0,21). Sin embargo, se puede apreciar la similitud de la influencia de la seguridad sanitaria en todas las limitaciones especificadas. Por tanto, dado que los ítems correspondientes a los riesgos se han redactado de forma negativa, las personas que consideran la vivienda vacacional insegura desde el punto de vista sanitario perciben mayores riesgos de todo tipo o lo que es lo mismo, los individuos que perciben una mayor seguridad sanitaria consideran menores los riesgos de reservar una vivienda vacacional.

Figura 4: Relación importancia - influencia de la seguridad sanitaria en los frenos para reservar una vivienda vacacional



La figura 3 refleja, por tanto, que las motivaciones con una mayor importancia e influencia desde el análisis de la seguridad sanitaria son los beneficios del hogar (media 5,31; diferencia 0,77) y la autenticidad (media 4,87; diferencia 0,63). Por tanto, la seguridad sanitaria influye especialmente en las prestaciones que ofrecen las viviendas vacacionales, al igual que en la autenticidad derivada de sus servicios, motivaciones que se consideran, además, de gran relevancia. Por otro lado, los frenos con una mayor importancia e influencia desde el análisis de la seguridad sanitaria son el riesgo asociado a la calidad recibida (media 4,58; diferencia -0,33) y la inseguridad de la localización (media 4,48; diferencia -0,31), como se puede observar en la figura 4.

Relación importancia-influencia de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en los constructos

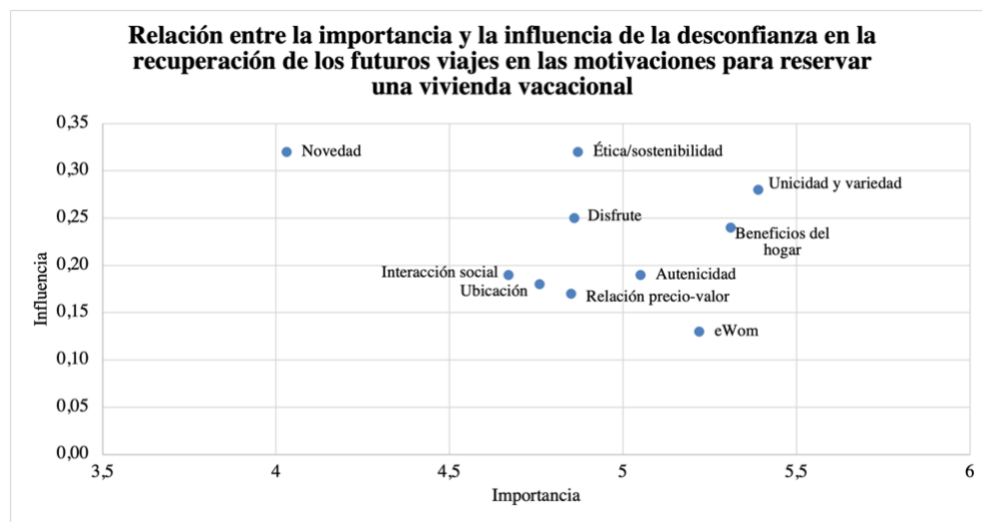
La importancia de la recuperación de los futuros viajes en las motivaciones y frenos se corresponde con la de la variable síntesis de la seguridad sanitaria, pues los datos son los correspondientes a la media total, especificada en la tabla 9.

Con respecto a las motivaciones, los valores de la diferencia son positivos. Por tanto, las motivaciones también aumentan para mayores niveles de desconfianza, es decir, las motivaciones aumentan en los individuos que tienen más desconfianza en el futuro, presentando dicha variable síntesis influencia en la novedad (diferencia 0,32); la sostenibilidad (diferencia 0,32); la unicidad y variedad (diferencia 0,28); el placer hedónico (diferencia 0,25); las comodidades del hogar (diferencia 0,24); la interacción con la población del lugar (diferencia 0,19); la autenticidad (diferencia 0,19); la ubicación del alojamiento (diferencia 0,18) y los beneficios económicos (diferencia 0,17). El aumento de las motivaciones a mayores niveles de desconfianza en la recuperación de los futuros viajes puede ser explicado por la percepción de los encuestados de que reservar un alojamiento P2P

en tiempos de pandemia, es más seguro y les impulsa a elegir esta opción de alojamiento en comparación a otros alojamientos, como los tradicionales. No obstante, es cierto que la tabla 9 señala que aún la existencia de dicha influencia en las motivaciones es mayor en las limitaciones identificadas por autores previos, lo cual se considera coherente.

