



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

La economía colaborativa en el turismo, el caso de
AIRBNB

Sharing Economy in tourism, the AIRBNB's case

Autor

Pablo Javier López Mayayo

Directora

Carmina Fandos Herrera

Facultad de Economía y Empresa
2017

ANEXOS

Tabla de contenido de ANEXOS

ANEXOS	1
1. ENCUESTA	4
2. OBJETIVO: ANÁLISIS DEL USO Y LA NOTORIEDAD.....	9
3. OBJETIVO: ANÁLISIS DEL USO Y LA NOTORIEDAD EN FUNCIÓN DEL PERFIL.....	9
3.1 NOTORIEDAD.....	9
3.2 TURISTAS	11
4. OBJETIVO: MOTIVOS PARA UTILIZAR O NO AIRBNB	13
4.1 MOTIVOS PARA UTILIZAR AIRBNB COMO TURISTA.....	13
4.2 MOTIVOS PARA NO UTILIZAR AIRBNB COMO TURISTA	18
5. OBJETIVO: MOTIVOS PARA NO SER PROPIETARIO	21
6. OBJETIVO: SATISFACCIÓN	22
6.1 ANÁLISIS DE LAS SATISFACCIONES MEDIAS	22
6.4 COMPARACIÓN DE SATISFACCIONES	22
7. OBJETIVO: IMAGEN.....	23
7.1 VALORES MEDIOS	23
7.2 BARATO.....	23
7.3 CREACION DE RELACIONES.....	23
7.4 AHORRO	24
7.5 MODERNO	24
7.6 RACIONAL	24
7.7 SOCIAL.....	25
7.8 SOLIDARIO.....	25
7.9 SOSTENIBLE	25
8. OBJETIVO: OPCIÓN DE REFERENCIA	25
8.1 FRECUENCIA DE BÚSQUEDA	25
8.2 PORCENTAJE DE REPUESTAS Y VALOR MEDIO.....	26
9. OBJETIVO: POTENCIAL CRECIMIENTO	26
9.1 DISPOSICIÓN A RESERVAR ALOJAMIENTO	26
9.2 DISPOSICIÓN A PRESTAR ALOJAMIENTO.....	27

10. OBJETIVO: COMO AIRBNB SE DA A CONOCER Y RECOMIENDA.....	28
10.1. CÓMO SE CONOCE AIRBNB.....	28
10.3 CÓMO SE RECOMIENDA SU USO PARA HOSPEDARSE	29
10.4 RECOMENDACIÓN PROPIETARIOS.....	30

1. ENCUESTA

Airbnb y el turismo

¡Hola! Soy un alumno de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza y estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado, para ello me ayudaría mucho que respondiese a esta encuesta sobre el uso de la plataforma dedicada al alojamiento colaborativo Airbnb.

Todos sus datos serán tratados de forma anónima, por supuesto.

¡Muchas gracias por adelantado!

***Obligatorio**

Air, Bed and Breakfast

Airbnb es una plataforma a través de la que personas particulares pueden ofrecer su vivienda o una parte de la misma a viajeros para hospedarse, durante un periodo corto de tiempo, a cambio de una compensación económica. Los perfiles y el pago son confirmados y gestionados por la plataforma y los particulares acuerdan lo demás: hora, encuentro, precio, estancia etc.

1. ¿Ha reservado alguna vez alojamiento turístico mediante la plataforma de Airbnb? (si solamente la ha utilizado para hospedar a viajeros marque no) *

Marca solo un óvalo.

Sí

Pasa a la pregunta 4.

No

No conocía la plataforma

Pasa a la pregunta 15.

A continuación se muestran una serie de razones por las que se puede no utilizar Airbnb para reservar alojamiento turístico, por favor indique de 1 a 7 el grado de acuerdo o desacuerdo que está con estos motivos.

Siendo 1 Nada de acuerdo y 7 Totalmente de acuerdo.

2. No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5	6	7
... porque no apruebo su uso							
... por su mal servicio con respecto a otras plataformas							
... por sus mayores precios							
... porque desconfió de la plataforma							
... porque desconfió de los apartamentos ofertados							
... porque no uso este tipo de plataformas online para reservar							
... por su difícil uso y acceso							

Disposición a reservar en un futuro

3. De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar esta plataforma para reservar un alojamiento turístico en un futuro? Siendo 1 nada dispuesto y 7 totalmente dispuesto *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	
--	---	---	---	---	---	---	---	--

Nada dispuesto									Totalmente dispuesto
----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	----------------------

Pasa a la pregunta 8.

Motivos para utilizarla como viajero

A continuación se muestran una serie de motivos por los que se puede utilizar Airbnb para buscar alojamiento en vez de otros sistemas, por favor indique de 1 a 7 el grado de acuerdo o desacuerdo que está con estos motivos.

Siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo.

4. Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5	6	7
... por su menor precio							
... por conocer nuevas personas							
... por hacer un uso más colaborativo de los inmuebles							
... por ofrecer un mejor servicio que otras plataformas de alojamiento							
... para disfrutar la ciudad como un habitante más							
... porque confío en la plataforma							
... por su fácil uso y acceso							

Satisfacción

5. ¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con el servicio de Airbnb como mediador? (Es decir, método de pago, gestión de la reserva, búsqueda de oferta, calidad de la plataforma...) *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada satisfecho								Totalmente satisfecho

6. ¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con los alojamientos reservados por Airbnb? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada satisfecho								Totalmente satisfecho

Opción de referencia

7. En la siguiente pregunta indique la frecuencia con la que consulta Airbnb a la hora de buscar un alojamiento turístico *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	
Nunca consulto Airbnb cuando busco alojamientos turísticos								Siempre consulto Airbnb cuando busco alojamientos turísticos

Propietarios

Además de para buscar alojamiento Airbnb se puede utilizar para ofrecer un alojamiento en propiedad que esté libre, ya sea una vivienda o una habitación.

8. ¿Ha utilizado alguna vez Airbnb para hospedar a un turista? *

Marca solo un óvalo.

- Sí *Pasa a la pregunta 11.*
 No

Motivos para no alojar

A continuación se le van a mostrar una serie de motivos por los que puede no utilizar Airbnb para alojar a turistas, por favor marque de 1 a 7 el grado de acuerdo o desacuerdo que está con estos motivos, en su caso.

