



**Facultad de Economía,
Empresa y Turismo**
Universidad de La Laguna

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Influencia del COVID19 en la intención de uso de la vivienda vacacional

Influence of COVID19 on the intention to use a vacation home

Autor: D. Daniel Jesús Hernández Molina

Tutor: D. Desiderio Gutiérrez Taño

Grado en TURISMO

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2020/2021

San Cristóbal de La Laguna, 9 de junio de 2021

INFLUENCIA DEL COVID19 EN LA INTENCIÓN DE USO DE VIVIENDA VACACIONAL

RESUMEN

Este documento investiga cómo la percepción de riesgo por COVID-19 está afectando a la intención de uso de la vivienda vacacional turística. Aunque diversos estudios han explorado específicamente como el COVID-19 está influyendo en las decisiones de los anfitriones, no hay muchos estudios sobre cómo está afectando a los huéspedes de este tipo de alojamiento. Este estudio propone un modelo conceptual global basado en la Teoría del Comportamiento Planificado y analiza el efecto de la percepción de seguridad de la vivienda vacacional en el comportamiento. La metodología consiste en un estudio cuantitativo que se ha realizado por medio de una encuesta realizada en Tenerife en la que se obtuvieron 874 respuestas. Los resultados del estudio sugieren que a cuanto mayor seguridad sanitaria percibida en la vivienda vacacional, mayor intención de uso y de las variables antecedentes: actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.

Palabras clave: Teoría del comportamiento planificado, alquiler vacacional, COVID-19, intención de reserva de vivienda vacacional

ABSTRACT

This document investigates how the perception of risk from COVID-19 is affecting the intention to use tourist vacation homes. Although several studies have specifically explored how COVID-19 is influencing the choices of hosts, there are not many studies on how it is affecting guests of this type of accommodation. This study proposes a global conceptual model based on the Theory of Planned Behavior. The methodology used combines a qualitative study and, subsequently, tests the model through a national survey. The results suggested that the greater the personal attitude, subjective normative and perceived control of behavior, the greater the intention to use. This study makes it possible to expand the content of the literature by applying the Ajzen (1991) model and in this way trying to explain the attitude and behavior of individuals in relation to tourist holiday homes.

Keywords: Theory of planned behavior, vacation rental, COVID-19, vacation home, reservation intention

INDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. MARCO TEÓRICO.....	4
2.1. TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO (TPB)	4
2.2. CONSTRUCTOS DEL MODELO DE COMPORTAMIENTO	5
COMPORTAMIENTOS DE RESERVA DE VIVIENDA VACACIONAL	5
INTENCIÓN DE USO/ RESERVA	6
ACTITUD	6
NORMA SUBJETIVA/ INFLUENCIA SOCIAL/ VALOR SOCIAL	6
CONTROL PERCIBIDO DEL COMPORTAMIENTO/ FAMILIARIDAD/ ESFUERZO Y COMPLEJIDAD	7
2.3. VARIABLES MODERADORAS.....	7
SEGURIDAD COVID19	8
CONFIANZA EN FUTUROS VIAJES.....	8
3. OBJETIVOS	8
3.1. OBJETIVO GENERAL	8
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	9
4. METODOLOGÍA.....	9
4.1 PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS.....	9
LA ENCUESTA AUTOADMINISTRADA	9
LA ENCUESTA PERSONAL O FACE TO FACE	10
EL CUESTIONARIO.....	10
4.2. FECHA DE RECOGIDA Y TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL CUESTIONARIO.....	15
4.3. TAMAÑO FINAL DE LA MUESTRA Y ERROR MUESTRAL.....	15
4.4. ESTRUCTURA DE LA MUESTRA, PODERACIÓN	15
4.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	17
4.6. SÍNTESIS DE VARIABLES	17
5. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.....	18
5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO	18
5.2. ANÁLISIS DE LAS RELACIONES	20
6. DISCUSIÓN.....	22
7. IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y RECOMENDACIONES.....	23
8. CONCLUSIONES.....	24
9. LIMITACIONES	26
BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA.....	26
ANEXO	27

1. INTRODUCCIÓN

No cabe duda de que el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha transformado complemente la industria de los viajes. En particular, Internet, el cual representó un nuevo método de comunicación, así como también sirvió como un potente canal de distribución (Buhalis and Law, 2008). Este nuevo fenómeno ha posibilitado en la industria de los viajes el llamado Consumo colaborativo o Economía colaborativa (Hamari, Sjöklint y Ukkonen,2016).

En los últimos años debido a este movimiento se han creado empresas con nuevos modelos de negocio relacionados con la economía de consumo colaborativo entre ellas han surgido plataformas como Airbnb en la cual se ofertan alojamiento vacacional P2P. (Durán-Sanchez, et al., 2016). Este tipo de vivienda ha crecido significativamente en el mercado hotelero hasta considerarse actualmente como “una de las tendencias más populares” en esta industria (Pizam, 2014, p.118). Por lo tanto, es importante comprender mejor los factores que llevan a los clientes a considerar este tipo de alojamiento (Tussyadiah,2016).

Por otra parte, la pandemia mundial ha representado una grave amenaza para la economía mundial, el sector del turismo y la hostelería en general (Sharma y Nicolau,2020). La pandemia del COVID-19 ha cambiado el status quo del sector turístico, imponiendo así nuevas dinámicas en cuanto a las estructuras de alojamiento turístico, además de cambiar de forma repentina las necesidad, usos y preocupaciones de los viajeros a la hora de reservar un alojamiento vacacional turístico (Driebusch et al., 2020).

Muchos estudios han investigado los motivos o frenos por los cuales los viajeros reservan una vivienda vacacional, por ejemplo: el artículo de So *et al.* (2018) nos habla de cómo el valor del precio, el disfrute y los beneficios del hogar explican significativamente la intención de reserva en Airbnb. Por otro lado, tenemos el artículo de Amaro, Andreu & Huang (2019) que nos habla de que la intención de reserva en Airbnb está influenciada principalmente por la norma subjetiva y el deseo de una experiencia única. En ambos estudios los autores han utilizado la teoría del comportamiento planificado para explicar el comportamiento de reserva de una vivienda vacacional y para ello se han basado en los fundamentos básicos que propone esta teoría que son: actitud personal hacia la vivienda vacacional, intención de uso, norma subjetiva y el control percibido del comportamiento. No obstante, muy pocos estudios han analizado el defecto de la percepción de la seguridad sanitaria en la influencia del comportamiento de alquilar una vivienda vacacional de este tipo.

En este trabajo de investigación intentamos dar respuesta a como el COVID-19 está influyendo en la intención de reserva de una vivienda vacacional y como es que la variable de seguridad sanitaria afectará a las futuras reservas de este tipo de alojamiento. Para ello nos hemos sustentado de la teoría del comportamiento planificado (TPB) de Ajzen (1991) la cual vincula las creencias con el comportamiento estableciendo así tres componentes centrales: la actitud, la norma subjetiva y el control

percibido del comportamiento. Además de los constructos que nos plantea el modelo de Ajzen, hemos propuesto otras dos variables externas (seguridad sanitaria y futuros viajes) para determinar su posible influencia en el comportamiento de alquiler de una vivienda vacacional turística.

Por tanto, considerando que el tema de investigación tiene un sustento teórico suficiente, procedemos a realizar una investigación para analizar en detalle el efecto de la percepción de seguridad sanitaria de la vivienda vacacional en la intención y comportamiento de reserva a nivel global. Para la consecución de los objetivos del estudio hemos realizado una encuesta a la población objeto de estudio que cumplía con los requisitos exigidos que en este caso fueron: Ser mayores de 18 años, haber viajado al menos más de una vez al año y ser conocedoras de las principales plataformas online de viviendas vacacionales. Por ello para la recogida de información hemos recurrido a dos procesos: una encuesta personal y una encuesta autoadministrada, llegando a una muestra total de 874 personas.