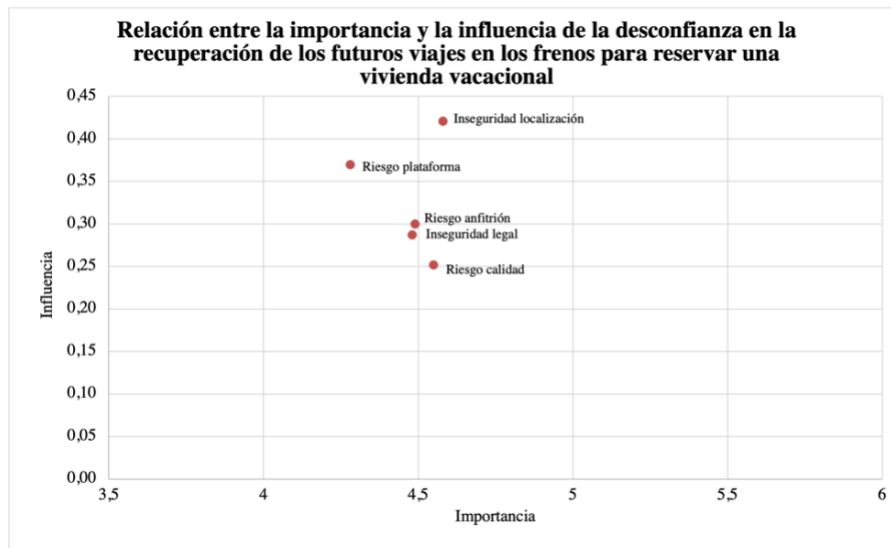
La figura 5 muestra la relación importancia-influencia exclusivamente de las motivaciones para la variable síntesis de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes. Se puede observar que la motivación más importante e influyente es la unicidad y variedad (media 5,22; diferencia 0,28), es decir, las personas que tienen una mayor desconfianza en los futuros viajes se apoyan sobre todo en la unicidad y la gran variedad de alojamientos que ofrece la vivienda vacacional para reservar en el corto plazo alojamientos P2P.

Figura 5: Relación entre la importancia y la influencia de la confianza en la recuperación de los futuros viajes en las motivaciones para reservar una vivienda vacacional



Por otra parte, la figura 6 muestra la relación importancia-influencia exclusivamente de los frenos para la variable síntesis de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes. Como se puede observar en la figura 6 y la tabla 9, la desconfianza en los futuros viajes tiene una mayor influencia en los riesgos, como la inseguridad derivada de la localización (diferencia 0,42); de la plataforma (diferencia 0,37); de la relación con el anfitrión (diferencia 0,30); de la inseguridad legal (diferencia 0,29) y de la calidad (diferencia 0,25). Por tanto, las personas que perciben una mayor desconfianza en la recuperación de los futuros viajes perciben mayores riesgos para reservar una vivienda vacacional.

Figura 6: Relación entre la importancia y la influencia de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes en los frenos para reservar una vivienda vacacional



Además, la figura 6 identifica que la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes muestra una mayor influencia e importancia en la ubicación del alojamiento de la vivienda vacacional a elegir (media 4,48; diferencia 0,42).

6. Discusión e implicaciones prácticas

6.1 Discusión

Este apartado pretende analizar los resultados obtenidos en este estudio y compararlo, cuando es posible por lo analizado previamente en la literatura.

Seguridad sanitaria

En base a la figura 1 y la tabla 9, podemos confirmar la importancia de las motivaciones y frenos señaladas por la literatura pre-pandemia. Según el estudio de Lee y Deale (2021), a la hora de reservar una vivienda vacacional, se consideran nuevos factores esenciales, la higiene y los protocolos sanitarios. En relación con ello y según la valoración de este estudio (ver tabla 8) se confirma la importancia de la seguridad sanitaria en las motivaciones que impulsan a un individuo a reservar un alojamiento P2P, ya que se ha comprobado que las motivaciones son mayores en las personas que perciben que este tipo de alojamiento es más seguro desde el punto de vista sanitario, mientras que los frenos son menores para las personas que perciben una seguridad sanitaria alta.

Por otra parte, el análisis de la influencia de la seguridad sanitaria en las motivaciones señala que dicha variable influye más en la ética de la economía colaborativa y en la sostenibilidad (índice 0,82), debido posiblemente a que la esencia de este modelo de negocio se relacione con las actividades basadas en obtener, dar o compartir el acceso a bienes y servicios y para ello, se requiera de un ambiente seguro (Hamari, Sjöklint y Ukkonen, 2016).