Siendo 1 Nada de acuerdo y 7 Totalmente de acuerdo

9. No utilizo Airbnb para hospedar a turistas... *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5	6	7
... porque no tengo propiedad disponible							
... porque no apruebo su uso							
... porque desconfío de la plataforma							
... porque utilizo otros medios para ofrecer alojamiento							
... por el difícil uso y acceso de la plataforma							
... porque no quiero alquilar							
... por miedo a posibles daños en la vivienda							

Disposición a utilizar Airbnb como propietario

10. De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar Airbnb como propietario para prestar alojamiento a turistas en un futuro? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	6	7	
Nada dispuesto								Totalmente dispuesto

Imagen

A continuación se le muestran una serie de atributos que suelen relacionarse con el concepto de economía colaborativa, por favor, marque de 1 a 7 el grado de relación que cree usted que cada término guarda con su imagen de Airbnb, siendo 1 nada relacionado y 7 totalmente relacionado.

11. ¿Cómo de relacionados están estos conceptos con su imagen de Airbnb? *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5	6	7
Creación de relaciones							
Moderno							
Barato							
Social							
Sostenible							
Solidario							
Ahorro							
Racional							

Comunicación y recomendación

12. ¿Cómo conoció usted Airbnb? *

Marca solo un óvalo.

- Por recomendación de un conocido
- Por un anuncio en televisión, radio o internet
- Por un programa televisivo, de radio o de internet
- Por un artículo de periódico o revista
- Por un comentario en internet
- Por las redes sociales
- No me acuerdo
- Otro:

13. ¿Ha recomendado alguna vez su uso para buscar alojamiento a algún conocido o familiar? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí, comentándolo con conocidos
- Sí, por Facebook
- Sí, por Twitter
- Sí, por WhatsApp
- Sí, por Instagram
- No he recomendado su uso para hospedarse
- Otro:

14. ¿Ha recomendado alguna vez su uso como anfitrión a algún conocido o familiar? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Sí, comentándolo con conocidos
- Sí, por Facebook
- Sí, por Twitter
- Sí, por WhatsApp

- Sí, por Instagram
- No he recomendado su uso como anfitrión
- Otro: _____

Perfil

Para terminar me gustaría que contestara a una serie de preguntas sobre su perfil, recuerde que los datos serán totalmente anónimos, al igual que todo el cuestionario.

15. ¿Cuál es su sexo? *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
- Hombre

16. ¿Cuál es su edad? *

Marca solo un óvalo.

- 18-30 años
- 31-40 años
- 41-50 año
- 51-64 años
- 65 años o más

17. ¿Cuál es su ocupación principal? *

Marca solo un óvalo.

- Estudiante
- Desempleado
- Funcionario
- Jubilado
- Pensionista
- Trabajador por cuenta propia
- Trabajador por cuenta ajena

18. ¿En qué país reside actualmente? *

¡Muchas gracias por su colaboración!

Le agradezco mucho su colaboración, que haya ayudado en la realización de este estudio, me será de gran ayuda para mi trabajo.

Un saludo y muchas gracias.

2. OBJETIVO: ANÁLISIS DEL USO Y LA NOTORIEDAD

Uso y Notoriedad	% del total de encuestados
No la conocen	20,9%
No usuario	27,0%
Sólo como usuario	45,4%
Sólo como propietario	2,5%
Propietario y usuario	4,3%
TOTAL	100,0%

Uso	% dentro de los conocedores de Airbnb
Conoce pero no la utiliza	34,1%
Sólo como Usuario	57,4%
Sólo como propietario	3,1%
Propietario y Usuario	5,4%
Total	100%

3. OBJETIVO: ANÁLISIS DEL USO Y LA NOTORIEDAD EN FUNCIÓN DEL PERFIL

3.1 NOTORIEDAD

3.1.1 Sexo

Ho: No existe relación entre la notoriedad y el sexo

H1: Existe relación entre la notoriedad y el sexo

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,046 ^a	1	,830		
Continuity Correction ^b	,000	1	,991		
Likelihood Ratio	,046	1	,830		
Fisher's Exact Test				,841	,490
Linear-by-Linear Association	,046	1	,830		
N of Valid Cases	163				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,47.

b. Computed only for a 2x2 table

El p-valor es mayor que 5%, por lo que aceptamos Ho, no hay relación entre estas variables para el 95% de nivel de confianza.

3.1.2 Edad

Ho: No existe relación entre la notoriedad y la edad

H1: Existe relación entre la notoriedad y la edad

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,255 ^a	4	,016
Likelihood Ratio	11,865	4	,018
N of Valid Cases	163		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,42.

La significatividad es menor que 5%, rechazamos Ho, existe relación, para el 95% de nivel de confianza.

Conoce * ¿Cual es su edad? Crosstabulation

		¿Cual es su edad?					Total
		18-30 años	31-40 años	41-50 año	51-64 años	65 años o más	
Conoce	0	Count	12	7	4	10	34
		% within ¿Cual es su edad?	12,1%	31,8%	40,0%	33,3%	50,0%
1		Count	87	15	6	20	129
		% within ¿Cual es su edad?	87,9%	68,2%	60,0%	66,7%	50,0%
Total		Count	99	22	10	30	163
		% within ¿Cual es su edad?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Las personas de entre 18 y 30 son los que más conocen Airbnb y los de más de 65 los que menos.

3.1.3 Ocupación principal

Ho: No existe relación entre la notoriedad y la ocupación principal

H1: Existe relación entre la notoriedad y la ocupación principal

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,587 ^a	6	,361
Likelihood Ratio	6,504	6	,369
N of Valid Cases	163		

a. 7 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,04.

El P-valor resulta mayor que 5%, así que aceptamos Ho, no existe relación entre estas variables para una confianza del 95%.

3.1.4 Nacionalidad (española o no)

Ho: No existe relación entre la notoriedad y la nacionalidad

H1: Existe relación entre la notoriedad y la nacionalidad

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,723 ^a	1	,054		
Continuity Correction ^b	2,477	1	,116		
Likelihood Ratio	6,373	1	,012		
Fisher's Exact Test				,072	,042
Linear-by-Linear Association	3,700	1	,054		
N of Valid Cases	163				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,71.

b. Computed only for a 2x2 table

El P-valor es mayor que 5%, por lo que con una confianza del 95%, podemos afirmar que no hay relación, aceptamos la hipótesis nula.

3.2 TURISTAS

3.2.1 Sexo

H₀: No existe relación entre el uso como turista y el sexo

H₁: Existe relación entre el uso como turista y el sexo

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11,716 ^a	1	,001		
Continuity Correction ^b	10,610	1	,001		
Likelihood Ratio	11,944	1	,001		
Fisher's Exact Test				,001	,001
N of Valid Cases	163				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,33.

b. Computed only for a 2x2 table

Para el 95% de confianza se puede aceptar H₁, existe relación, ya que el p-valor es superior al 5%.