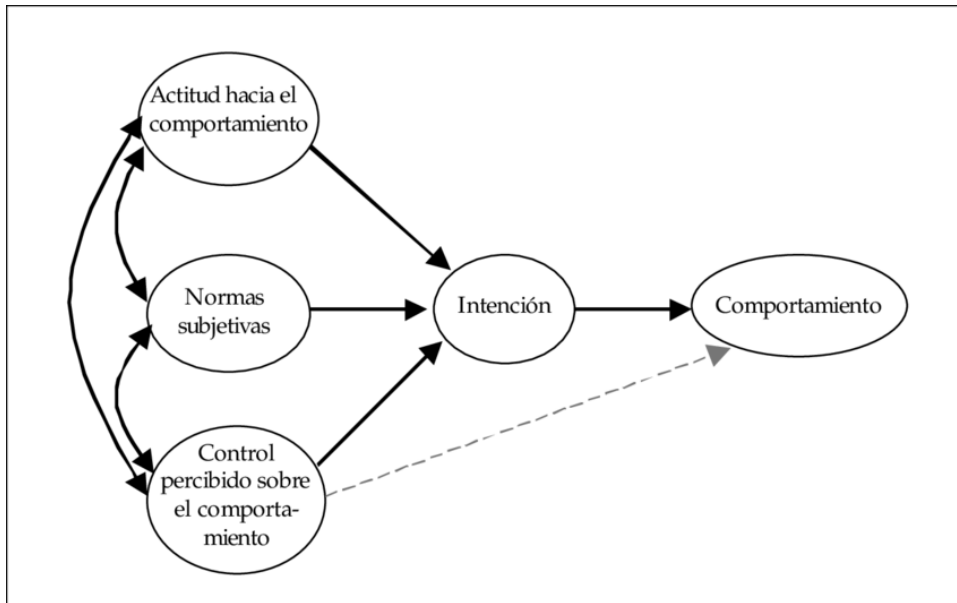
La estructura del contenido comprende una sección dedicada a la revisión de la literatura, en la que se abordan de forma amplia los constructos de la teoría del comportamiento planificado y sus implicaciones. Seguidamente, se recoge un apartado con los objetivos del trabajo de investigación y otro que contiene la metodología empleada para alcanzarlos. A continuación, se hace un análisis de los datos recogidos, y seguidamente encontramos las conclusiones a las que se han llegado, las limitaciones y las recomendaciones como cierre del trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TEORIA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO (TPB)

La teoría del comportamiento planificado (TPB) ha sido estudiada durante un largo periodo de tiempo. Así pues, Ajzen, Icek. (1991) vincula las creencias con el comportamiento estableciendo tres componentes centrales: actitud, norma subjetiva y control conductual percibido que en conjunto dan forma a las intenciones conductuales de un individuo. A su vez, se supone que la intención conductual es el determinante más próximo del comportamiento social humano.

Figura 1: Teoría del comportamiento planificado



Fuente: Teoría del comportamiento de Ajzen (1991)

Esta teoría es uno de los modelos teóricos psicosociales más ampliamente utilizados y con mayor apoyo empírico en una gran variedad de conductas, en ella se sostiene que la conducta humana es voluntaria y está determinada por la intención conductual. Las actitudes sociales surgen de la interacción entre las expectativas conductuales y su valoración por parte de cada sujeto, en tanto que la norma subjetiva sería el modo en que el sujeto recibe e interpreta lo que dicen las personas y los grupos que considera relevantes acerca de lo que debería hacer en relación con la conducta y la motivación para acomodarse en estas opiniones, mientras que el control conductual percibido contiene las creencias que poseen los sujetos sobre su propia capacidad para realizar una conducta determinada. Finalmente, estos componentes se conforman de acuerdo con las creencias que parten de la experiencia directa o media.

Una gran cantidad de estudios avalan la TCP y las revisiones meta-analíticas han confirmado su elevada capacidad predictiva, convirtiéndola en uno de los modelos psicosociales más utilizados para analizar la relación entre las actitudes y la intención de reserva de una vivienda vacacional.

2.2. CONSTRUCTOS DEL MODELO DE COMPORTAMIENTO

COMPORTAMIENTOS DE RESERVA DE VIVIENDA VACACIONAL

El comportamiento es una de las variables antecedentes que desempeña un papel fundamental en la elección de una oferta alojativa turística. Dicha variable hace alusión a “como el comportamiento está enfocado en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero y esfuerzo)” (Shiffmany, Kanuk). Asimismo, podríamos afirmar que este constructo es

el encargado de “determinar que bienes escogerá consumir una persona y en que proporciones relativas además de cuando elegirá consumirlos y que porcentaje de su renta decidirá gastar en ello” (Marc Lavoie, 2015).

INTENCIÓN DE USO/ RESERVA

La Intención de Uso es la determinación del usuario a realizar un comportamiento específico (Davis et al., 1989; Fishbein y Ajzen, 1975).

Las intenciones son indicadores del esfuerzo que los individuos están dispuestos a ejercer con el fin de desarrollar el comportamiento (Ajzen, 1991). A su vez, son el principal determinante del comportamiento individual (Ajzen, 1991; Davis et al., 1989) por lo que es un constructo útil para explicar el comportamiento de aceptación hacia el alquiler vacacional

ACTITUD

La actitud es la disposición general que un individuo desarrolla con relación a un comportamiento. Esta refleja los sentimientos del individuo de aprobación o desaprobación hacia la realización del comportamiento (Ajzen, 1991; Fishbein y Ajzen, 1975).

En la teoría del comportamiento planificado, la actitud es un constructo decisivo en la intención del comportamiento. Tal y como señala Kurmar (2012), varios estudios, como Greaves et al. (2013), Blok et al. (2015), Yazdanpanah Forouzani (2015) y Yadav y Pathak (2017) destacaron la importancia de la actitud para predecir el comportamiento proambiental del individuo en diversos contextos.

De esta manera, en cuanto a la actitud hacia la vivienda vacacional, podemos suponer que, si un individuo cree que realizar una reserva en una vivienda vacacional le va a suponer beneficios no solo personales sino también a nivel social, este individuo mantendrá una actitud positiva. Asimismo, Ajzen (1991) destacó que la actitud positiva hacia un comportamiento particular fortalece la intención de realizar ese comportamiento.

NORMA SUBJETIVA/ INFLUENCIA SOCIAL/ VALOR SOCIAL

En cuarto lugar, la norma subjetiva se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento, es decir, a la creencia del individuo de que las personas que son esenciales para él consideran que debería o no realizar un comportamiento (Ajzen, 1991). Ru, Wang y Yan (2018) afirman que al individuo le gusta cumplir con las expectativas y comportamientos de otras personas importantes. De esta manera, mientras más fuertes sean las expectativas y los comportamientos percibidos por las

personas significativas para el individuo, es más probable que el mismo se involucre en el comportamiento (Greaves et al., 2013; Shi et al., 2017a).

Por lo tanto, centrándonos en el alquiler de viviendas vacacionales, si los individuos perciben que sus referentes esenciales piensan que debería alquilar una vivienda vacacional, o las alquilan ellos, el individuo percibirá presiones e intentara alquilar también la vivienda vacacional o al menos tendrá una predisposición mayor a alquilar una.