Con respecto a los beneficios resultantes de la sensación hogareña, Hidalgo *et al.*, (2021), concuerdan con los resultados de este estudio, al considerar la posibilidad de disfrutar de los beneficios del hogar, estando lejos del mismo, una motivación importante (media 5,31) para reservar una vivienda vacacional. Por tanto, contrario a lo argumentado por Bigné *et al.*, (2020), se confirma que los clientes prefieren alojamientos bien equipados que les permitan estar el menor tiempo posible fuera de la vivienda vacacional, para de esta manera, preservar la distancia social (Hidalgo *et al.*, 2021). Prueba de ello, el análisis de la influencia de la seguridad sanitaria en las diferentes motivaciones revela que las comodidades del hogar constituyen la segunda motivación más influenciada por dicha variable síntesis (diferencia 0,77). Además, el análisis importancia-influencia confirma que se trata de la motivación más importante e influyente desde el punto de vista de la seguridad sanitaria.

La posibilidad de interactuar directamente con la población local (diferencia 0,73) en el destino, se corresponde con la tercera motivación más influenciada por la variable síntesis de la seguridad sanitaria, lo que quiere decir que las personas que perciben una seguridad sanitaria mayor valoran en gran medida esta motivación. Sin embargo y de acuerdo con el estudio de Hidalgo *et al.*, (2021), la distancia social se ha convertido en un factor crucial durante la situación de pandemia. Por ello, este estudio identifica la interacción social como una de las motivaciones con menor importancia (media 4,67) de las analizadas.

Además, la seguridad sanitaria también ejerce influencia en la posibilidad de consumir un producto diferente y novedoso (diferencia 0,72); los beneficios hedónicos derivados de la experiencia de alojarse en viviendas vacacionales (diferencia 0,63); disponer de un producto auténtico inmerso en la cultura del destino (diferencia 0,63) y los beneficios económicos (diferencia 0,58). De hecho, el análisis importancia-influencia, revela que la autenticidad es una de las motivaciones más importantes e influyentes desde el punto de vista de la seguridad sanitaria.

Por otra parte, la influencia de la seguridad sanitaria es menor en la posibilidad de elegir entre una gran variedad de alojamientos (diferencia 0,36) y su ubicación (diferencia 0,45) ya que aparentemente la existencia o inexistencia de una mayor seguridad sanitaria no influye en la decisión de reservar diferentes tipos de alojamientos o en dónde están ubicados.

Por último, la seguridad sanitaria no influye en gran medida en las reseñas de huéspedes anteriores a través de plataformas online (diferencia 0,45). Sin embargo, este estudio verifica la importancia de las valoraciones online durante la crisis Covid-19 para la reserva de una vivienda vacacional, en concordancia con lo argumentado por *Hidalgo et al.*, (2021). Por tanto, contrariamente a lo señalado por *Bigné et al.*, (2020), la caída notable del número de comentarios debido a la ausencia del intercambio social, la reducción del número de reservas y la no actualización de las reseñas, no ha restado importancia a dicha motivación que cuenta con un 5.22 de media en una escala *Likert* de siete niveles, siendo este motivo, el tercero en orden de importancia según los encuestados (ver figura 1).

En referencia a la interacción huésped-anfitrión, no solo considerando el distanciamiento social explicado anteriormente, el riesgo en este tipo de relaciones se considera importante (media 4,49), debido en parte, al riesgo procedente de la inseguridad legal (media 4,48), como señalaban *Lee y Deale* (2021), al considerar los comportamientos hostiles del anfitrión y sus bajos niveles de flexibilidad y adaptabilidad a la situación de pandemia. Por ello, la seguridad sanitaria influye en los frenos previamente identificados en la literatura señalando que estos son menores en las personas que perciben que el alojamiento en vivienda vacacional es más seguro que en los que no lo piensan. Además, los resultados señalan que la seguridad sanitaria influye de forma similar en cada uno de los frenos (ver tabla 9).

Desconfianza en los futuros viajes

Como bien se mencionaba anteriormente, los resultados de este estudio concuerdan con la literatura pre-pandemia al considerar todas las motivaciones y frenos analizadas, importantes para la reserva de un alojamiento P2P.