USU * ¿Cuál es su sexo? Crosstabulation

			¿Cuál es su sexo?		Total
			Hombre	Mujer	
USU	0	Count	38	44	82
		% within ¿Cuál es su sexo?	69,1%	40,7%	50,3%
	1	Count	17	64	81
		% within ¿Cuál es su sexo?	30,9%	59,3%	49,7%
Total		Count	55	108	163
		% within ¿Cuál es su sexo?	100,0%	100,0%	100,0%

Se puede observar que las mujeres utilizan la plataforma como turistas mucho más.

3.2.2 Edad

H₀: No existe relación entre el uso como turista y la edad

H₁: Existe relación entre el uso como turista y la edad

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32,365 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	34,781	4	,000
N of Valid Cases	163		

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,99.

Para el 95% de confianza se puede aceptar H1, existe relación (P-valor menor que 0.05).

Crosstab

			¿Cual es su edad?					Total
			18-30 años	31-40 años	41-50 año	51-64 años	65 años o más	
USU	0	Count	33	14	9	25	1	82
		% within ¿Cual es su edad?	33,3%	63,6%	90,0%	83,3%	50,0%	50,3%
	1	Count	66	8	1	5	1	81
		% within ¿Cual es su edad?	66,7%	36,4%	10,0%	16,7%	50,0%	49,7%
Total		Count	99	22	10	30	2	163
		% within ¿Cual es su edad?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Los más jóvenes (18-30 años) son los que más utilizan Airbnb para buscar alojamiento, mientras que la gente de entre 41 y 64 los que menos.

3.2.3 Ocupación Principal

Ho: No existe relación entre el uso como turista y la ocupación principal

H1: Existe relación entre el uso como turista y la ocupación principal

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,487 ^a	6	,025
Likelihood Ratio	16,645	6	,011
N of Valid Cases	163		

a. 8 cells (57,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,48.

El P-valor es menor que 5%, al 95% de confianza, aceptamos H1, existe relación.

Crosstab

			¿Cuál es su ocupación principal?							Total
			Desempleado	Estudiante	Funcionario	Jubilado	Pensionista	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia	
USU	0	Count	7	25	4	4	5	31	6	82
		% within ¿Cuál es su ocupación principal?	63,6%	36,2%	50,0%	80,0%	100,0%	55,4%	66,7%	50,3%
	1	Count	4	44	4	1	0	25	3	81
		% within ¿Cuál es su ocupación principal?	36,4%	63,8%	50,0%	20,0%	0,0%	44,6%	33,3%	49,7%
Total		Count	11	69	8	5	5	56	9	163
		% within ¿Cuál es su ocupación principal?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Los estudiantes son los que más lo utilizan mientras que los jubilados y pensionistas los que menos

3.2.4 Nacionalidad (española o no)

H0: No existe relación entre el uso como turista y la nacionalidad

H1: Existe relación entre el uso como turista y la nacionalidad

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	10,262 ^a	1	,001		
Continuity Correction ^b	8,493	1	,004		
Likelihood Ratio	11,926	1	,001		
Fisher's Exact Test				,001	,001
Linear-by-Linear Association	10,199	1	,001		
N of Valid Cases	163				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,46.

b. Computed only for a 2x2 table

El P-valor es menor de 5%, por lo que con un 95% de nivel de confianza se puede afirmar que hay relación

Crosstab

			España?		Total
			0	1	
USU	0	Count	1	81	82
		% within España?	7,7%	54,0%	50,3%
	1	Count	12	69	81
		% within España?	92,3%	46,0%	49,7%
Total		Count	13	150	163
		% within España?	100,0%	100,0%	100,0%

Se puede observar que los españoles utilizan menos Airbnb que los demás.

4. OBJETIVO: MOTIVOS PARA UTILIZAR O NO AIRBNB

4.1 MOTIVOS PARA UTILIZAR AIRBNB COMO TURISTA

4.1.1 Análisis de los valores medios para “Motivos para utilizar Airbnb como turista”

Motivos para utilizar Airbnb como turista	Valor Medio
Menor precio	5,07
Conocer personas	1,99
Uso más colaborativo	2,74
Mejor servicio	4,06
Confianza en la plataforma	4,51
Fácil uso y acceso	4,96
Sentirme como un habitante más	4,17

4.1.2 Análisis de los motivos para utilizar Airbnb en función del sexo

Se utiliza una prueba T para variables independientes al querer comparar los motivos con una variable dicotómica (género).

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su menor precio]	Se han asumido varianzas iguales	,232	,632	-,448	79	,655	-,243	,541	-1,320	,835
	No se han asumido varianzas iguales			-,441	24,657	,663	-,243	,550	-1,376	,891
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por conocer nuevas personas]	Se han asumido varianzas iguales	,026	,872	1,028	79	,307	,388	,377	-,363	1,139
	No se han asumido varianzas iguales			1,042	25,608	,307	,388	,372	-,378	1,154
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por hacer un uso más colaborativo de los inmuebles]	Se han asumido varianzas iguales	,009	,923	1,111	79	,270	,551	,496	-,437	1,540
	No se han asumido varianzas iguales			1,115	25,290	,275	,551	,495	-,467	1,570
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por ofrecer un mejor servicio que otras plataformas de alojamiento]	Se han asumido varianzas iguales	1,118	,294	,836	79	,406	,443	,530	-,612	1,498
	No se han asumido varianzas iguales			,906	28,295	,372	,443	,489	-,558	1,444
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque confío en la plataforma]	Se han asumido varianzas iguales	,581	,448	-,591	79	,556	,327	,553	-,774	1,428
	No se han asumido varianzas iguales			-,557	23,413	,583	,327	,587	-,886	1,541
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su fácil uso y acceso]	Se han asumido varianzas iguales	3,399	,069	,926	79	,357	,494	,533	-,568	1,555
	No se han asumido varianzas iguales			1,040	29,995	,307	,494	,475	-,476	1,463
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] para disfrutar la ciudad como un habitante más]	Se han asumido varianzas iguales	3,644	,060	,879	79	,382	,526	,598	-,665	1,717
	No se han asumido varianzas iguales			,949	28,098	,351	,526	,554	-,609	1,661

Vemos que todas las significatividades son mayores a 0.05, por lo que aceptamos la hipótesis nula, no existen diferencias significativas entre los sexos.

4.1.3 Análisis de los motivos para utilizar Airbnb en función de la nacionalidad.

Al comparar los motivos con una variable dicotómica (Nacionalidad) se utiliza una prueba T para variables independientes.

