

¿Afectan las características sociodemográficas del turista en su comportamiento con el consumo del agua durante su estancia en hoteles?



Autora: Jaqueline Pérez Marrero

Tutor: Desiderio Gutiérrez Taño

Grado en Turismo ULL

Curso 2021/2022

Junio 2022

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	3
2. CONTEXTO DEL CONSUMO DE AGUA EN HOTELES	5
3. MARCO TEÓRICO	9
3.1 Teoría	9
3.2 Variables	10
3.3 Relaciones	12
4. OBJETIVOS	14
5. METODOLOGÍA	15
5.1 Método de estudio	15
5.2 Cuestionario y medida de las respuestas	15
5.3 Recogida de datos	17
5.4 Estructura de la muestra obtenida	18
5.5 Método de análisis de datos	19
5.6 Recategorización de variables	19
6. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	20
6.1 Análisis descriptivo	20
6.1.1 Comportamiento	22
6.1.2 Actitud	23
6.1.3 Norma personal	23
6.1.4 Preocupación	23
6.2 Análisis de las relaciones	23
6.2.1 Sexo	24
6.2.2 Edad	25
6.2.3 Actividad	25
6.2.4 Estudios	25
6.2.5 Nivel económico	26
7. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES PRÁCTICAS	26
7.1 Discusión	26
7.2 Implicaciones prácticas	29
8. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	30
8.1 Conclusiones	30
8.2 Limitaciones	31
BIBLIOGRAFÍA	32
ANEXO: CUESTIONARIO	35

Índice de tablas

Tabla 1: Definición de variables.....	11
Tabla 2: Medida de ítems	16
Tabla 3: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación.....	18
Tabla 4: Recategorización de variables	19
Tabla 5: Media de los ítems de cada constructo. Escala de 1 a 7. (i) escala inversa.....	20
Tabla 6: Tablas de medias de los ítems de los constructos y test t de comparación de medias.....	24
Tabla 7: Tablas de medias de los constructos y test t de comparación de medias.	24

Índice de gráficos

Gráfico 1: Medida de los ítems de cada constructo.....	22
--	----

Resumen

El consumo de agua en los hoteles es un tema ambiental que se encuentra en el punto de mira. También preocupa cómo es el comportamiento del turista en cuanto al consumo del agua y qué variables afectan a su comportamiento. Estudios previos han planteado cómo las características sociodemográficas afectan al comportamiento del consumidor en sus prácticas ecológicas, sin embargo, no se han centrado extensamente en el consumo del agua. Es por ello por lo que se ha propuesto con este estudio el análisis de cómo estas variables afectan al comportamiento en esta materia. La metodología utilizada ha sido una encuesta online autoadministrada a 429 personas que se han alojado en hoteles recientemente. Los resultados sugieren que las mujeres, las personas mayores de 44 años, así como los desempleados y los que poseen un nivel de renta superior están más sensibilizados con el ahorro del agua durante sus estancias en hoteles.

Palabras clave: ahorro del agua, hoteles, comportamiento del turista, características sociodemográficas.

Abstract

Water consumption in hotels is an environmental issue in the spotlight. There is also concern about how tourists behave in terms of water consumption and what variables affect their behavior. Previous studies have addressed how sociodemographic characteristics affect consumer behavior in their ecological practices, however, they have not focused extensively on water consumption. This is the reason why this study has been proposed to analyze how these variables affect behavior in this area. The methodology used was a self-administered online survey of 429 recent hotel guests. The results suggest that women, people over 44 years of age, as well as the unemployed and those with a higher income level are more aware of water saving.

Keywords: water saving, hotels, tourist behaviour, sociodemographic characteristics.

1. INTRODUCCIÓN

La situación crítica con respecto al agua es un problema que se da en todas las partes del mundo y está relacionada con la cantidad de agua ya sea por escasez o por abundancia lo cual abarata su precio y deriva en un consumo irresponsable, o por su calidad creando problemas en su consumo al no reunir las condiciones óptimas para ello (Kasim *et al.*,

2014). Siendo este el motivo por el que es necesaria una gestión adecuada evitando crisis de este recurso y catástrofes naturales (Kasim & Mahasneh, 2010). El turismo es una actividad económica que se encuentra en un crecimiento continuo, lo que conlleva una mayor utilización de agua por parte de la industria acentuando los problemas de escasez en determinados entornos (Kasim *et al.*, 2014). En este aspecto los turistas tienen un importante papel ya que según estudios previos un turista consume hasta siete veces más agua que un residente (UNWWD, 2006) ya que las personas tienden a utilizar más agua cuando están de vacaciones que en sus casas (Charalambous *et al.*, 2012).