Con respecto a la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes, según los encuestados, el grado de desconfianza en los futuros viajes influye tanto en las motivaciones como en los frenos. Las motivaciones son mayores en aquellas personas que perciben un mayor grado de desconfianza, lo cual sugiere que las personas con mayor desconfianza a viajar en el corto plazo ven mayores sus motivaciones de reserva de alojamientos P2P, en comparación a otro tipo de alojamientos.

Por otra parte, el análisis de la influencia de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes señala que los frenos también se acentúan en los individuos que perciben una mayor desconfianza en la recuperación de los futuros viajes. Acorde a lo argumentado por *Lee y Deale*, (2021), los individuos que se muestran más preocupados por la Covid-19, perciben cambios más altos en las percepciones de riesgo (véase en la tabla 9, que esta variable influye más en los riesgos que en las motivaciones) y según estos autores, esto puede ser debido a la percepción de riesgo de las personas y a su experiencia previa en este tipo de alojamientos. Por ello, los resultados confirman que la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes influye en la inseguridad de la localización (diferencia 0,42); el riesgo hacia la plataforma (diferencia 0,37); el riesgo hacia el anfitrión (diferencia 0,30); la inseguridad legal (diferencia 0,29) y el riesgo de la calidad (diferencia 0,25) más que en las motivaciones. Por otra parte, el análisis importancia-influencia, refleja que la inseguridad de la ubicación del alojamiento es el riesgo más importante e influyente para la recuperación de los viajes.

6.2 Implicaciones prácticas

Los resultados obtenidos de este estudio conllevan implicaciones prácticas para el sector. Una de las ventajas que ofrece a los profesionales del sector es el examen exhaustivo que integra los estudios recientes sobre las motivaciones y frenos para elegir una vivienda vacacional en los viajes turísticos con la situación de pandemia. Por tanto, se han completado los estudios previos en base a los resultados obtenidos.

Entender las motivaciones y frenos que condicionan la demanda de este tipo de alojamiento, permite al policy maker analizar cómo relanzar el turismo tras la pandemia y cómo adaptarse a las nuevas necesidades. En primer lugar, se puede destacar que las ventajas del hogar, en un ambiente auténtico en el que la sostenibilidad y el disfrute puedan complementarse son de suma importancia. Además, el destino debe ser capaz de demostrar que puede controlar los riesgos de infección, gestionando los viajes dentro del territorio y mediante la garantía de no contagio que proveen las pruebas PCR y antígenos. Con relación a ello, las instituciones pueden desarrollar planes de comunicación para trabajar la resiliencia y transmitir confianza, tranquilidad y seguridad, brindando información actualizada de manera continuada y ofreciendo a los turistas todas las facilidades que les permitan viajar de manera normal y habitual, como hacían previo a la pandemia.

Para que las plataformas de alojamiento P2P atraigan más visitantes, las estrategias de comunicación deben centrarse en destacar sus alojamientos únicos y exclusivos, para potenciar su variedad y novedad, puesto que se ha revelado en este estudio la importancia de estos factores. Además, con la Covid-19, deben ser capaces de adaptarse a los cambios y comunicar políticas que brinden a los huéspedes una menor percepción de riesgo, por ejemplo, con la garantía de higienización, entre otras.

Este estudio también provee recomendaciones a los propietarios y gestores de propiedades. Estos deben adaptarse a la tecnología y poner su empeño en ofrecer servicios de calidad para que las reseñas online de sus propiedades tengan la máxima puntuación posible, dada la importancia de las opiniones externas a la hora de alquilar una vivienda vacacional. Por otra parte, debe haber una buena concordancia precio-valor, influenciada por aspectos como la ubicación. Además, este tipo de alojamientos debe adaptarse rápidamente y de forma eficiente para devolver la confianza a los huéspedes. La incorporación de protocolos sanitarios y de limpieza es clave para la creación de un ambiente hogareño y seguro, en el que la distancia social sea posible. Por tanto, se tienen que imponer medidas que garanticen la distancia social, ofreciendo como posibilidad más alojamientos enteros y menos compartidos, aunque esto reduzca sus ingresos (Hidalgo *et al.*, 2021).

7. Conclusiones y limitaciones

7.1. Conclusiones

Las plataformas de alquiler vacacional P2P, han experimentado una gran expansión y aceptación en los últimos años (Bigné *et al.*, 2020). Como resultado, los turistas utilizan cada vez más este tipo de plataformas para reservar su alojamiento durante las vacaciones (Bigné *et al.*, 2020). Sin embargo, la crisis derivada de la Covid-19 ha afectado de forma significativa al turismo y en concreto al sector alojativo (Hidalgo *et al.*, 2021). Por ello, este estudio analizó los factores que impulsan o frenan a las personas a alquilar una vivienda vacacional en los viajes turísticos considerando el riesgo de la Covid-19.