CONTROL PERCIBIDO DEL COMPORTAMIENTO/ FAMILIARIDAD/ ESFUERZO Y COMPLEJIDAD

La teoría del comportamiento planificado está un paso por delante de la teoría de la acción razonada, incluyendo una tercera variable conocida como control conductual percibido (Kumar, 2012). Según Ajzen (1991), los recursos y las oportunidades disponibles para el individuo deben, en cierta medida, dictar la probabilidad de logro del comportamiento. En otras palabras, el control del comportamiento percibido se refiere a la facilidad o dificultad percibida de realizar el 8 comportamiento y se supone que refleja la experiencia pasada como, así como impedimentos y obstáculos anticipados (Ajzen, 1991).

De esta manera, tal y como argumenta Kumar (2012), se considera que, si los individuos tienen un control más significativo sobre sí mismos, tendrán una intención más fuerte de lograr un comportamiento particular.

Ru, Wang y Yan (2018) argumentan que algunas condiciones externas (disponibilidad de tiempo, el coste, el conocimiento del comportamiento...) pueden afectar a la intención de los individuos de participar en una práctica específica al estar libres del control personal. Los individuos, por lo tanto, tendrán una mayor intención de lograr un comportamiento individual si tienen un mayor control sobre sí mismos (Wang et al., 2014). De esta manera, podemos suponer que el control del comportamiento percibido afecta positivamente a la intención de uso de la vivienda vacacional.

Para finalizar, si nos enfocamos concretamente en el contexto de la vivienda vacacional como podemos encontrar en el artículo de So *et al.* (2018) sobre las motivaciones y los frenos de los consumidores de Airbnb vemos que los factores normativos subjetivos que incluyen: la influencia social, la afinidad de tendencias, la actitud general y el control conductual percibido predijeron significativamente las intenciones conductuales.

2.3. VARIABLES MODERADORAS

En la revisión de la literatura efectuada, se ha identificado que la seguridad sanitaria puede tener un efecto moderador en las relaciones entre las variables antecedentes del modelo.

SEGURIDAD COVID19

La primera variable moderadora elegida en este estudio es la percepción de la seguridad sanitaria de la vivienda vacacional en el contexto del COVID19. En cuanto a esta variable tal y como afirma Sola (2020) en su estudio “el atractivo relativo de los alquileres a corto plazo, con mayor espacio habitable, más dormitorios e inventario en destinos más remotos, ha demostrado ser un activo vital durante la pandemia y ha permitido un mejor rendimiento en comparación con las formas de alojamiento más tradicionales”. En la actualidad la limpieza de viviendas turísticas en tiempos del Covid-19 genera dudas tanto a propietarios de inmuebles como a los huéspedes que desean volver a alojarse en ellos todo esto lleva a una gran incertidumbre en cuanto a que tipo de alojamiento acudir durante las vacaciones y que sea seguro.

Esta variable tiene cierta relación con la variable dependiente de este estudio: percepción de riesgo COVID. Así lo confirman numerosos autores Lane (2021) pues enuncia en su artículo que el atractivo relativo de los alquileres vacacionales a corto plazo, con mayor espacio habitable, más dormitorios y en destinos más remotos, ha demostrado ser un atractivo vital durante la pandemia y ha permitido un mejor rendimiento en comparación con las formas de alojamiento más tradicionales.

CONFIANZA EN FUTUROS VIAJES

A su vez, la segunda variable moderadora elegida en este estudio es la confianza en futuros viajes en el contexto del COVID19. Con esta variable hemos querido comprobar cómo afecta la percepción de la seguridad sanitaria a los futuros viajes y si los futuros viajeros valorarán como un factor más a tener en cuenta el factor sanitario en los destinos.

En cuanto a esta variable muchos expertos como, por ejemplo: CESAE Business & Tourism School han señalado en su artículo “El futuro del turismo” que el turista post Covid se ha vuelto más exigente por lo que, además de comodidad y servicios, buscan otros factores como la salud, el distanciamiento social o la libertad, a la vez que quieren disfrutar todo lo posible de sus vacaciones y con una conciencia mucho más arraigada que la anterior. En este contexto en el que nos movemos es indiscutible que la variable moderadora de la confianza en futuros viajes sea una variable imprescindible para conocer cómo afecta la percepción de la seguridad sanitaria a los futuros viajes.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

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. La Covid-19 ha supuesto una crisis sin precedentes en el sector turístico y de cara a la recuperación, en el sector del alojamiento muchos autores se plantean si la vivienda vacacional puede ser percibida como una alternativa más segura desde el punto de vista sanitario. De acuerdo con la revisión bibliográfica

realizada se ha identificado la necesidad de profundizar en el análisis del efecto moderador de dicha percepción en el comportamiento de alquiler de vivienda vacacional. En esta investigación desde la perspectiva de la TPB se plantea como objetivo general conocer si el grado de seguridad sanitaria afecta en el comportamiento a la hora de reservar una vivienda vacacional. Por otra parte, existe cierta incertidumbre y desconfianza por parte de los consumidores sobre la posibilidad de realizar viajes turísticos de forma segura de forma inmediata. También se plantea como objetivo de este estudio conocer si dicha percepción de la recuperación de la confianza en los viajes puede afectar a la intención de reservar vivienda vacacional frente a otras opciones.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

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

- Conocer si la percepción de seguridad sanitaria de la vivienda vacacional influye en la intención y en el comportamiento de reserva.
- Conocer si la percepción de seguridad sanitaria de la vivienda vacacional influye en las variables antecedentes del comportamiento, actitud personal en la norma subjetiva y en el control percibido del comportamiento.
- Conocer si la percepción de confianza en la recuperación de los viajes turísticos influye en la intención y en el comportamiento de reserva de vivienda vacacional.
- Conocer si la percepción de confianza en la recuperación de los viajes turísticos influye en las variables antecedentes del comportamiento, actitud personal en la norma subjetiva y en el control percibido del comportamiento.
- Contrastar con la literatura previa sobre el tema los hallazgos y relaciones identificadas.
- Identificar 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

Para la consecución de los objetivos del estudio hemos realizado una encuesta a la población objeto de estudio que cumplía con los requisitos exigidos para ello hemos utilizado como herramienta de recogida de datos un cuestionario estructurado

4.1 PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Para llevar a cabo la recogida de información hemos utilizado la encuesta como técnica básica que nos permitirá obtener los datos que consideramos pertinentes para abordar los objetivos del trabajo. Para ello, hemos recurrido a dos procesos: La encuesta autoadministrada y la encuesta personal

LA ENCUESTA AUTOADMINISTRADA

En la presente investigación se ha llevado a cabo una encuesta autoadministrada con un sistema de muestreo por bola de nieve con la que se han obtenido los datos para llevar a cabo esta investigación

fue realizada a través de una plataforma de encuestas online, LimeSurvey. Esta plataforma facilita la tarea de recoger las respuestas de diferentes grupos segmentados a partir de determinadas variables, como la edad u otros datos sociodemográficos. La encuesta fue difundida por redes sociales como Facebook y a través de la plataforma de mensajería instantánea Whatsapp, todo ello a partir de la lista de contactos de los encargados del presente estudio. A su vez, se pedía su difusión. El número total de encuestas llevadas a cabo fueron 874.

LA ENCUESTRA PERSONAL O FACE TO FACE

Para llevar a cabo este tipo de encuesta se ha empleado el muestro por cuotas, un método de muestreo no probabilístico mediante el cual se establecen segmentos de población. En este caso para la encuesta personal hemos seleccionado 150 personas que cumplían con los requisitos tanto de edad como de género y de conocimiento acerca del tema

EL CUESTIONARIO

La herramienta para la obtención de los datos fue un cuestionario autoadministrado que presenta un total de veinte preguntas, estructuradas en cuatro bloques.