Los establecimientos hoteleros cada vez son más conscientes de su impacto medioambiental y últimamente es de destacar el aumento de acciones de responsabilidad social encaminadas a disminuir los efectos negativos que su actividad puede producir en el medioambiente (Hamele & Eckardt, 2006). También desde los hoteles se llevan a cabo iniciativas para incentivar a que sus clientes sean responsables por ejemplo con el ahorro del agua.

Desde el mundo académico, también últimamente se ha visto incrementada las investigaciones que intentan explicar los antecedentes del comportamiento medioambientalmente responsable por parte de los turistas. En este sentido podemos encontrar estudios que han investigado este aspecto como pueden ser *Consumer's pro-environmental behavior and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings* de Miao & Wei (2013), *Reinterpreting the theory of planned behavior and its application to green hotel consumption intention* de Shih-Shuo, Xinhua, & Tai-Ying (2021) o *Determining Socio-Demographic, Psychographic and Religiosity of Green Hotel Consumer in Malaysia* de Mas'od & Chin (2014).

Las investigaciones y literatura actuales plantean cómo afecta al comportamiento del turista sus características sociodemográficas en sus prácticas ecológicas (Kwon & Ahn, 2021) o cómo el consumo del agua se ve afectado por motivos hedónicos (Rodríguez-Sánchez *et al.*, 2020) contribuyendo a un conocimiento de la relación que existe entre las variables sociodemográficas y el comportamiento. Sin embargo, no ha habido investigaciones previas que estudien el consumo del agua por parte del turista en relación con sus características sociodemográficas, además de cómo se ve afectada la actitud, la norma personal y la preocupación medioambiental. Es por ello por lo que ese es el

objetivo principal de este trabajo de investigación, analizar y estudiar en qué medidas el comportamiento del turista con respecto a su consumo del agua durante su estancia en hoteles se ve afectado por sus características sociodemográficas, además de contribuir a la literatura previa y generar implicaciones para los empresarios del sector.

Para ello, se llevó a cabo una encuesta online a la población objeto de estudio, formada por los individuos que se hubieran alojado en un establecimiento hotelero en los últimos tres años, así como entrevistas personales. Como herramienta de recogida de datos se utilizó un cuestionario estructurado del que se obtuvo una muestra de 429 personas, principalmente de la isla de Tenerife.

En los siguientes apartados se realiza un análisis exhaustivo de las principales aportaciones realizadas por autores interesados en el comportamiento del turista con respecto a prácticas verdes. Posteriormente, se desarrolla la metodología utilizada en el estudio recogiendo y analizando los principales resultados y hallazgos obtenidos. En último lugar, se lleva a cabo una disputa sobre los resultados logrados contrastándolos con la literatura previa existente, además de recoger una secuencia de implicaciones prácticas derivadas de estos resultados, así como las primordiales conclusiones del trabajo de investigación.

2. CONTEXTO DEL CONSUMO DE AGUA EN HOTELES

El problema del agua en general

La crisis del agua es considerada un fenómeno a nivel global ya que se da en todo el mundo y está relacionada con la cantidad y/o la calidad del agua. Cabe destacar que dependiendo de la situación geográfica se pueden dar unos problemas u otros en relación con el agua, entre ellos se puede señalar la accesibilidad, la falta de instalaciones para aprovechar y almacenar el agua, las sequías y su relación con las lluvias dispersas. En otros países en cambio el problema surge debido a que hay una abundancia de agua que se consigue a bajo coste lo que conlleva a un despilfarro y un consumo irresponsable (Kasim *et al.*, 2014).