De forma general, los resultados revelan que todas las motivaciones y limitaciones presentadas por autores previos siguen siendo importantes. Considerando los motivos que impulsan a un individuo a reservar este tipo de alojamientos, el análisis de datos refleja que la posibilidad de elegir entre una gran variedad de opciones es lo más importante según los encuestados. El segundo factor más importante y en el que la seguridad sanitaria influye más, trata de disponer de las prestaciones del hogar, tales como cocina o plancha en la vivienda vacacional, factor especialmente relevante en la actual situación de crisis. En tercer lugar, los resultados demuestran la gran importancia de las opiniones y valores del entorno (eWom). Sin embargo, para esta variable, la influencia de la seguridad sanitaria y de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes es baja en comparación a otras motivaciones. Además, otras variables a destacar implican reservar un alojamiento único que proporcione una experiencia cultural auténtica; la ética de la economía colaborativa; el grado de satisfacción o disfrute del huésped; el beneficio económico derivado de la relación precio-calidad y la ubicación del alojamiento. Sin embargo, los beneficios sociales y el deseo de estímulos y productos nuevos no se consideran tan importantes en la actual situación de pandemia.

Por otra parte, el análisis de las variables considerando la seguridad sanitaria señala que las motivaciones para alquilar una vivienda vacacional son mayores en los individuos que consideran más seguro desde el punto de vista sanitario este tipo de alojamiento. En concreto, se afirma que la seguridad sanitaria influye más en las siguientes motivaciones: ética de la economía colaborativa, los beneficios del hogar y la interacción social. Por ello, se confirma que la higiene y los protocolos sanitarios son fundamentales para las reservas turísticas durante la pandemia Covid-19. Además, el análisis importancia-influencia, considera motivaciones clave para la seguridad sanitaria los beneficios del hogar y la autenticidad, lo que sugiere que las personas que consideran segura la vivienda vacacional prestan especial atención a la posibilidad de disponer de las prestaciones del hogar fuera del mismo y a que la experiencia siga resultándoles auténtica e inmersa en la realidad del destino.

Por otro lado, los resultados revelan que la inseguridad hacia la localización; la falta de ahorro en costes; la desconfianza hacia el anfitrión; la inseguridad sobre cuestiones legales y el riesgo tecnológico derivado del uso de la plataforma, son factores muy relevantes. Sin embargo, estos frenos se reducen en las personas que perciben que esta modalidad alojativa es más segura desde el punto de vista sanitario y se intensifican en los individuos que perciben

una mayor desconfianza en viajar a corto plazo, presentando datos muy similares para los cinco riesgos analizados. Prueba de ello, el análisis importancia-influencia, revela que la seguridad sanitaria considera como principales frenos la calidad y la inseguridad de la localización. De igual modo, la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes, en su análisis importancia-influencia, destaca como freno la inseguridad derivada de la ubicación del alojamiento.

Por último, la Covid-19 también ha sido estudiada a través de la desconfianza en la recuperación de los futuros viajes. Según el análisis de datos, las motivaciones también se intensifican en las personas con mayor desconfianza en el futuro de los viajes a pesar de que se intensifiquen en menor medida que las limitaciones. Los resultados sugieren que puede ser debido a que las personas con mayor desconfianza a viajar en el corto plazo consideren que hacerlo reservando una vivienda vacacional es la opción más segura en la actual situación. Prueba de ello, el análisis importancia-influencia revela que la motivación más importante e influyente en la recuperación de los futuros viajes, se relaciona con la posibilidad de elegir un alojamiento único entre diversas opciones.

7.2. Limitaciones del estudio y sugerencias para futuras líneas

El estudio presenta una serie de limitaciones de distinta índole. Además de ellas, se sugieren a continuación diferentes futuras de líneas de investigación a desarrollar:

En primer lugar, este estudio se limita al análisis del comportamiento de 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.

En segundo lugar, el análisis se ha realizado a una muestra que ha resultado desequilibrada por género y edad con respecto a la población. Por ello, a pesar de tratarse de una muestra amplia y ponderada, es posible la existencia de algún sesgo debido al método de muestreo y podría realizarse en un futuro con elecciones más aleatorias.