El primer bloque se centra en las preguntas filtro. Este bloque consiste en una serie de preguntas, las cuales nos ayudan a obtener información acerca de la frecuencia con la que suele viajar (las opciones varían entre “no suelo viajar”, “un viaje cada 2 años”, “un viaje al año”), que tipo de viviendas suele reservar (hoteles, apartahoteles, viviendas vacacionales...); el tipo de destino que suele visitar (urbano, rural, familiar o exótico); con quien o quienes suele viajar (solo, en pareja, con la familia o con amigos...); cuantas veces se ha alojado en viviendas vacacionales (aquí las opciones varían entre “nunca”, “2 o 3 veces” o “más de 5 veces”); Y por último se le pregunta que plataformas para alquiler de viviendas vacacionales conoce aunque solo sea de oídas y cuáles son las principales plataformas que ha utilizado para alquilar una vivienda vacacional (Airbnb, Wimdu, Niumba, House Trip...)

Aquellos encuestados que en las primeras preguntas del cuestionario marcaron las opciones “no suelo viajar” o “no conozco ninguna de las plataformas” fueron descartados como unidades muestrales, por lo que no pudieron cumplimentar el resto del cuestionario. Ya que se entiende que no son viajeros habituales o que no son consumidores de este tipo alojamiento, por lo tanto, los datos obtenidos no serían demasiado objetivos.

Seguidamente en el segundo bloque se trata de medir la intención de uso de reserva de vivienda vacacional, para ello se realizó una serie de cuestiones que están vinculadas con la intención de reserva de viviendas vacacionales en futuros viajes “La vivienda vacacional será una de las opciones que consideraré en mi próximo viaje”; “Tengo la intención de reservar vivienda vacacional en alguna de los próximos viajes de vacaciones” y “probablemente utilizaré vivienda vacacional de forma regular en los

próximos viajes”. Para valorar la importancia de los ítems se hizo uso de una escala Likert con siete niveles de respuesta, de 1 (“Nada importante”) a 7(“Muy importante”)

En el tercer bloque del cuestionario se trata de medir la variable moderadora COVID19 con una serie de preguntas relacionadas con el tema como por ejemplo “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 cumple las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios”; “A partir de ahora elegiré lugares para irme de vacaciones que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria”

En el último bloque se incluyen ítems que recogen las características demográficas de los encuestados. Es decir, se piden datos de género, edad, la formación adquirida y ocupación profesional actual, si se convive o no con niños en el hogar y los ingresos medios por unidad familiar. De esta forma será posible la clasificación de las respuestas y obtener la muestra que se pretende lograr.

Toda esta información se muestra más detalladamente en la tabla 1:

Tabla 1. Ítems de medida de las variables del modelo y moderadoras

Variables modelo	Ítems	Referencias
<i>El comportamiento de uso</i>	<p>“Siempre en mis viajes considero como opción de alojamiento la vivienda vacacional”</p> <p>“Cuando viajo prefiero utilizar vivienda vacacional a otras opciones de alojamiento”</p> <p>“Siempre en mis viajes busco y, si puedo, reservo alojamiento en vivienda vacacional”</p>	<p>Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. <i>Journal of Hospitality and Tourism Technology</i>.</p>
<i>La intención de uso</i>	<p>“La vivienda vacacional será una de las opciones que consideraré en mi próximo viaje.”</p> <p>“Tengo la intención de reservar vivienda vacacional en alguna de los próximos viajes de vacaciones.”</p> <p>“Probablemente utilizaré vivienda vacacional de forma regular en los próximos viajes.”</p>	<p>Amaro, S., Andreu, L., & Huang, S. (2019). Millenials' intentions to book on Airbnb. <i>Current Issues in Tourism</i>, 22(18), 2284-2298.</p>

<p><i>El control percibido del comportamiento</i></p>	<p>“Siempre en mis viajes considero como opción de alojamiento la vivienda vacacional”</p> <p>“Cuando viajo prefiero utilizar vivienda vacacional a otras opciones de alojamiento”</p> <p>“La vivienda vacacional últimamente es mi principal opción para el alojamiento”</p>	<p>Ajzen, Icek. (1991). The theory of planned behavior. <i>Organizational behavior and human decision processes</i>, 50(2), 179-211.</p>
<p><i>La norma subjetiva</i></p>	<p>“Las personas que se alojan en viviendas vacacionales son modernas y están al día.”</p> <p>“Las personas cuyas opiniones valoro preferirían que utilizara vivienda vacacional en mis estancias durante las vacaciones.”</p> <p>“Utilizar alojamiento de vivienda vacacional cuando voy de vacaciones mejoraría mi imagen entre mis amigos y compañeros.”</p>	<p>Al-Swidi, A., Huque, S. M. R., Hafeez, M. H., & Shariff, M. N. M. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. <i>British Food Journal</i>.</p>

<p><i>La actitud hacia el alojamiento vacacional</i></p>	<p>“Utilizar viviendas particulares de anfitriones locales como alojamiento en las vacaciones es una buena idea.”</p> <p>“Compartir recursos como alojamientos, conocimientos y experiencias dentro de la comunidad de Airbnb tiene sentido.”</p> <p>“Alquilar alojamientos de anfitriones locales es un modo de consumo mejor que los canales tradicionales (como, por ejemplo, los hoteles)”</p>	<p>So, K. K. F., Oh, H., & Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. <i>Tourism Management</i>, 67, 224-236.</p>
<p>Variables moderadoras</p>		
<p><i>Seguridad COVID19</i></p>	<p>“En la situación actual de la crisis Covid-19, la mejor opción de alojamiento en vacaciones es una vivienda vacacional.”</p> <p>“Alojarse en viviendas vacacionales aporta una mayor seguridad sanitaria que alojarse en otros establecimientos (como por ejemplo hoteles).”</p> <p>“Las viviendas vacacionales garantizan que se cumplen las medidas sanitarias necesarias para evitar contagios.”</p>	<p>Lane, J. (2021, 26 marzo). <i>Lost Supply? How has the COVID-19 Pandemic Impacted the Supply of Short-term Rentals on Airbnb?</i> AirDNA - Short-Term Vacation Rental Data and Analytics. https://www.airdna.co/blog/covid-19-pandemic-impacted-the-supply-of-strs</p>

<p>Confianza en futuros viajes</p>	<p>“Aunque la situación se regularice, creo que los próximos años seguirá existiendo una elevada incertidumbre sanitaria”</p> <p>“Creo que me pensaré mucho irme de vacaciones a partir de ahora”</p> <p>“A partir de ahora elegiré lugares para irme de vacaciones que sobre todo me garanticen seguridad sanitaria”</p>	<p>So, K. K. F., Oh, H., & Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. <i>Tourism Management</i>, 67, 224-236.</p>
---	---	---

Fuente: elaboración propia

4.2. FECHA DE RECOGIDA Y TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL CUESTIONARIO

Así mismo, aplicamos la encuesta a la población de más de 18 años que cumplían con los requisitos y que conocían plataformas de alquiler vacacional del 12 al 22 de marzo del año en curso (2021) para conocer su opinión respecto al COVID19 y cómo afecta eso a su percepción de las viviendas vacacionales.

En cuanto al tiempo de ejecución del cuestionario tomo cerca de 10 minutos la elaboración definitiva de todo el cuestionario por parte de los encuestados.

4.3. TAMAÑO FINAL DE LA MUESTRA Y ERROR MUESTRAL

Como antes mencionamos, el tamaño final de la muestra es de 874 personas tanto hombres como mujeres.