Si no se desarrollan estrategias de gestión sostenibles del agua es válido concluir que conllevará a situaciones catastróficas. Es por ello por lo que muchas organizaciones internacionales inciden en que el agua será el problema del siglo XXI, y no la energía.

Además, supondrá nuevos retos económicos, sociopolíticos y medioambientales que se verán agravados por el cambio climático (Kasim & Mahasneh, 2010).

El agua en el turismo

Actualmente el turismo es la mayor industria y la que genera un mayor crecimiento en el mundo (World Travel and Tourism Council (WTTC), 2011) lo que conlleva a sus correspondientes impactos. Según la Organización Mundial del Turismo (2012) el número de turistas internacionales seguirá aumentando, concentrándose en Europa 717 millones, en Asia y el Pacífico 397 millones y en América 389 millones. Este crecimiento supondrá una necesidad sobre el uso y la disponibilidad del agua (World Tourism Organization (WTO), 2009). Una de las consecuencias del turismo sobre el agua es que ejerce una presión sobre los países que tienen escasez de agua debido al uso desmedido de esta. El crecimiento de las llegadas de turistas a los destinos implica un crecimiento simultáneo de las infraestructuras como hoteles, restaurantes, complejos turísticos o campos de golf con sus consecuentes demandas de agua (Kasim *et al.*, 2014).

Un estudio reciente realizado por el Concejo de Acción por el Turismo Ético (2021) ha demostrado que destinos turísticos asiáticos como Bali se enfrentan a un impacto negativo del turismo en la comunidad local. El turismo utiliza un 65% del agua local (Cole, 2012) y se prevé que en 2025 se produzca una importante crisis del agua debido al crecimiento del turismo y de la población de la isla (Cole, 2012).

Por otro lado, la disponibilidad del agua ya no está garantizada incluso en aquellos lugares con disponibilidad de agua debido a sus altas precipitaciones ya que existe una falta de capacidad para almacenar el agua de forma eficaz y tienen unas tasas de contaminación muy elevadas en sus fuentes de agua subterráneas y superficiales. En Malasia, por ejemplo, el 33% de los ríos del país están medianamente o muy contaminados (Choong, 2012).

Trasladando la información a un entorno más cercano, según la Organización Mundial del Turismo (2013) Canarias se encuentra en el tercer lugar como receptora de turismo a nivel nacional, con 10,1 millones de turistas, tras Cataluña y Baleares y es el segundo destino europeo, tras Francia, recibiendo más del 10% de turistas internacionales que visitan Europa (Ruiz-Rosa *et al.*, 2012).

A pesar de que la actividad turística genera múltiples beneficios socioeconómicos en las islas, son destacables los problemas ambientales a medio y largo plazo que genera dicha actividad (Ruiz-Rosa *et al.*, 2012) por lo que es necesario una adecuada gestión del agua, especialmente debido a la escasez que se da de forma más evidente en entornos insulares (Gössling *et al.*, 2012) ya que en determinadas zonas turísticas de costa puedan existir verdaderos problemas de cantidad y calidad en los suministros de agua (Ruiz-Rosa *et al.*, 2012).

El agua en las empresas y hoteles

El agua es un recurso natural estratégicamente necesario para las actividades turísticas (Rico, 2007) siendo, además, limitado.

El consumo del agua en los establecimientos hoteleros es más elevado, un 130% más, que en el resto de las empresas de alojamiento como los campings (Hamele & Eckardt, 2006). En el caso concreto de Canarias, este hecho es debido a que la oferta extrahotelera se ha visto reducida en más de un 50% en los últimos años (Gobierno de Canarias, 2013).

Los hoteles son las empresas del sector turístico que más consume agua porque la gente tiende a utilizar más agua cuando está de vacaciones que en sus casas (Charalambous *et al.*, 2012). Gössling (2012) estimó que el consumo de agua en los establecimientos de alojamiento a nivel internacional era de 1,3km³ al año. Esto se traduce en 222 litros diarios y se debe comparar con los 142 litros que consume un residente al día, por lo que la diferencia es muy significativa (Gössling *et al.*, 2012). Sin embargo, en algunos hoteles el consumo de agua excesivo no se debe solo al consumo de los clientes. Según un estudio en un hotel de Tanzania se observó que la mayor cantidad de agua se destinaba al mantenimiento de las plantas de los jardines para que se encuentren en óptimas condiciones debido a que las plantas eran de otro entorno y no están adaptadas al clima (Gössling *et al.*, 2012).