En tercer lugar, este estudio se ha realizado durante la pandemia de la Covid-19, por lo que estudios futuros podrían investigar el impacto del virus en la etapa final de la crisis sanitaria, cuando ya no vivamos en pandemia, para analizar si las nuevas motivaciones, los frenos y los cambios producidos se mantienen o si, de otro modo, los turistas vuelven a tener el mismo comportamiento anterior a esta situación extraordinaria.

Por otro lado, si consideramos el riesgo en sus diferentes variantes (hacia el anfitrión, hacia la plataforma y el asociado la calidad) y la inseguridad (hacia la localización y por cuestiones legales), como los frenos más importantes que limitan el comportamiento de los individuos para reservar una vivienda vacacional, los estudios futuros podrían analizar cómo condicionan los medios de comunicación el grado de riesgo e inseguridad percibido por los turistas. De la misma manera, los medios de comunicación pueden crear o no, situaciones de tranquilidad que afecten a las motivaciones y se podría profundizar en ello.

En añadidura, este estudio se basa en analizar los cambios en las motivaciones y frenos desde el lado de la demanda. Sin embargo, la oferta también debe adaptarse y tener en cuenta dichos cambios para satisfacer las necesidades de los clientes. Por último, estudios futuros podrían considerar realizar comparaciones más en profundidad sobre el impacto y las diferencias de la Covid-19 en las motivaciones y limitaciones para reservar un alojamiento P2P con respecto a los alojamientos tradicionales.

8. Bibliografía

Airbnb. (2019, 29 abril). Airbnb alcanza los 500M de estancias con Europa como principal destino. Recuperado 5 de mayo de 2021, de <https://news.airbnb.com/es/airbnb-alcanza-los-500m-de-estancias-con-europa-como-principal-destino/>

Amaro, S., y Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46, 64–79. doi: 10.1016/j.tourman.2014.06.006

Amaro, S., Andreu, L., Huang, S. (2018). Millennials' intentions to book on Airbnb. *Current Issues in Tourism*. doi: 10.1080/13683500.2018.1448368

Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200–211

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. doi: 10.1016/j.jbusres.2013.10.001

Bigné, E., Jenkins, C., Andreu, L. (2020). Effects of Covid-19 on consumers' intentions to book Airbnb: an empirical study in the US and Spain. Recuperado de <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RvistaEconomiaIndustrial/418/Bigné,%20Jenkins%20y%20Andreu.pdf>

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, Annals of tourism research, May 2021, Vol.88

Currie, R. (1997). A Pleasure Tourism Behaviors Framework. *Annals of Tourism Research* 24, 884-897

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

Guttentag, D., & Smith, S. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64 (C), 1-10

Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2018). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342-359

Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 10 No. 4, pp. 814-844. <https://doi.org/10.1108/JHTT-08-2018-0075>

Hamari, J., Sjöklint, M., y Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059

Hidalgo, A., Riccaboni, M., Rungi, A. y Velázquez, J. (2021, enero). COVID-19 and Guests' Preferences in Short-Term Rentals: Evidence from Madrid. Recuperado de <https://www.ucm.es/icei/file/paper-alberto-hidalgo-1>

Iis, P., Tussyadiah y Pesonen, J. (2018) Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay: an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 703-720. doi: 10.1080/13683500.2016.1141180

Ivanova, M., Krasimirov, I., & Ivanov, S. (2020, 8 septiembre). Travel behaviour after the pandemic: the case of Bulgaria. *Anatolia*. Recuperado de <https://www.tandfonline.com>

Jager, W. (2000). Modelling consumer behaviour. Recuperado de <https://research.rug.nl/en/publications/modelling-consumer-behaviour>

Kim, D., & Jang, S. (2014). Motivational drivers for status consumption: A study of Generation Y consumers. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 39-47.