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su menor precio]	Se han asumido varianzas iguales	1,045	,310	1,686	78	,096	,976	,579	-,176	2,128
	No se han asumido varianzas iguales			1,431	15,003	,173	,976	,682	-,477	2,429
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por conocer nuevas personas]	Se han asumido varianzas iguales	1,569	,214	-,126	78	,264	-,474	,421	-1,312	,364
	No se han asumido varianzas iguales			-,924	14,700	,370	-,474	,513	-1,570	,622
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por hacer un uso más colaborativo de los inmuebles]	Se han asumido varianzas iguales	,023	,879	-,129	78	,223	-,681	,554	-1,783	,422
	No se han asumido varianzas iguales			-,175	16,340	,257	-,681	,579	-1,907	,545
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por ofrecer un mejor servicio que otras plataformas de alojamiento]	Se han asumido varianzas iguales	6,254	,014	,361	78	,719	,211	,585	-,954	1,376
	No se han asumido varianzas iguales			,464	23,212	,647	,211	,456	-,731	1,153
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque confío en la plataforma]	Se han asumido varianzas iguales	,001	,980	-,128	78	,898	-,078	,608	-1,288	1,132
	No se han asumido varianzas iguales			-,126	16,649	,902	-,078	,622	-1,392	1,236
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su fácil uso y acceso]	Se han asumido varianzas iguales	,573	,451	-,806	78	,547	-,352	,582	-1,511	,806
	No se han asumido varianzas iguales			-,626	17,529	,539	-,352	,563	-1,538	,833
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] para disfrutar la ciudad como un habitante más]	Se han asumido varianzas iguales	4,565	,036	,801	78	,425	,529	,660	-,785	1,844
	No se han asumido varianzas iguales			,917	19,636	,370	,529	,577	-,676	1,734

No hay diferencias significativas entre las nacionalidades para ningún motivo, ya que todos tienen significatividades superiores a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis nula para ellos, concluyendo que no hay diferencias.

4.1.4 Análisis de los motivos para utilizar Airbnb en función de la edad

Se realiza un análisis ANOVA, tras deseleccionar los grupos de edad (“Más de 65 años” y “De 41 a 50 años”) por no tener casos suficientes como para poder realizar un análisis.

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por su menor precio]	Inter-grupos	21,797	2	10,898	3,075	,052
	Intra-grupos	269,393	76	3,545		
	Total	291,190	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por conocer nuevas personas]	Inter-grupos	12,128	2	6,064	3,296	,042
	Intra-grupos	139,821	76	1,840		
	Total	151,949	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por hacer un uso más colaborativo de los inmuebles]	Inter-grupos	13,606	2	6,803	2,057	,135
	Intra-grupos	251,330	76	3,307		
	Total	264,937	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por ofrecer un mejor servicio que otras plataformas de alojamiento]	Inter-grupos	4,697	2	2,348	,623	,539
	Intra-grupos	286,493	76	3,770		
	Total	291,190	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. porque confío en la plataforma]	Inter-grupos	19,697	2	9,849	2,548	,085
	Intra-grupos	293,796	76	3,866		
	Total	313,494	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por su fácil uso y acceso]	Inter-grupos	15,886	2	7,943	2,218	,116
	Intra-grupos	272,114	76	3,580		
	Total	288,000	78			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. para disfrutar la ciudad como un habitante más]	Inter-grupos	4,261	2	2,130	,443	,644
	Intra-grupos	365,891	76	4,814		
	Total	370,152	78			

La significatividad es mayor que 0.05 en todos los motivos salvo en “Conocer nuevas personas”, por lo que aceptamos la hipótesis nula para los demás, no hay diferencias significativas entre los grupos de edad. Para el motivo “conocer nuevas personas” aceptamos la hipótesis alternativa, sí hay diferencias significativas.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por conocer nuevas personas]

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
3,366	2	76	,040

El p-valor es menor que 0.05 por lo que no se asumen varianzas iguales, por lo que se realiza un análisis Tamhane.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por conocer nuevas personas]
Tamhane

(I) EdadCod	(J) EdadCod	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
18-30 años	31-40 años	,424	,365	,612	-,61	1,45
	51-64 años	-1,476	1,042	,537	-5,47	2,52
31-40 años	18-30 años	-,424	,365	,612	-1,45	,61
	51-64 años	-1,900	1,080	,366	-5,76	1,96
51-64 años	18-30 años	1,476	1,042	,537	-2,52	5,47
	31-40 años	1,900	1,080	,366	-1,96	5,76

Se puede observar que los usuarios de entre 31-40 años son los que más importancia dan a este motivo, a 0.424 puntos de los más jóvenes y a 1.9 de los usuarios de entre 51 y 64 años.

4.1.5 Análisis de los motivos para utilizar Airbnb y la ocupación principal

Para realizar este análisis ANOVA ha habido que excluir a los “Trabajadores por cuenta propia” por no haber suficientes casos para analizar correctamente.

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por su menor precio]	Inter-grupos	10,296	4	2,574	,679	,609
	Intra-grupos	284,454	75	3,793		
	Total	294,750	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por conocer nuevas personas]	Inter-grupos	23,972	4	5,993	3,484	,012
	Intra-grupos	129,016	75	1,720		
	Total	152,988	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por hacer un uso más colaborativo de los inmuebles]	Inter-grupos	29,165	4	7,291	2,314	,065
	Intra-grupos	236,322	75	3,151		
	Total	265,488	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por ofrecer un mejor servicio que otras plataformas de alojamiento]	Inter-grupos	9,537	4	2,384	,635	,639
	Intra-grupos	281,663	75	3,756		
	Total	291,200	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque confío en la plataforma]	Inter-grupos	12,562	4	3,140	,782	,540
	Intra-grupos	301,238	75	4,017		
	Total	313,800	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por su fácil uso y acceso]	Inter-grupos	12,874	4	3,219	,874	,484
	Intra-grupos	276,113	75	3,682		
	Total	288,988	79			
Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... para disfrutar la ciudad como un habitante más]	Inter-grupos	13,554	4	3,388	,706	,590
	Intra-grupos	359,834	75	4,798		
	Total	373,388	79			

Como se observa la significatividad es mayor a 0.05 en todas la variables, salvo en “Conocer nuevas personas”, por lo que se concluye que en las otras no hay relación con

la variables ocupación principal, salvo en “Conocer nuevas personas” que se acepta la hipótesis alternativa, al ser el P-valor mayor que 0.05.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por conocer nuevas personas]

