

MATERIALISMO, INDIVIDUALISMO Y CONSUMO COLABORATIVO EN TURISMO

Una investigación sobre los usuarios de Airbnb en Brasil

Sergio H. Lima

Diego S. Lima

Francisco S. Araújo

Aurio Lucio Leocádio

Universidade Federal de Ceará

Fortaleza, Brasil

El surgimiento del consumo colaborativo ha impactado en diversas áreas, como tecnología de la información, movilidad urbana y turismo y hospitalidad. Aunque la investigación académica haya acompañado este crecimiento, las influencias del materialismo y del individualismo sobre el compromiso del consumidor con las prácticas de consumo colaborativo en turismo aún no fueron debidamente investigadas. El presente estudio exploró dicho vacío evaluando estas influencias a partir de un survey con 273 individuos que se relacionan con la plataforma de alojamiento Airbnb. Usando el análisis factorial exploratorio y el modelo de ecuaciones estructurales, los principales resultados evidenciaron que (i) materialismo e individualismo son constructos positivamente correlacionados, (ii) ambos influyen en el consumo colaborativo, (iii) pero la influencia del materialismo es negativa, mientras la del individualismo es positiva. Se presentan resultados adicionales del análisis de multigrupos y se plantean oportunidades para futuras investigaciones.

PALABRAS CLAVE: Consumo colaborativo, determinantes, modelo de ecuaciones estructurales.