Lee, T. H., J. Crompton. (1992). Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research* 19 (4): 732-51

Lee, S. y Deale, C. (2021). Consumers' perceptions of risks associated with the use of Airbnb before and during the COVID-19 pandemic. *International Hospitality Review*, of, 1–15. <https://doi.org/10.1108/ihr-09-2020-0056>

Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2017). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1224750>

Manning, K., Bearden, W., y Madden, T. (1995). Consumer Innovativeness and the Adoption Process. *Journal of Consumer Psychology*, 4(4), 329-345

Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013, junio). The collaborative economy. *Altimeter, United States*

Pung, J.M, Del Chiappa, G., y Sini, L. (2019) Booking experiences on sharing economy platforms: an exploration of tourists' motivations and constraints. *Current Issues in Tourism*. doi: 10.1080/13683500.2019.1690434

Redacción Smart Travel News. (2021, 14 mayo). Las reservas en Airbnb se disparan un 52%, impulsadas por la vacunación. Recuperado 14 de mayo de 2021, de <https://www.smarttravel.news/las-reservas-en-airbnb-se-disparan-un-52-impulsadas-por-la-vacunacion/>

Sen, S., & Lerman, D. (2007). Why are you telling me this? An examination into negative consumer reviews on the Web. *Journal of Interactive Marketing*, 21(4), 76-94

So, K., Oh, H., y Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management (1982)*, 67, 224-236

Tussyadiah, I., y Pesonen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation: Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022-1040

Venkatesh, V., Thong, J. Y., y Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178

Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior?. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33(4), 67-76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687-705.

9. Anexo: cuestionario

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

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

[F2]: ¿Con qué frecuencia solía viajar por vacaciones antes de la pandemia? Seleccione una de las siguientes opciones:

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

[M]: En relación con el sistema de alojamiento en viviendas vacacionales (por ejemplo, utilizando Airbnb), ¿Cuál es su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con muy de acuerdo:

- Las viviendas vacacionales para el alojamiento en vacaciones ofrecen un buen producto por su precio.
- Los alojamientos en viviendas vacacionales son económicos.
- Alojarse en viviendas vacacionales permite ahorrar dinero en los viajes.
- Las viviendas vacacionales ofrecen a los huéspedes comodidades similares a las de un hogar.
- Las viviendas vacacionales proporcionan una sensación “hogareña” durante la estancia.
- Los huéspedes pueden sentirse como en casa y relajarse en viviendas vacacionales.
- Hay muchas variedades y estilos de alojamientos de viviendas vacacionales para elegir.
- Los turistas pueden elegir el tipo de vivienda vacacional que buscan.
- Siempre se pueden encontrar múltiples opciones de viviendas vacacionales para alojarse en los viajes.
- Las viviendas vacacionales permiten a los huéspedes alojarse exactamente en el lugar que desean.
- Las viviendas vacacionales están cerca de los lugares a visitar (como, por ejemplo, monumentos).
- Los turistas encuentran mejoras ubicaciones para alojarse en viviendas vacacionales que por ejemplo en otros alojamientos.
- Las viviendas vacacionales integran la cultura local del destino y ofrecen una experiencia auténtica.
- Alojarse en viviendas particulares de anfitriones locales es una experiencia que fomenta un mayor acercamiento a la realidad del destino.
- Las viviendas vacacionales ofrecen una oportunidad para hospedarse en alojamientos menos estandarizados (como, por ejemplo, hoteles).
- Las viviendas vacacionales ofrecen la oportunidad de interactuar más directamente con la población local e integrarse en la comunidad.
- Las viviendas vacacionales contribuyen a una mayor interacción con otros turistas de este mismo de alojamiento.
- Alojarse en viviendas vacacionales permite a los huéspedes relacionarse con el anfitrión y recibir información útil de él.
- Los comentarios en redes sociales y plataformas sobre viviendas vacacionales impulsan a elegir este tipo de alojamiento.

- Las reseñas online de los turistas afectan de forma crucial en mis decisiones de elección de alojamiento.
- En general, creo que las opiniones online sobre viviendas vacacionales son creíbles.
- Las viviendas vacacionales son más respetuosas con el medio ambiente que otro tipo de alojamientos.
- Con el alquiler vacacional se apoya a los residentes del lugar y a la economía local.
- La economía de compartir me parece una forma más adecuada de obtener beneficios.
- Disfrutaría alojándome en una vivienda vacacional.
- Pienso que alojarse en una vivienda vacacional es divertido.
- Las viviendas vacacionales ofrecen una experiencia entretenida.
- Las personas que se alojan en viviendas vacacionales son modernas y están al día.
- Alojarse en una vivienda vacacional es novedoso e innovador.
- Alojarse en vivienda vacacional me hará parecer actual y contemporáneo.