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
4,398	4	75	,003

El nivel de significación es menor que 0.05, por lo que se concluye que las varianzas para los distintos grupos son diferentes. Por lo que en el análisis Post-hoc se utilizara el análisis Tamhane, para varianzas diferentes.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por conocer nuevas personas]

Tamhane

(I) Oc Ppal	(J) Oc Ppal	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Estudiante	Tr. Cuenta Ajena	,275	,284	,984	-,56	1,10
	Pensionista	-1,045	1,238	,998	-9,77	7,67
	Jubilado	-2,379	1,773	,975	-26,10	21,34
	Desempleado	,455	,531	,997	-2,63	3,53
Tr. Cuenta Ajena	Estudiante	-,275	,284	,984	-1,10	,56
	Pensionista	-1,320	1,245	,989	-9,87	7,23
	Jubilado	-2,653	1,778	,957	-25,94	20,63
	Desempleado	,180	,547	1,000	-2,71	3,07
Pensionista	Estudiante	1,045	1,238	,998	-7,67	9,77
	Tr. Cuenta Ajena	1,320	1,245	,989	-7,23	9,87
	Jubilado	-1,333	2,147	1,000	-13,79	11,13
	Desempleado	1,500	1,323	,979	-5,90	8,90
Jubilado	Estudiante	2,379	1,773	,975	-21,34	26,10
	Tr. Cuenta Ajena	2,653	1,778	,957	-20,63	25,94
	Pensionista	1,333	2,147	1,000	-11,13	13,79
	Desempleado	2,833	1,833	,940	-16,58	22,25
Desempleado	Estudiante	-,455	,531	,997	-3,53	2,63
	Tr. Cuenta Ajena	-,180	,547	1,000	-3,07	2,71
	Pensionista	-1,500	1,323	,979	-8,90	5,90
	Jubilado	-2,833	1,833	,940	-22,25	16,58

Se puede identificar que los estudiantes valoran más este motivo para elegir Airbnb que los trabajadores por cuenta ajena y que los desempleados pero en un punto y dos menos que los pensionistas y jubilados respectivamente. Los trabajadores por cuenta ajena también lo valoran bastante menos que pensionistas y jubilados, pero más que los desempleados. Siguiendo la observación los jubilados lo valoran más que todos los demás grupos en entre 1.3 y 2.6 puntos. Finalmente los desempleados son los que menos lo valoran.

4.2 MOTIVOS PARA NO UTILIZAR AIRBNB COMO TURISTA

4.2.1 Análisis de los valores medios de los motivos para no utilizar Airbnb

Motivos para No utilizar Airbnb como turista	Valor Medio	Varianza
Mayores precios	2,35	3,1
No apruebo su uso	2,5	4,38
Desconfiar de la plataforma	2,58	3,45
Desc. de los apartamentos	2,65	3,6
Mal servicio	2	1,75
No uso de estas plataformas	3,35	4,65
Difícil uso y acceso	2,31	3,88

4.2.2 Análisis de los motivos para no utilizar Airbnb en función del sexo

Al ser la variable de agrupación dicotómica se utiliza un análisis para muestras independientes.

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por sus mayores precios]	Se han asumido varianzas iguales	17,541	,000	-2,625	46	,012	-1,276	,486	-2,255	-,298
	No se han asumido varianzas iguales			-2,479	27,933	,019	-1,276	,515	-2,331	-,222
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. porque no apruebo su uso]	Se han asumido varianzas iguales	6,698	,013	-1,240	46	,221	-,755	,609	-1,981	,470
	No se han asumido varianzas iguales			-1,213	38,915	,232	-,755	,623	-2,015	,504
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. porque desconfío de la plataforma]	Se han asumido varianzas iguales	,399	,531	-1,430	46	,159	-,769	,538	-1,852	,314
	No se han asumido varianzas iguales			-1,428	44,381	,160	-,769	,539	-1,855	,316
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. porque desconfío de los apartamentos ofertados]	Se han asumido varianzas iguales	4,008	,051	-1,026	46	,310	-,570	,555	-1,688	,548
	No se han asumido varianzas iguales			-1,010	40,922	,318	-,570	,564	-1,709	,570
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por su mal servicio con respecto a otras plataformas]	Se han asumido varianzas iguales	5,627	,022	-1,310	46	,197	-,503	,384	-1,277	,270
	No se han asumido varianzas iguales			-1,269	35,929	,213	-,503	,397	-1,308	,301
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. porque no uso este tipo de plataformas online para reservar]	Se han asumido varianzas iguales	,012	,913	-1,159	46	,874	-,101	,638	-1,385	1,182
	No se han asumido varianzas iguales			-1,159	45,000	,874	-,101	,636	-1,383	1,180
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [.. por su difícil uso y acceso]	Se han asumido varianzas iguales	7,118	,011	-1,339	46	,187	-,766	,572	-1,917	,386
	No se han asumido varianzas iguales			-1,301	36,984	,201	-,766	,588	-1,958	,427

Tras comprobar la prueba de homogeneidad de varianzas se comprueba la significatividad bilateral. Se puede observar que salvo para la variable “Por sus mayores precios” la significatividad es mayor que 0.05, por lo que para esos motivos se acepta la hipótesis nula, no habiendo relación entre las variables. Para “por sus mayores precios” se acepta la hipótesis alternativa.

Estadísticos de grupo

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por sus mayores precios]	Hombre	27	1,74	,984	,189
	Mujer	22	3,05	2,236	,477

Se puede observar que las mujeres valoran más de media este motivo que los hombres.

4.2.3 Análisis de los Motivos para no utilizar Airbnb en función de la edad

Al ser la variable de agrupación ordinal con más de dos valores se utiliza el análisis ANOVA.

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por sus mayores precios]	Inter-grupos	16,351	3	5,450	1,808	,160
	Intra-grupos	132,629	44	3,014		
	Total	148,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque no apruebo su uso]	Inter-grupos	39,086	3	13,029	3,354	,027
	Intra-grupos	170,914	44	3,884		
	Total	210,000	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque desconfío de la plataforma]	Inter-grupos	9,495	3	3,165	,892	,453
	Intra-grupos	156,171	44	3,549		
	Total	165,667	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque desconfío de los apartamentos ofertados]	Inter-grupos	9,398	3	3,133	,843	,478
	Intra-grupos	163,581	44	3,718		
	Total	172,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su mal servicio con respecto a otras plataformas]	Inter-grupos	6,457	3	2,152	1,221	,313
	Intra-grupos	77,543	44	1,762		
	Total	84,000	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque no uso este tipo de plataformas online para reservar]	Inter-grupos	10,636	3	3,545	,735	,537
	Intra-grupos	212,343	44	4,826		
	Total	222,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] por su difícil uso y acceso]	Inter-grupos	29,284	3	9,761	2,735	,055
	Intra-grupos	157,029	44	3,569		
	Total	186,313	47			

Se observa que sólo la significatividad de la variable “no apruebo su uso” es menor que 0.05, por lo que rechazaremos la hipótesis nula para este caso, es decir, hay diferencias significativas entre los grupos. Mientras, para el resto de motivos aceptamos la hipótesis nula, no hay diferencias significativas entre los grupos.