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

4.4. ESTRUCTURA DE LA MUESTRA, PODERACIÓN

La muestra es definida por Fortin (1999) como “un subconjunto de una población o grupo de sujetos que forman parte de una misma población” (p.160). En ese mismo sentido, Pineda, Alvarado y Hernández (1994) señalan que es “un subconjunto de la población en que se llevará a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos del todo” (p.108)

En este trabajo se utilizó el método de muestreo no probabilístico, en el cual, de acuerdo con Pineda, Alvarado y Canales (1994) “se toman los casos que estén disponibles en un momento dado” (p.119), puesto que la muestra se conformará por aquellos de más de 18 años que cumplan los requisitos y decidan participar en el estudio mediante las encuestas.

Concretando en los datos sociodemográficos de los encuestados, de la muestra final de 874, predomina considerablemente el género femenino con un 62,9% frente a los encuestados de género masculino con un 41,2%, siendo la mayoría jóvenes, pues del total de la muestra un 38,9% tienen entre 18 y 24 años. En cuanto a la zona de residencia, la mayoría de los encuestados son residentes en la isla de Tenerife con un 88,1% del total de los encuestados.

Si miramos el status de los encuestados tenemos que señalar que la gran mayoría se considera en la media de ingresos siendo una gran mayoría de los datos recogidos con un 73,3%, destacar también que un 16.3 % se considera por encima de la media y un 10,4% por debajo de la media de ingresos.

Debido a los desequilibrios de la muestra, ha sido necesario ponderarlos ya que no era representativa de la población. Para ello hemos comparado los datos demográficos de la muestra obtenida con los reflejados en el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) sobre la población de la isla de Tenerife (Tabla 2). Así, hemos hallado el coeficiente de ponderación y se lo hemos aplicado a cada uno de apartados de la muestra (género y edad), para que la muestra sea representativa.

Tabla 2. Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación

	Encuestas	Muestra	Población	Peso ponderación
<i>Femenino</i>				
18-24 años	241	27,6%	5,2%	0,1904
25-34 años	82	9,4%	9,6%	1,0283
35-44 años	71	8,1%	12,6%	1,5562
45-54 años	97	11,1%	12,4%	1,1200
55-65 años	59	6,8%	10,2%	1,5114

Masculino				
18-24 años	99	11,3%	5,4%	0,4766
25-34 años	84	9,6%	9,5%	0,9869
35-44 años	38	4,3%	12,8%	2,9448
45-54 años	62	7,1%	12,5%	1,7609
55-65 años	41	4,7%	9,6%	2,0569
Total	874	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, la ocupación de la muestra ha sido mayoritariamente de personas asalariadas con un 44,2% del total y un 28,1 % de autónomos, aunque también destacar que en la muestra tuvimos un 12,7 % de estudiantes universitarios y un 14,9 % que se dedican a otras actividades.

4.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis descriptivo de la muestra hemos realizado una media de las respuestas de los encuestados sobre cada una de las variables, todas ellas del 1 al 7 según la escala de Likert utilizada (tabla 3). Por otro lado, también hemos realizado una síntesis de las variables a estudiar categorizadas en dos niveles: baja y alto (tabla 4).

4.6. SÍNTESIS DE VARIABLES

Para la síntesis de las variables se construye un ítem promedio de los 3 ítems que componen cada uno de los constructos del modelo teórico y, una vez obtenida las medias, se construye otra nueva variable dividida en dos niveles: bajo y alto. El nivel bajo recoge los valores menores a 5 y el nivel alto los valores iguales o mayores a 5.

Para este estudio se han construido dos variables:

1. Futuros viajes: En este caso es negativa (los valores iguales o mayores a 5 significan una mayor incertidumbre).
2. Seguridad sanitaria: En este caso es positiva (los valores iguales o mayores a 5 significan una menor incertidumbre).

5. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

En este apartado se llevará a cabo un análisis global de los datos obtenidos en la encuesta. En primer lugar, se realizará un análisis descriptivo de las variables del modelo (TCP) y en segundo lugar procederemos a hacer un análisis entre las variables objeto de estudio con el objetivo de conocer en profundidad como influye la variable de la percepción al riesgo del COVID y la variable de futuros viajes en el comportamiento y reserva de las viviendas vacacionales. Dicho análisis se llevará a cabo con la media de las variables (calculadas como el promedio de los ítems de cada constructo los cuales están valorados en una escala del 1 al 7) y con el índice de acuerdo o desacuerdo (calculado como el promedio del resultado de la resta de porcentajes de acuerdo y desacuerdo de cada ítem).

5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

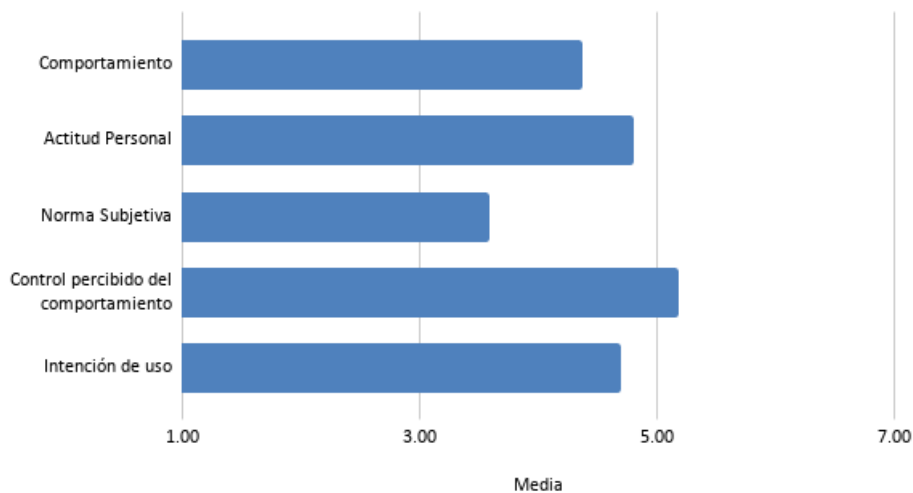
En este primer epígrafe, se realizará un análisis sobre el comportamiento, la intención de uso, la norma subjetiva, la actitud frente al alquiler de viviendas vacacionales y, por último, también se analizará el control percibido del comportamiento (capacidad que tiene la persona para llevar a cabo una acción en este caso concreto la de reservar una vivienda vacacional).

Tabla 3. Medias para el análisis descriptivo

	Media	Índice de acuerdo
Comportamiento	4.38	22.8%
Actitud Personal	4.80	42.4%
Norma Subjetiva	3.59	-15.3%
Control percibido del comportamiento	5.19	58.6%
Intención de uso	4.70	43.0%

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1. Análisis descriptivo



Fuente: elaboración propia

Analizando la tabla tres y la gráfica número uno, podemos afirmar de manera global que los usuarios que tienen conocimiento sobre las viviendas vacacionales suelen tener una percepción positiva sobre estas, ya que la media se encuentra por encima de 4,0 sobre 7.

En cuanto a la variable “comportamiento” un alto porcentaje de los encuestados, es decir una media de 4,38 sobre 7; con un índice de acuerdo del 22,8%, busca y si puede reserva alojamiento en viviendas vacacionales. Dicha afirmación se puede contrastar analizando la media obtenida, pues presenta un valor superior al 4,0 , indicando así un resultado por encima de la media moderadamente alto y favorable ya que la media se encuentra por encima del punto medio (4,0) y el índice de acuerdo es mayor que 0.

Asimismo, si analizamos la variable “norma subjetiva” podemos interpretar que las personas del entorno próximo perciben de forma positiva este tipo de comportamiento. Esta afirmación puede comprobarse analizando la media obtenida que representa un 3.59 sobre 7 con un índice de acuerdo de -15,3%.