[FRE] En relación con posibles riesgos a la hora de alquilar viviendas vacacionales (por ejemplo, utilizando Airbnb), ¿Cuál es su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con muy de acuerdo:

- La calidad de las viviendas vacacionales es incierta.
- Cuando se reserva una vivienda vacacional no se sabe si su precio valdrá la pena.
- No se sabe si una vivienda vacacional ofrece una buena experiencia de alojamiento en general.
- La información que suministran las plataformas de alquiler vacacional (por ejemplo, Airbnb) de las viviendas puede ser que no comprueben la veracidad de los datos de la vivienda.
- Enviar información personal en plataformas de alquiler de viviendas vacacionales (por ejemplo, Airbnb) puede ser arriesgado.
- Realizar pagos online en plataformas de alquiler vacacional (como, por ejemplo, Airbnb) es arriesgado.
- Reservar una vivienda vacacional no asegura que el anfitrión cumpla con su parte (por ejemplo, horario de entrega de llaves...).
- Reservar alojamientos de anfitriones locales es arriesgado.
- Errores de fechas o problemas del anfitrión con su vivienda pueden dejarte sin alojamiento o ser un problema.
- No se puede confiar en que la vivienda vacacional ofrezca un alto grado de seguridad a los huéspedes.
- Alojarse en viviendas vacacionales significa que la privacidad, el ruido y la seguridad podrían ser un problema.
- El lugar donde se ubica la vivienda vacacional podría no ser seguro.
- No se puede garantizar que el alojamiento cumple con la normativa turística.
- Es incierto saber si las viviendas vacacionales están legalizadas.
- Me preocupa que las viviendas vacacionales puedan no cumplir con sus obligaciones de pago de impuestos.

[BI1] En relación con la elección de alojamiento en sus futuros viajes de vacaciones, por favor, favor indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes cuestiones. Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con muy de acuerdo:

- La vivienda vacacional será una de las opciones que consideraré en mi próximo viaje.
- Tengo la intención de reservar vivienda vacacional en alguno de los próximos viajes de vacaciones.
- Probablemente utilizaré vivienda vacacional de forma regular en los próximos viajes.

[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? Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con 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. Seleccione una de las siguientes opciones:

- Femenino.
- Masculino.
- Otro.

[CL2] Edad: Escriba aquí su edad.

[CL3] ¿Cuál es su ocupación? Seleccione 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? Solo si marcó “asalariado” en la pregunta anterior, seleccione una de las siguientes opciones:

- Agricultura-ganadería.
- Industria.
- Construcción.
- Administración/ empresa pública.
- Servicios no turísticos.
- Servicios turísticos.

[CL5] Estudios realizados. Seleccione una de las siguientes opciones:

- Sin estudios.
- Primarios-secundaria.
- Bachillerato.
- Universitarios.

[CL6] ¿Cómo considera su nivel económico familiar? Seleccione 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.

[CL7] Isla de residencia. Seleccione su isla de residencia

- Tenerife.
- La Palma.
- La Gomera.
- El Hierro.
- Gran Canaria.
- Fuerteventura.
- Lanzarote.
- La Graciosa.

[CL8] Municipio de residencia. Si en la pregunta anterior marcó “Tenerife”, seleccione su municipio:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Adeje. | <input type="checkbox"/> La Guancha. |
| <input type="checkbox"/> Arafo. | <input type="checkbox"/> La Matanza de Acentejo. |
| <input type="checkbox"/> Arico. | <input type="checkbox"/> La Orotava. |
| <input type="checkbox"/> Arona. | <input type="checkbox"/> La Victoria de Acentejo. |
| <input type="checkbox"/> Buenavista del Norte. | <input type="checkbox"/> Los Realejos. |
| <input type="checkbox"/> Candelaria. | <input type="checkbox"/> Los Silos. |
| <input type="checkbox"/> El Rosario. | <input type="checkbox"/> Puerto de la Cruz. |
| <input type="checkbox"/> El Sauzal. | <input type="checkbox"/> San Cristóbal de La Laguna. |
| <input type="checkbox"/> El Tanque. | <input type="checkbox"/> San Miguel de Abona. |
| <input type="checkbox"/> Fasnia. | <input type="checkbox"/> Santa Cruz de Tenerife. |
| <input type="checkbox"/> Garachico. | <input type="checkbox"/> Santa Úrsula. |
| <input type="checkbox"/> Granadilla de Abona. | <input type="checkbox"/> Santiago del Teide. |
| <input type="checkbox"/> Guía de Isora. | <input type="checkbox"/> Tacoronte. |
| <input type="checkbox"/> Güímar. | <input type="checkbox"/> Tegueste. |
| <input type="checkbox"/> Icod de los Vinos. | <input type="checkbox"/> Vilaflor de Chasna. |