Por otro lado, cabe destacar que consumo desmedido de este recurso hídrico no solo tiene un impacto medioambiental y social, sino que también supone un impacto económico sobre todo si se tiene en cuenta que en las zonas turísticas el precio del agua es superior a la media nacional (FACUA, 2014). Oreja y Armas (2012) analizan 187 establecimientos hoteleros situados en las Islas Canarias, precisamente en la Provincia de Santa Cruz de Tenerife, y resaltan el fundamental esfuerzo en el control de sus impactos

medioambientales, especialmente en el ahorro de recursos naturales, como es la situación del agua, y en la generación de contaminación y sustancias peligrosas, así como en la reducción del impacto visual y los ruidos. Concretamente, en la situación del agua, puntos como la proporción de agua y su calidad se transforman en criterios cada vez más relevantes en el momento de elegir destinos turísticos (Vera, 2006). De hecho, cuando la falta de recursos es muy notoria como en el caso de Gran Canaria, se adoptan medidas más serias. En la isla el 80% del agua procede de plantas desaladoras y en algunos hoteles se está instalando maquinaria para reutilizar y reciclar la mayor cantidad de agua posible (Padrón, 2018).

El papel de los consumidores

Como se ha mencionado con anterioridad según las afirmaciones de Charalambous *et al.* (2012) las personas tienden a utilizar más agua cuando se están alojando en hoteles que en sus domicilios y por ello los consumidores son considerados la principal razón por la que en el sector turístico hay un elevado consumo de agua. Esto se debe a que los huéspedes tienden a tener una visión de placer para ducharse o bañarse lo que conlleva a la utilización de mayor cantidad de agua en comparación con la utilizada en sus casas (EUROSAT, 2009). En países mediterráneos, como España, es especialmente evidente ya que los turistas consumen el doble de agua que los residentes. Concretamente en Granada, los turistas consumen siete veces más agua que la población local (UNWWD, 2006) Teniendo en cuenta que según datos internacionales el residente consume alrededor de 142 litros de agua diarios (Gössling *et al.*, 2012) se convierten en cifras muy elevadas si son multiplicadas siete veces su valor.

Ya que La Organización Mundial de la Salud considera que solamente se necesitan 100 litros por día y por persona (OMS, 2016) actualmente, a nivel general se han puesto en marcha desarrollos de programas de sensibilización con el objetivo de crear un hábito de uso racional en el consumo del agua por parte de los huéspedes alojados en los hoteles (Ruiz-Rosa *et al.*, 2012). Por lo que tras informar de las medidas propuestas por parte de los hoteles, se pone en manos de los turistas la responsabilidad de actuar de forma sostenible en cuanto a las acciones que este realiza durante su estancia.

El presente trabajo se enmarca en el contexto del comportamiento del consumidor con respecto al uso del agua en los hoteles y se focaliza en estudiar como las variables sociodemográficas afectan al comportamiento. Por lo tanto, es muy importante conocer y

entender los mecanismos que llevan a los turistas a realizar prácticas ecológicas y a exigir a los hoteles que sean responsables con la gestión del agua y el medioambiente en general.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Teoría

En este trabajo se analizará el efecto de las variables sociodemográficas en el comportamiento del consumidor en cuanto al consumo del agua en los hoteles.

Distintas investigaciones han puesto de manifiesto la influencia de variables sociodemográficas en el consumo y/o comportamiento ecológico de los turistas (por ejemplo: Kwon y Ahn, 2020; Mas'od & Chin, 2014). Estos trabajos previos han identificado que variables sociodemográficas como el género, la edad, el nivel de estudios, el nivel socioeconómico, etc. afectan al comportamiento que tienen los turistas en sus viajes.

Por otra parte, el estudio del comportamiento ecológico de los turistas se ha realizado desde distintas perspectivas teóricas.