Por otro lado, las variables de “control percibido del comportamiento” e “intención de uso” presentan un resultado alto, siendo el “control percibido del comportamiento” la variable dependiente con mayor media con un 5,19 y con un índice de acuerdo del 58,6%, lo cual significa que la población se siente con capacidad de competencias para realizar un alquiler vacacional de este tipo. En cuanto a la variable de la intención de uso vemos que es la tercera con más media con un 4,70 y con un índice de acuerdo mayor al 43,0%, lo cual significa que en los próximos viajes tienen pensado utilizar una vivienda vacacional.

Por último, respecto a la variable “actitud personal”, el resultado es nuevamente favorable con una media de 4,80 sobre 7 lo cual significa que los encuestados opinan que utilizar viviendas vacacionales de anfitriones locales como alojamiento en las vacaciones es una buena idea y que es mejor que los canales tradicionales como por ejemplo los hoteles.

5.2. ANÁLISIS DE LAS RELACIONES

En este apartado vamos a analizar la influencia que tiene la seguridad sanitaria sobre el comportamiento de alquilar una vivienda vacacional, este análisis lo vamos a realizar por medio de tabulaciones entre las relaciones de las medias de las variables y el índice de acuerdo o desacuerdo de cada constructo.

Tabla 4. Relación de medias en función de las variables antecedentes

VARIABLES	Seguridad sanitaria					Futuro viajes				
	Medias			Índice de acuerdo		Medias			Índice de acuerdo	
	Bajo	Alto	SIG.	Bajo	Alto	Bajo	Alto	SIG.	Bajo	Alto
Comportamiento	4,11	4,90 *		10%	47%	4,30	4,43		18%	26%
Intención de uso	4,33	5,42 *		25%	77%	4,55	4,80		32%	50%
Actitud Personal	4,53	5,33 *		30%	66%	4,64	4,91 *		34%	48%
Norma Subjetiva	3,35	4,05 *		-29%	10%	3,52	3,63 *		-16%	-15%
Control percibido del comportamiento	5,08	5,41 *		53%	68%	5,14	5,23		57%	59%

Fuente: elaboración propia

SEGURIDAD SANITARIA

Analizando la tabla número cuatro podemos afirmar que la media del comportamiento de alquilar una vivienda vacacional es mayor de forma significativa en las personas que las consideran más seguras que los alojamientos tradicionales en cuanto a seguridad sanitaria con una media del 4,9 sobre 7 y un índice de acuerdo del 47% frente a los que las consideran menos seguras que los alojamientos tradicionales con una media del 4,11 sobre 7 y un índice de acuerdo del 10%.

En relación a la variable “intención de uso” podemos apreciar como la media de la intención de uso de alquilar una vivienda vacacional es mayor en las personas que consideran las viviendas vacacionales una forma de alojamiento más seguro desde el punto de vista sanitario con un 5,42 sobre 7 y con un índice de acuerdo de 77%, que los que no lo consideran especialmente una buena forma o al menos no consideran que haya tanta diferencia desde el punto de vista de seguridad sanitaria que quedarse en otro tipo de alojamiento tradicional como por ejemplo un hotel esto se ve reflejado con una media del 4,33 sobre 7 y índice de acuerdo del 25%.

Con respecto a la actitud personal que presentan los encuestados podemos comprobar que la media de la actitud personal es mayor de forma significativa, en las personas que las consideran más seguras desde el punto de vista sanitario con una media de 5,33 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 66% que en las que lo consideran menos seguro con una media de 4,53 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 30%.

Asimismo, analizando la siguiente variable del modelo “norma subjetiva” podemos observar que la media de la norma subjetiva es mayor con un 4,05 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 10% en las personas que consideran las viviendas vacacional más seguras desde el punto de vista sanitario que en las que lo consideran menos seguro con una media del 3,35 sobre 7 y con un índice de acuerdo del -29%.

Finalmente, respecto a la variable “control percibido del comportamiento”, el resultado nuevamente es favorable, ya que la media del control percibido del comportamiento es mayor significativamente en los encuestados que las consideran más seguras por COVID-19 con una media de 5,41 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 68% que en las que lo consideran menos seguro con una media de 5,08 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 53%.

En definitiva, se puede observar que las personas que consideran a la vivienda vacacional como un alojamiento más seguro que las alternativas tradicionales, tienen una mayor intención de alquilar viviendas vacacionales en un futuro. Esto encaja de forma coherente a lo establecido por la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) ya que observa una mayor actitud personal, norma subjetiva y control percibido del comportamiento que los que no consideran a la vivienda vacacional especialmente más segura frente a los alojamientos tradicionales.

FUTUROS VIAJES

Si observamos el segundo apartado de la tabla número cuatro podemos analizar que la media de la actitud de las personas que tienen pensado alquilar este tipo de alojamiento en sus futuros viajes es bastante positiva, siendo este hecho indicativo de que muchos de los encuestados tienen una predisposición alta hacia alquilar este tipo de alojamiento en un futuro cercano, dicha afirmación la podemos comprobar si miramos la media de la actitud personal la cual es de un 4,91 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 48% respecto a los que tienen una actitud negativa hacia alquilar este tipo de alojamiento vacacional en sus futuros viajes que son una media de 4,61 sobre 7 y con un índice de acuerdo del 34%.

Respecto a la variable “norma subjetiva”, podemos observar que, de manera general, las personas ven de forma positiva el alquiler vacacional para sus futuros viajes, dicha afirmación la podemos comprobar si miramos la media de la norma subjetiva que es de 3,63 sobre 7 y con un índice de acuerdo de -15%

la cual es ligeramente superior a la media de la gente que ven de forma negativa el alquiler vacacional para sus futuros viajes con una media de 3,52 sobre 7 y con un índice de acuerdo de -16%.

Finalmente quiero destacar que el análisis de las variables comprendidas va de acuerdo con la teoría anteriormente recogida en el apartado del marco teórico (teoría del comportamiento planificado) en el cual se plantea que cuanto mayor aumento de la norma subjetiva, la actitud y el control percibido del comportamiento mayor será el aumento en el comportamiento.

6. DISCUSIÓN

Este trabajo de investigación plantea la hipótesis de que la necesidad de distancia social juega un papel fundamental para la atenuación de las preocupaciones e inseguridades de reservar una vivienda vacacional turística. Los resultados se suman a la literatura sobre la distancia social/física en el ámbito turístico. Hay que destacar que, aunque existen numerosos estudios sobre cómo el COVID19 está impactando en los modelos de alojamiento P2P, este es uno de los pocos estudios que se centran específicamente en los huéspedes y en descubrir si afecta la percepción de riesgo sanitario a la variable de intención de reserva de la vivienda vacacional. Por ejemplo, el estudio de Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A.Č., & Efthymiadou, F. (2020) se centró en los anfitriones, explorando específicamente cómo el COVID-19 está influyendo en las elecciones de los anfitriones y no en la de los huéspedes.

En esta investigación podemos apreciar que la variable “seguridad sanitaria” afecta de manera considerable en el comportamiento de reserva de una vivienda vacacional, esto coincide con las investigaciones de (Lane,2021) la cual concluye en su artículo que a cuanto mayor espacio habitable, más dormitorios y en destinos más alejados de otros turistas (evitando así las masificaciones) más atractivo vital durante la pandemia y mayor rendimiento en comparación con otras formas de alojamiento tradicionales. Por su parte, si nos enfocamos concretamente en la norma subjetiva vemos que de forma coherente a lo establecido en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) a cuanto mayor actitud personal, norma subjetiva y control percibido del comportamiento habrá una mayor intención de uso, esto lo podemos ver claramente en los resultados del estudio cuando comparamos las medias y el índice de acuerdo.