Prueba de homogeneidad de varianzas

No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [...] porque no apruebo su uso]

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
3,851	3	44	,016

Se observa que la prueba de homogeneidad de varianzas es menor que 0.05, por lo que se asumen varianzas distintas entre los grupos. Se utilizará un análisis Post-Hoc de Tamhane.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque no apruebo su uso]

Tamhane

(I) EdadCod	(J) EdadCod	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
18-30 años	31-40 años	,571	,588	,921	-1,17	2,32
	41-50 años	-,200	,708	1,000	-2,62	2,22
	51-64 años	-1,800	,763	,150	-3,99	,39
31-40 años	18-30 años	-,571	,588	,921	-2,32	1,17
	41-50 años	-,771	,724	,899	-3,28	1,74
	51-64 años	-2,371*	,778	,037	-4,64	-,10
41-50 años	18-30 años	,200	,708	1,000	-2,22	2,62
	31-40 años	,771	,724	,899	-1,74	3,28
	51-64 años	-1,600	,872	,425	-4,27	1,07
51-64 años	18-30 años	1,800	,763	,150	-,39	3,99
	31-40 años	2,371*	,778	,037	,10	4,64
	41-50 años	1,600	,872	,425	-1,07	4,27

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

Se puede comprobar que las personas de entre 31 y 40 años son los que menos valor dan a este motivo, mientras que el grupo más mayor en este caso (51-64 años) son los que más valor dan a este motivo.

4.2.4 Análisis de los motivos para no utilizar Airbnb y la nacionalidad.

Esta comparación no se ha podido realizar por falta de casos de “no usuarios” no españoles, lo que hacía la comparación inservible estadísticamente.

4.2.5 Análisis de los Motivos para no utilizar Airbnb en función de la ocupación principal

El análisis en función de la ocupación requerirá de un análisis ANOVA. Para este análisis se han juntado distintas ocupaciones en grupos para que tuviesen una mayor representatividad (jubilados y pensionistas se han juntado en pensionistas y Funcionarios y Trabajadores por cuenta ajena se han juntado también).

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por sus mayores precios]	Inter-grupos	10,890	4	2,722	,848	,503
	Intra-grupos	138,089	43	3,211		
	Total	148,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque no apruebo su uso]	Inter-grupos	31,803	4	7,951	1,919	,125
	Intra-grupos	178,197	43	4,144		
	Total	210,000	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque desconfío de la plataforma]	Inter-grupos	11,769	4	2,942	,822	,518
	Intra-grupos	153,897	43	3,579		
	Total	165,667	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque desconfío de los apartamentos ofertados]	Inter-grupos	21,990	4	5,497	1,566	,201
	Intra-grupos	150,989	43	3,511		
	Total	172,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por su mal servicio con respecto a otras plataformas]	Inter-grupos	3,707	4	,927	,496	,738
	Intra-grupos	80,293	43	1,867		
	Total	84,000	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... porque no uso este tipo de plataformas online para reservar]	Inter-grupos	32,184	4	8,046	1,813	,144
	Intra-grupos	190,795	43	4,437		
	Total	222,979	47			
No utilizo Airbnb para buscar alojamiento... [... por su difícil uso y acceso]	Inter-grupos	33,599	4	8,400	2,365	,068
	Intra-grupos	152,714	43	3,551		
	Total	186,313	47			

Se puede observar que todos los motivos tienen una significatividad superior a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis nula, al 95% de confianza se puede afirmar que no hay diferencias entre las ocupaciones de los distintos motivos.

5. OBJETIVO: MOTIVOS PARA NO SER PROPIETARIO

5.1 ANÁLISIS DE LOS VALORES MEDIOS MOTIVOS PARA NO SER PROPIETARIOS

Motivo	Valor Medio
No tengo propiedad disponible	4,63
No quiero alquilar	4,19
Miedo a posibles daños en la vivienda	3,31
Desconfío de la plataforma	2,21
No apruebo su uso	1,97
Utilizo otros medios	1,75
Difícil uso y acceso de la plataforma	1,67
Valor medio total	2,82

Se puede observar que el no tener propiedad disponible para alquilar es el principal motivo para no querer hospedar a turistas junto con el hecho de no querer alquilar. El primer motivo referente a la plataforma es el miedo a daños en la vivienda y la desconfianza hacia la plataforma; tras estos vuelve a aparecer el no aprobar su uso y finalmente en los últimos puestos el utilizar otros medios y el difícil uso.

6. OBJETIVO: SATISFACCIÓN

6.1 ANÁLISIS DE LAS SATISFACCIONES MEDIAS

Estadísticos para una muestra

	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con el servicio de Airbnb como mediador? (Es decir, método de pago, gestión de la reserva, búsqueda de oferta, calidad de la plataforma...)	81	5,93	,891	,099
¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con los alojamientos reservados por Airbnb?	81	5,74	,891	,099

Se puede observar los valores medios para ambas satisfacciones, 5.93 para la plataforma y 5.74 para los alojamientos.

6.2 RESPUESTAS PARA LAS SATISFACCIONES

Respuestas	Satisfacción con Airbnb	Satisfacción con los apartamentos
(Nada Satisfecho)		
1	0%	0%
2	0%	0%
3	0%	0%
4	7,4%	7,1%
5	33,3%	30,8%
6	37,0%	37,7%
(Totalmente Satisfecho) 7	22,2%	24,4%
Total general	100%	100%

Todos los valores se encuentran entre 4 y 7 para ambas variables.

6.4 COMPARACIÓN DE SATISFACCIONES

H₀: La satisfacción con Airbnb y los apartamentos es la misma

H₁: La satisfacción con Airbnb y los apartamentos es distinta

Prueba de muestras relacionadas

		Diferencias relacionadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
		Media	Desviación tip.	Error tip. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
					Inferior				Superior
Par 1	¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con el servicio de Airbnb como mediador? (Es decir, método de pago, gestión de la reserva, búsqueda de oferta, calidad de la plataforma...) - ¿Cómo de satisfecho se suele encontrar con los alojamientos reservados por Airbnb?	,185	,976	,108	-,031	,401	1,707	80	,092

El valor de la significatividad es mayor que 0.05, así que con un 95% de confianza podemos aceptar la hipótesis alternativa e indicar que ambos valores son iguales.