Rodríguez-Sánchez *et al.* (2020) proponen un marco teórico en el que podemos observar la relación entre el comportamiento con respecto al agua en la habitación del hotel y la influencia de los motivos hedónico y la norma personal. Este estudio sugiere que los motivos hedónicos son más importantes que la norma personal en relación con el consumo del agua, aunque la norma personal tiene la capacidad de reducir esa influencia negativa en el comportamiento con el consumo del agua.

Además, para analizar la actitud y su relación del comportamiento se ha utilizado la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB). La TPB es un modelo desarrollado para predecir los comportamientos individuales hacia un determinado evento (Ajzen, 1995). Esta teoría postula que el comportamiento y la intención hacia ese comportamiento está afectado por la actitud personal, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento (Ajzen, 1995). De acuerdo con la TPB, los predictores más proximales de la conducta son las intenciones de comportamiento, que a su vez están precedidas por las actitudes que reflejan las evaluaciones positivas y negativas del individuo con respecto a adoptar una conducta; la norma subjetiva que muestra una presión o influencia social que percibe el individuo frente a las posibles conductas y el control conductual percibido que se refiere a la facilidad o dificultad percibida para ejecutar finalmente una conducta

(Ajzen, 1985). Como regla general, cuánto más favorable sea la actitud y la norma subjetiva con respecto a un comportamiento, y cuanto mayor sea el control conductual percibido, más fuerte debe ser la intención de la persona de ejecutar la conducta considerada (Ajzen, 1991).

Esta teoría ha sido utilizada para la explicación del comportamiento del consumidor y su aplicación con las practicas ecológicas en diferentes estudios como el desarrollado por Yeh *et al.* (2021) que se basa en la reinterpretación de la TPB y su aplicación en a la intención de consumo en los hoteles ecológicos. El objetivo principal de este estudio era comprender la decisión de un huésped de alojarse en un hotel ecológico utilizando la teoría del comportamiento planificado (TPB) desarrollada por Ajzen (1991). Los resultados de este estudio mostraron que según los resultados de los coeficientes de regresión estandarizados estimados y los valores t indicaron que el control conductual percibido tiene un impacto ligeramente mayor en la intención conductual que la actitud a la hora de alojarse en un hotel con prácticas ecológicas (Yeh, Chang, & Tsai, 2021).

Otro trabajo de investigación que ha utilizado esta teoría para analizar su influencia en las prácticas ecológicas ha sido el desarrollado por Freitas *et al.* (2020) que pretende explorar la capacidad de predicción de la TPB para comprender mejor el comportamiento de los consumidores sudafricanos a la hora de elegir hoteles ecológicos. Los resultados de este estudio han mostrado que esta predicción se puede explicar mejor estadísticamente ampliando el modelo original de la TPB para incluir variables predictoras emotivas y no cognitivas, como constructos directos de la intención de comportamiento, así como incluyendo el conocimiento medioambiental como variable predictiva directa de la actitud (Freitas, S Van, & Christie, 2020)

Por tanto, y de acuerdo con la literatura revisada, en este trabajo nos hemos focalizado en conocer la influencia de las variables sociodemográficas en el comportamiento de los turistas con respecto al agua en los hoteles y en algunas de sus variables antecedentes intrínsecas al individuo más relevantes (actitud, norma personal y preocupación medioambiental).

3.2 Variables

Las variables que han sido utilizadas son las referidas a cada elemento de interés para el desarrollo de la investigación.

Comportamiento de los turistas en el hotel con respecto al ahorro del agua

En primer lugar, el comportamiento en términos generales se define como “el conjunto de acciones que los organismos ejercen sobre el medio exterior para modificar algunos de sus estados o para alterar su propia situación con relación a aquel” (Piaget, 1977), en este estudio se ha analizado el comportamiento respecto al uso del agua en el hotel haciendo referencia al uso de agua por parte de los clientes del hotel relacionándolo con comportamientos como el cambio de toallas, la ducha, el cambio de sábanas, la descarga del inodoro, el cepillado de dientes y otros lavados (Piage *et al.*, 2014) y como este se influye por otras variables.