La investigación también concluyó que en un escenario pandémico como el que estamos viviendo el modelo de la vivienda vacacional será ampliamente utilizado por los viajeros, esto coincide con estudios previos que han puesto en relieve que el comportamiento de los viajeros frente al riesgo de contagio y miedo a las enfermedades infecciosas afectan directamente en sus elecciones de alojamiento turístico (Jonas, A., Mansfeld, Y., Paz, S., & Potasman, I. (2011). Todo esto también lo podemos vincular al estudio de (Cahyanto, I., Pennington-Gray, L., Thapa, B., Srinivasan, S., Villegas, J., Matyas, C., & Kiousis, S. (2016) en el cual observamos que los usuarios muestran un comportamiento precavido

cuando son amenazados por factores externos. Como consecuencia, la gente buscará cada vez más el distanciamiento social.

Como resultado, tanto las organizaciones peer-to-peer (por ejemplo, Airbnb) como los hoteles deberán ajustar sus estrategias de comunicación destacando los aspectos que garanticen sobre todo lo relacionado directamente con la limpieza e higiene, así como haciendo hincapié en las medidas puestas en marcha para asegurar un distanciamiento social efectivo.

7. IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y RECOMENDACIONES

Los datos del presente proyecto han contribuido a ampliar el contenido de la literatura lo cual nos ayuda a comprender mejor los factores que impulsan al individuo a reservar una vivienda vacacional. Los hallazgos derivados de este estudio podrían servir como punto de partida para que los empresarios de este tipo de viviendas vacacionales y los particulares que simplemente destinan una segunda o tercera de sus viviendas para este tipo de mercado turístico lleguen a comprender que la percepción de la seguridad sanitaria es un factor clave para la consecución de sus objetivos.

Concretamente, se deben realizar esfuerzos en mejorar los factores extrínsecos que tienen que ver con la percepción de seguridad sanitaria como por ejemplo algunas de las posibles recomendaciones que trasladamos desde este humilde trabajo podrían ser:

1. Implementar en las viviendas vacacionales limpiezas periódicas con ozono
2. Establecer un límite máximo dentro de la vivienda para el caso de personas no convivientes
3. Implementar en su landpage algún elemento que refuerce la seguridad sanitaria como por ejemplo han hecho empresas como Airbnb en su página web en la cual nada más entrar se recomiendan medidas sanitarias para COVID19
4. Recomendamos también encarecidamente que los propietarios describan los elementos de los que disponen como, por ejemplo: Decir que no es un alojamiento masificado, que cuenta con espacio suficiente...
5. Además, sugeriríamos también a las plataformas incluir una valoración en escala Likert de la seguridad sanitaria percibida, este apartado lo aportarían los turistas al irse del alojamiento vacacional y serviría de referencia a otros turistas que tengan en cuenta este factor a la hora de reservar su vivienda vacacional

Para llevar a cabo todas estas recomendaciones se debe ejercer un grandísimo esfuerzo de cara a lograr que la percepción que los turistas tengan de nosotros sea vernos como un destino seguro y confiable. En un escenario socioeconómico en el que el turismo actúa como motor y dinamizador de la economía de la isla, resulta imprescindible que se considere al

mismo como un lugar en el venir a descansar sin preocuparse del estresante continuo y la incertidumbre que llevamos viviendo desde el principio de la pandemia. Atendiendo a los resultados obtenidos, la actitud hacia la vivienda vacacional, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento tienen una influencia directa sobre la conducta de reserva o no un alojamiento de vivienda vacacional turístico. Si bien los dos primeros responden a construcciones más personales y sociales las cuales son difícilmente alterable al menos en el corto o medio plazo, pero considerar las viviendas vacacionales como una opción cada vez que viajan, es decir, el control percibido del comportamiento podría convertirse en un área de trabajo para organismos e instituciones como la consejería de Turismo, Industria y Comercio de Canarias.

Desde un punto de vista práctico, conviene señalar que una de las acciones que podríamos tener en consideración para la mejora la imagen de la vivienda vacacional como una alternativa segura es la implementación de campañas de concienciación para dar a conocer las medidas que se están tomando además de proporcionar información sobre los protocolos de actuación tanto generales como también de forma individual. Dicha propuesta podría afectar a las tres variables que planteamos las cuales determinan la intención, aumentando así la predisposición del individuo a reservar una vivienda vacacional (control percibido del comportamiento).

Por otro lado, cabe recalcar la necesidad de que empresas tanto privadas como del sector público, así como los particulares con viviendas vacacionales colaboren entre sí para el desarrollo de iniciativas que revitalicen el turismo en las islas.

Desde el punto de vista metodológico, partiendo desde una de las limitaciones anteriormente señaladas en el apartado anterior, se podría continuar con la línea de investigación que hemos propuesto en el presente estudio, aplicando otros marcos metodológicos distintos a la teoría de comportamiento planificado de Ajzen, aparte también se podrían analizar nuevas variables que puedan afectar a la vivienda vacacional y plantearlas en un escenario más amplio quizás con otros contextos sociales y culturales que puedan dar lugar a resultados más fácilmente extrapolables y que den una visión más global.

8. CONCLUSIONES

A lo largo de este estudio, se ha prestado atención a la influencia que tienen factores externos sanitarios a la percepción y la intención que tiene la población de alquilar una vivienda vacacional turística. Por

ello, se ha tratado de abordar los antecedentes que explican la predisposición de los individuos a alquilar una vivienda vacacional a través de la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991). Podemos afirmar sin duda que los resultados obtenidos de este estudio han sido satisfactorios y dan respuesta a los objetivos inicialmente planteados.

Asimismo, en relación con el tema de investigación y de acuerdo con los resultados obtenidos, podemos afirmar que las variables antecedentes dentro de la teoría del comportamiento planificado (la actitud, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento) tienen una relación positiva con la predisposición de la población hacia alquilar una vivienda vacacional.

De este modo, se han extraído las siguientes conclusiones:

- Se ha comprobado en este estudio que hay influencia entre la percepción de seguridad con el comportamiento
- En relación con la percepción de la confianza en futuros viajes hemos comprobado que no existe relación con la intención de uso vacacional
- Nuestro estudio rebela que los individuos que tienen una mayor seguridad sanitaria tienden a tener un comportamiento mayor hacia alquilar una vivienda vacacional.

Centrándonos en el modelo de Ajzen sobre la teoría del comportamiento planificado (1991) hemos comprobado que las personas que tienen una menor percepción de riesgo tienen una mayor actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento. Lo cual se traduce en que cuanto mayor seguridad sanitaria haya, se generará una mayor intención de uso de reserva de viviendas vacacionales.

Además de los constructos que nos plantea el modelo de Ajzen, hemos propuesto otras dos variables externas (seguridad sanitaria y futuros viajes) para determinar su posible influencia en el comportamiento de alquiler de una vivienda vacacional. Los datos obtenidos acerca de estas variables externas nos han permitido, con respecto a las hipótesis inicialmente planteadas, obtener una serie de conclusiones:

- En primer lugar, existe una relación directa entre la intención y el comportamiento, de tal forma que cuanto más predispuesto se muestren los individuos a alquilar una vivienda vacacional más lo utilizarán en sus futuros viajes y más acciones se llevarán a cabo en este sentido.
- En segundo lugar, atendiendo a la seguridad sanitaria, hemos observado que las personas que consideran a la vivienda vacacional como un alojamiento más seguro que las alternativas tradicionales (hoteles, apartahoteles...) tienen una mayor intención de uso que los que lo consideran menos seguro.

Otra de las conclusiones extraídas tiene que ver con la norma subjetiva ya que según el estudio realizado podemos afirmar que a la hora de reservar una vivienda vacacional no influye de manera muy significativa la gente de su alrededor.