7. OBJETIVO: IMAGEN

7.1 VALORES MEDIOS

	Airbnb	Economía colaborativa	Diferencia
Ahorro	4,91	5,01	0,10
Barato	4,83	4,98	0,15
Creación de relaciones	3,79	4,77	0,98
Moderno	4,88	5,51	0,63
Racional	4,09	4,63	0,54
Social	4,08	5,46	1,38
Solidario	3,64	4,35	0,71
Sostenible	4,09	4,87	0,78

7.2 BARATO

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 4.98					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Barato]	-,981	129	,328	-,157	-,47	,16

El p-valor resulta mayor que el 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de barato de Airbnb y de economía colaborativa es la misma.

7.3 CREACION DE RELACIONES

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 4.77					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Creación de relaciones]	-6,197	129	,000	-,985	-1,30	-,67

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Creación de relaciones” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

7.4 AHORRO

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 5.01						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Ahorro]	-,645	129	,520	-,110	-,45	,23

El p-valor resulta mayor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Ahorro” de Airbnb y de economía colaborativa es la misma.

7.5 MODERNO

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 5.51						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Moderno]	-3,970	129	,000	-,648	-,97	-,33

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Moderno” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

7.6 RACIONAL

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 4.63						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Racional]	-3,506	129	,001	-,553	-,87	-,24

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Racional” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

7.7 SOCIAL

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 5.46						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Social]	-8,322	129	,000	-1,391	-1,72	-1,06

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Social” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

7.8 SOLIDARIO

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 4.35						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Solidario]	-4,259	129	,000	-,712	-1,04	-,38

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Solidario” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

7.9 SOSTENIBLE

H₀: Valor medio para Airbnb = Valor medio para Economía colaborativa

H₁: Valor medio para Airbnb \neq Valor medio para Economía colaborativa

Prueba para una muestra						
Valor de prueba = 4.87						
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
[Sostenible]	-4,498	129	,000	-,793	-1,14	-,44

El p-valor resulta menor que 5%, por lo que se puede afirmar que, con un 95% de confianza, la imagen de “Sostenible” de Airbnb y de economía colaborativa es distinta.

8. OBJETIVO: OPCIÓN DE REFERENCIA

8.1 FRECUENCIA DE BÚSQUEDA

H₀: Valor medio es igual a 4

H₁: Valor medio es superior a 4

Prueba para una muestra						
	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
En la siguiente pregunta indique la frecuencia con la que consulta Airbnb a la hora de buscar un alojamiento turístico	9,010	80	,000	1,543	1,20	1,88

Al ser el P-valor menor que 0.05, con un 95% de confianza, se puede rechazar la hipótesis nula.

Estadísticos para una muestra				
	N	Media	Desviación tip.	Error típ. de la media
En la siguiente pregunta indique la frecuencia con la que consulta Airbnb a la hora de buscar un alojamiento turístico	81	5,54	1,542	,171

El valor medio es mayor que 4, por lo que se puede afirmar la hipótesis alternativa, el valor medio es mayor que 4.

8.2 PORCENTAJE DE RESPUESTAS Y VALOR MEDIO

Frecuencia de uso de Airbnb	Porcentaje de respuestas
(Nunca) 1	0%
2	5%
3	10%
4	10%
5	12%
6	27%
(Siempre) 7	36%
Total	100%
Valor medio	5,54

9. OBJETIVO: POTENCIAL CRECIMIENTO

9.1 DISPOSICIÓN A RESERVAR ALOJAMIENTO

9.1.1 Valor medio y porcentaje de respuestas

Disposición a utilizarlo para reservar	Porcentaje de respuestas
(Totalmente dispuesto) 7	20,8%
6	16,7%
5	12,5%
4	25,0%
3	4,2%
2	8,3%
(Nada dispuesto) 1	12,5%
Total	100%
Valor Medio	4,50

9.1.2 Valor medio igual a 4

H₀: Valor medio igual a 4

H₁: Valor medio mayor que 4

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar esta plataforma para reservar un alojamiento turístico en un futuro? Siendo 1 nada dispuesto y 7 totalmente dispuesto	1,732	47	,090	,500	-,08	1,08

Al ser el P-valor mayor que el 5%, con un 95% de confianza, se puede aceptar la hipótesis nula, el valor es igual a 4.

	N	Media	Desviación tip.	Error tip. de la media
De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar esta plataforma para reservar un alojamiento turístico en un futuro? Siendo 1 nada dispuesto y 7 totalmente dispuesto	48	4,50	2,000	,289

9.2 DISPOSICIÓN A PRESTAR ALOJAMIENTO

9.2.1 Valor medio y porcentaje de respuestas

Disposición a utilizarlo para alquilar	Porcentaje de respuestas
(Totalmente dispuesto) 7	11,9%
6	8,5%
5	24,6%
4	11,9%
3	12,7%
2	10,2%
(Nada dispuesto) 1	20,3%
Total	100%
Valor Medio	3,83

9.2.2 Valor medio igual a 4 para la disposición a utilizarlo para alquilar

H₀: Valor medio es igual a 4

H₁: Valor medio es diferente de 4

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar Airbnb como propietario para prestar alojamiento a turistas en un futuro?	-,918	117	,360	-,169	-,54	,20

Al ser el P-valor mayor que el 5%, con un 95% de confianza, se acepta la hipótesis nula.

Estadísticos para una muestra

	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
De 1 a 7 ¿En qué grado estaría dispuesto a utilizar Airbnb como propietario para prestar alojamiento a turistas en un futuro?	118	3,83	2,006	,185

10. OBJETIVO: COMO AIRBNB SE DA A CONOCER Y RECOMIENDA

10.1. CÓMO SE CONOCE AIRBNB

10.1.1 Análisis del medio a través del que se conoció

Cómo conoció Airbnb	
No recuerda	13,2%
Por un programa televisivo, de radio o de internet	3,9%
Por un comentario en internet	3,9%
Por un artículo de periódico o revista	0,8%
Por un anuncio en televisión, radio o internet	7%
Por recomendación de un conocido	62,8%
Por las redes sociales	8,5%
Total	100%

10.1.2 Análisis de la efectividad del medio por el que se conoce Airbnb

H₀: No existe relación entre el medio por el que se conoce y ser usuario

H₁: Existe relación entre el medio por el que se conoce y ser usuario

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,353 ^a	6	,111
Razón de verosimilitudes	10,517	6	,104
N de casos válidos	129		

a. 8 casillas (57,1%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,37.