Actitud hacia los hoteles que gestionan el agua de forma eficiente

La actitud hace referencia al grado en que una persona tiene una evaluación o valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión (Azjen, 1991). A los efectos del presente estudio, la actitud se refiere a la fuerza del sentimiento favorable o desfavorable de los consumidores hacia los hoteles ecológicos. La actitud desempeña un papel crucial en la predicción de las intenciones de comportamiento de los consumidores (Eid, Agag, & Shehawy, 2020).

La norma personal hacia ahorro de agua en el hotel

La norma personal se refiere a la obligación moral interna de realizar o abstenerse de acciones particulares (Schwartz & Howard, 1981). Es decir, la regulación de uno con respecto a un determinado comportamiento se deriva de su proceso interno (personal) en lugar de procesos externos (sociales). Al respecto, Stern *et al.* (1999) describió la norma moral como el sentido de la obligación personal de realizar una acción proambiental. Por lo tanto, es frecuente el uso intercambiable de los términos “norma moral” y “norma personal” (Han *et al.*, 2013).

Preocupación medioambiental

La preocupación ambiental como constructo cognitivo, se refiere al nivel consciente de los individuos de las consecuencias adversas o peligrosas para los objetos, que valoran mucho, cuando no practican una acción pro-ambiental (Lee y Moscardo, 2005).

Tabla 1: Definición de variables

Variable	Definición	Literatura
-----------------	-------------------	-------------------

Comportamiento	Conjunto de acciones que los organismos ejercen sobre el medio exterior para modificar algunos de sus estados o para alterar su propia situación con relación a aquel.	Piaget, J. (1976). <i>El comportamiento, motor de la evolución</i> . Buenos Aires: Nueva Visión.
Actitud	Fuerza del sentimiento favorable o desfavorable de los consumidores hacia los hoteles ecológicos. La actitud desempeña un papel crucial en la predicción de las intenciones de comportamiento de los consumidores.	Eid, R., Agag, G., & Shehawy, Y. M. (17 de Agosto de 2020). <i>Sage Journals</i> . Obtenido de UNDERSTANDING GUESTS' INTENTION TO VISIT GREEN HOTELS: https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD
Norma Personal	Obligación moral interna de realizar/abstenerse de acciones particulares.	Heesup, H., & Hyun, S. S. (2018). <i>Science Direct</i> . Obtenido de What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests?: https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD
Preocupación medioambiental	Nivel consciente de los individuos de las consecuencias adversas/peligrosas para los objetos, que valoran mucho, cuando no practican una acción pro-ambiental.	Lee, W. H., & Moscardo, G. (2005). Understanding the Impact of Ecotourism Resort Experiences on Tourists' Environmental Attitudes and Behavioural Intentions. <i>Journal of Sustainable Tourism</i> , 13, 546-565. Obtenido de: https://doi.org/10.1080/09669580508668581

3.3 Relaciones

Dentro de un marco teórico que contempla que el comportamiento está enmarcando la actitud, la norma personal y la preocupación medioambiental y esta relación ha sido desarrollada previamente por los autores Rodríguez Sánchez *et al.* (2020).

En este estudio se ha concluido que definitivamente el comportamiento se ve afectado por otras variables, concretamente, por la norma personal, que afecta en cuanto a las acciones de los huéspedes con respecto al agua durante su estancia en hoteles, apaleando los efectos negativos de los deseos hedónicos del cliente (Rodríguez-Sánchez *et al.*, 2020). En el trabajo de investigación realizado, se ha enmarcado la norma personal dentro del comportamiento como una variable estrechamente relacionada que va de la mano y es ahí

donde se establece la similitud y relación con este estudio previo desarrollado por Rodríguez-Sánchez *et al.*

Un artículo de investigación que está estrechamente relacionado con los objetivos de esta investigación es “*Socio-demographic characteristics and green consumption behavior in developing countries: the case of Malaysia*” desarrollado por Kwon y Ahn (2020). Al igual que en nuestro estudio, se pretende examinar el efecto de las características sociodemográficas en el comportamiento del consumidor en un hotel.