9. LIMITACIONES

Sin perjuicio de lo expuesto anteriormente, este estudio posee ciertas limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados. En primer lugar, los resultados obtenidos pueden tener una validez limitada, ya que, aunque el tamaño de la muestra ha sido considerado (874 personas) la muestra objeto de estudio no ha sido proporcional respecto a la población real de Tenerife, como resultado dicha muestra ha sido ponderada para equilibrarla por género y edad con respecto a la población, pero es posible la existencia de algún sesgo debido al método de muestreo.

En segundo lugar, existe otra limitación derivada de la metodología aplicada relacionada con el cuestionario que hemos proporcionado a los encuestados, esta herramienta de recogida de datos al ser en parte autoadministrada existe un cierto riesgo a que los encuestados no hayan respondido con total sinceridad y, por lo tanto, que los resultados no sean completamente representativos a la realidad.

Por otro lado, este estudio se ha visto muy limitado desde el punto de vista de alcance de las encuestas siendo el 100% de los encuestados residentes de las islas canarias lo cual puede que estreche un poco la visión global de todas las percepciones que pudiera tenerse en distintos puntos del globo. No obstante, con esta investigación alentamos a otros investigadores a 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 los internos de cada sociedad como, por ejemplo: la cultura y otras influencias.

BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2017). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342–359. doi:10.1177/0047287517696980
- Amaro, S., Andreu, L., & Huang, S. (2019). Millennials' intentions to book on Airbnb. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2284-2298.
- So, K. K. F., Oh, H., & Min, S. (2018). Motivations and constraints of Airbnb consumers: Findings from a mixed-methods approach. *Tourism Management*, 67, 224-236
- Al-Swidi, A., Huque, S. M. R., Hafeez, M. H., & Shariff, M. N. M. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*.
- Fishbein, M., Ajzen, I., 2011. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor and Francis

Al-Swidi, A., & Mohammed Rafiul Huque, S. (2021). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption | Emerald Insight. Retrieved 28 February 2021, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-05-2013-0105/full/html>

Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). 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

Pung, J. M., Del Chiappa, G., & Sini, L. (2019). Booking experiences on sharing economy platforms: an exploration of tourists' motivations and constraints. *Current Issues in Tourism*, 1–13. doi:10.1080/13683500.2019.1690434

Fishbein, M., Ajzen, I., 2011. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor and Francis

Lane, J. (2021, 26 marzo). *Lost Supply? How has the COVID-19 Pandemic Impacted the Supply of Short-term Rentals on Airbnb?* AirDNA - Short-Term Vacation Rental Data and Analytics. <https://www.airdna.co/blog/covid-19-pandemic-impacted-the-supply-of-strs>

Motivations and constraints fo Airbnb consumers: Fundings from a mixed-methods approach. (2018). <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/87736.pdf>

ANEXO

ANEXO 1: CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

INTRODUCCIÓN

Trabajo final de grado: influencia del covid19 en la intención de uso de viviendas vacacionales Buenos días/tardes. Estamos haciendo el Trabajo Final de Grado sobre un estudio para conocer algunos aspectos relacionados con los viajes turísticos. Le agradecemos su colaboración respondiendo a un breve cuestionario. La información que nos aporte es confidencial y siempre será tratada de manera agregada.

PREGUNTAS FILTRO

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

Por favor, marque las opciones que correspondan:

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

[F2] ¿Con qué frecuencia solía viajar por vacaciones antes de la pandemia? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Nunca
- Alguna vez esporádicamente

- Una vez al año
- 2 o 3 veces al año
- Más de 3 veces año

[H3]Principalmente, ¿con quién suele ir de vacaciones? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Solo
- En pareja
- Con amigos
- Familia

[H4]Principalmente, ¿qué tipo de alojamiento suele utilizar en los viajes de vacaciones? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

CONOCIMIENTO DEL TEMA A TRATAR

[VV1] ¿Qué plataformas para alquiler de viviendas vacacionales conoce, aunque solo sea de oídas? *

Por favor, marque las opciones que correspondan:

- Airbnb
- VRBO-HomeAway
- Wimdu
- Niumba
- House Trip
- Holiday Lettings
- Owners direct
- Couchsurfing
- Otras
- Ninguna

Plataformas de alquiler vacacional: sitio web donde los turistas pueden alquilar habitación, piso o apartamento que los propietarios ponen en alquiler.

[VV2] ¿Cuántas veces se ha alojado en viviendas vacacionales? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Nunca
- Una vez
- 2 o 3 veces
- 4 o 5 veces
- Más de 5 veces

COMPORTAMIENTO

[B1]En relación con su comportamiento habitual de uso y reserva de vivienda vacacional (por ejemplo, utilizando Airbnb), ¿cuál es su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que describen su comportamiento en los viajes? *

Para realizar la medición en esta encuesta se utiliza la escala Likert (Muy en desacuerdo, bastante en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, algo en acuerdo, bastante de acuerdo y muy de acuerdo).

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

Siempre en mis viajes considero como opción de alojamiento la vivienda vacacional

Cuando viajo prefiero utilizar vivienda vacacional a otras opciones de alojamiento

Siempre en mis viajes busco y, si puedo, reservo alojamiento en vivienda vacacional

INTENCIÓN DE USO

[A1]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? *

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

Para realizar la medición en esta encuesta se utiliza la escala Likert (Muy en desacuerdo, bastante en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, algo en acuerdo, bastante de acuerdo y muy de acuerdo).

Utilizar viviendas particulares de anfitriones locales como alojamiento en las vacaciones es una buena idea.

Estoy a favor de que se pueda desarrollar el alojamiento vacacional en los destinos turísticos

Alquilar alojamientos de anfitriones locales es un modo de consumo mejor que los canales tradicionales (como, por ejemplo, los hoteles).

Utilizar alojamiento de vivienda vacacional cuando voy de vacaciones mejoraría mi imagen entre mis amigos y compañeros.

La gente que es importante para mí probablemente piense que debería usar alojamiento en vivienda vacacional.

Las personas cuyas opiniones valoro preferirían que utilizara vivienda vacacional en mis estancias durante las vacaciones.

Si lo deseo, me puedo permitir alojarme en una vivienda vacacional.

Tengo el suficiente conocimiento y experiencia para usar este tipo de alojamiento.

Utilizar las plataformas de reserva de vivienda vacacional es sencillo para mí.

[BI1] En relación con la elección de alojamiento en sus futuros viajes de vacaciones, por favor indique su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes cuestiones *

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

Para realizar la medición en esta encuesta se utiliza la escala Likert (Muy en desacuerdo, bastante en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, algo en acuerdo, bastante de acuerdo y 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 alguna de los próximos viajes de vacaciones.

Probablemente utilizaré vivienda vacacional de forma regular en los próximos viajes.

COVID 19

[COVID] En relación con las decisiones sobre los viajes de vacaciones a partir de la situación provocada por la COVID-19, ¿cuál es su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? *

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

Para realizar la medición en esta encuesta se utiliza la escala Likert (Muy en desacuerdo, bastante en desacuerdo, algo en desacuerdo, ni en desacuerdo ni de acuerdo, algo en acuerdo, bastante de acuerdo y 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.

DATOS DE CLASIFICACIÓN

[CL1] Género *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Femenino
- Masculino
- Otro

[CL2] Edad *

Por favor, escriba su respuesta aquí:

[CL3] ¿Cuál es su ocupación? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

[CL4] ¿En qué sector trabaja? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

[CL5] Estudios realizados *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

[CL6] ¿Cómo considera su nivel económico familiar? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

[CL8] ¿Lugar de residencia? *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

- Islas Canarias
- España (Península)
- Otro lugar

[CL91] Isla de residencia *

Por favor seleccione **sólo una** de las siguientes opciones:

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

[CL101] Municipio de residencia en Tenerife *