El p-valor de la chi-cuadrado es mayor que 5% por lo que aceptamos la hipótesis nula, no existe relación entre ser usuario y el modo en el que se conoció Airbnb.

10.2 RECOMIENDA PARA HOSPEDARSE:

Tabla de contingencia Conoce * Rec_Usu

		Rec_Usu		Total	
		No	Sí		
Conoce	1,00	Recuento	37	92	129
		% dentro de Conoce	28,7%	71,3%	100,0%
Total		Recuento	37	92	129
		% dentro de Conoce	28,7%	71,3%	100,0%

Tabla de contingencia Usuario * Rec_Usu

		Rec_Usu		Total
		No	Sí	
Usuario	No	Recuento 31	17	48
		% dentro de Usuario 64,6%	35,4%	100,0%
Sí	Recuento	6	75	81
		% dentro de Usuario 7,4%	92,6%	100,0%
Total	Recuento	37	92	129
		% dentro de Usuario 28,7%	71,3%	100,0%

Tabla de contingencia Propietarios * Rec_Usu

		Rec_Usu		Total
		No	Sí	
Propietarios	,00	Recuento 37	81	118
		% dentro de Propietarios 31,4%	68,6%	100,0%
1,00	Recuento	0	11	11
		% dentro de Propietarios 0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	37	92	129
		% dentro de Propietarios 28,7%	71,3%	100,0%

El 71.3% de las personas que lo conocen ha recomendado su uso para alojarse. El 68.6% de las personas que no son propietarias pero conocen Airbnb ha recomendado su uso para hospedarse y todos los que lo utilizan como propietario. El 35,4% de las personas que nunca lo han utilizado pero que lo conocen sí ha recomendado su uso alguna vez y los que sí lo han usado el 92.6%.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48,167 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad ^b	45,413	1	,000		
Razón de verosimilitudes	49,439	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	47,794	1	,000		
N de casos válidos	129				

a. 0 casillas (0,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 13,77.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Se puede apreciar una clara, y obvia, diferencia entre los que lo han usado y los que no. Los que lo han usado lo han recomendado en un 92,6% de las ocasiones, además los que no lo han usado aun así recomiendan su uso en un 35.4% de los casos.

10.3 CÓMO SE RECOMIENDA SU USO PARA HOSPEDARSE

Tabla de contingencia

		Rec usu Wapp		Total
		0	1	
Recomienda 1	Recuento	78	14	92
		% dentro de Recomendación 84,8%	15,2%	100,0%
Total	Recuento	78	14	92
		% dentro de Recomendación 84,8%	15,2%	100,0%

Tabla de contingencia

		Rec usu Inst		Total
		0	1	
Recomienda 1	Recuento	90	2	92
		% dentro de Recomendación 97,8%	2,2%	100,0%
Total	Recuento	90	2	92
		% dentro de Recomendación 97,8%	2,2%	100,0%

Tabla de contingencia

		Rec usu Coment		Total
		0	1	
Recomienda 1	Recuento	1	91	92
		1,1%	98,9%	100,0%
Total	Recuento	1	91	92
		1,1%	98,9%	100,0%

Tabla de contingencia

		Rec usu FB		Total
		0	1	
Recomienda 1	Recuento	88	4	92
		95,7%	4,3%	100,0%
Total	Recuento	88	4	92
		95,7%	4,3%	100,0%

De las personas que lo han recomendado el 98.9% lo han hecho boca a boca, el 4,3% a través de Facebook, el 15,2% a través de WhatsApp y el 2.2% por Instagram.

10.4 RECOMENDACIÓN PROPIETARIOS

		Rec_Prop		Total	
		No	Sí		
Conoce	1,00	Recuento	92	37	129
		% dentro de Conoce	71,3%	28,7%	100,0%
Total		Recuento	92	37	129
		% dentro de Conoce	71,3%	28,7%	100,0%

		Rec_Prop		Total	
		No	Sí		
Usuario	No	Recuento	39	9	48
		% dentro de Usuario	81,2%	18,8%	100,0%
	Sí	Recuento	53	28	81
		% dentro de Usuario	65,4%	34,6%	100,0%
Total		Recuento	92	37	129
		% dentro de Usuario	71,3%	28,7%	100,0%

		Rec_Prop		Total	
		No	Sí		
Propietarios	No	Recuento	91	27	118
		% dentro de Propietarios	77,1%	22,9%	100,0%
		% del total	70,5%	20,9%	91,5%
	Sí	Recuento	1	10	11
		% dentro de Propietarios	9,1%	90,9%	100,0%
		% del total	0,8%	7,8%	8,5%
Total		Recuento	92	37	129
		% dentro de Propietarios	71,3%	28,7%	100,0%
		% del total	71,3%	28,7%	100,0%

El 28.7% de las personas que lo conocen pero que nunca lo han utilizado recomienda, aun así, su uso como propietario. Entre las personas que lo han utilizado como turista el porcentaje sube hasta 34.5% y finalmente el 90.9% de los propietarios ha recomendado su uso.

10.5 CÓMO SE RECOMIENDA AIRBNB PARA DAR ALOJAMIENTO

		Whats		Total	
		0	1		
Rec Prop	1	Recuento	33	4	37
		% dentro de Rec Prop	89,2%	10,8%	100,0%
Total		Recuento	33	4	37
		% dentro de Rec Prop	89,2%	10,8%	100,0%

		Coment	Total	
		1		
Rec Prop	1	Recuento	37	37
		% dentro de Rec Prop	100,0%	100,0%
Total		Recuento	37	37
		% dentro de Rec Prop	100,0%	100,0%

		FB		Total	
		0	1		
Rec Prop	1	Recuento	35	2	37
		% dentro de Rec Prop	94,6%	5,4%	100,0%
Total		Recuento	35	2	37
		% dentro de Rec Prop	94,6%	5,4%	100,0%

		Inst	Total	
		0		
Rec Prop	1	Recuento	37	37
		% dentro de Rec Prop	100,0%	100,0%
Total		Recuento	37	37
		% dentro de Rec Prop	100,0%	100,0%

De las personas que han recomendado su uso como propietario todos lo han hecho comentándolo con conocidos, el 5,4% además a través de Facebook, el 10.8% por WhatsApp y ninguno por Instagram.