Género y comportamiento

En primer lugar, las mujeres y los hombres difieren en su proceso de toma de decisiones debido a que ambos sexos desarrollan un diferente proceso de hacer social (Saad & Gill, 2000). Los resultados de ambos estudios corroboraron las hipótesis basadas en la teoría evolutiva en el sentido de que las consideraciones funcionales, como el coste, eran más importantes para los hombres que para las mujeres, mientras que otras características del servicio eran destacadas para ambos géneros (Saad & Gill, 2000). Por otro lado, Tsai *et al.*, (2014) descubrieron que las mujeres son más propensas a elegir un hotel ecológico que los hombres. Esto coincide en líneas generales con estudios anteriores, en los que los clientes femeninos dan mucha importancia a los hoteles ecológicos (Gössling *et al.*, 2012). Sin embargo, algunas evidencias empíricas son algo contradictorias, ya que indican que los clientes varones parecen estar muy dispuestos a participar en actividades ecológicas, como pagar más y frecuentar negocios de alojamiento ecológicos (Kwon & Ahn, 2021).

Edad y comportamiento

En segundo lugar, la edad ha sido un determinante que marca la diferencia en el comportamiento ya que los millennials tienen un creciente poder adquisitivo, además del aumento de tamaño del mercado senior (Chi, 2011). La edad es una variable muy influyente en la actitud y el comportamiento de un individuo hacia las prácticas ecológicas (Han *et al.*, 2011). Los clientes más jóvenes son más ecológicos y propensos a participar en prácticas verdes (Kwon & Ahn, 2021).

Nivel de ingresos y comportamiento

En tercer lugar, los ingresos se han identificado como una variable sociodemográfica importante en el proceso de toma de decisiones, ya que se ha constatado el diferente comportamiento de consumo de los clientes entre el grupo de ingresos altos y el de ingresos bajos (Keaveney & Parthasarathy, 2001). Sin embargo, en el contexto turístico, Han *et al.* (2011) encontraron una relación insignificante entre el nivel de ingresos y la intención de comportamiento hacia la elección de hoteles ecológicos.

Nivel educativo y comportamiento

En cuarto lugar, el nivel de educación también se ha identificado como un factor demográfico importante en el proceso de toma de decisiones porque el comportamiento ecológico de un individuo depende en gran medida de su nivel de estudios (Keaveney & Parthasarathy, 2001). Según Keaveney y Parthasarathy (2001), los individuos con un alto nivel de educación tienden a ser más ecológicos y eco clientes (Kwon & Ahn, 2021).

Actividad y comportamiento

En los estudios previos no se han identificado relaciones entre la actividad profesional que realizan los turistas y el comportamiento hacia hoteles verdes.

No obstante, se puede proponer como hipótesis de trabajo y basándonos en la relación a priori existente entre actividad e ingresos que las personas ocupadas (de mayor ingreso) podrían tener un comportamiento diferencial positivo y por tanto lo proponemos como cuestión a investigar. No obstante, Kwon y Ahn (2020) no encontraron relación entre nivel de ingresos y comportamiento.

4. OBJETIVOS

Recientemente las prácticas sostenibles en el sector turístico han ganado mucha fuerza e importancia. Es por este motivo que se ha considerado de gran interés conocer si el comportamiento del consumidor con respecto al consumo del agua en los hoteles durante sus vacaciones se ve afectado o influenciado por sus características sociodemográficas considerando este el objetivo general de este trabajo de investigación. Además de contrastar con la literatura previa si los resultados obtenidos coinciden con la misma.

Este objetivo general se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- Conocer si el género influye en el comportamiento, la norma personal, actitud y la preocupación medioambiental.

- Entender la influencia de la edad en el comportamiento y las variables que enmarca.
- Saber si la ocupación afecta al comportamiento del consumidor con respecto al consumo del agua durante sus vacaciones.
- Tener conocimiento del efecto del nivel de renta en cuanto a las prácticas sostenibles del consumidor en los hoteles en relación con el agua.
- Analizar de qué forma el nivel de estudios puede influir en el comportamiento, la norma personal, actitud y la preocupación medioambiental con respecto al consumo del agua durante su estancia en hoteles.
- Contrastar con la literatura previa sobre el tema los hallazgos y relaciones identificadas sobre el efecto de las variables sociodemográficas en el comportamiento responsable de los turistas con respecto al ahorro de agua en los hoteles.
- Identificar implicaciones prácticas para la gestión de ahorro del agua en los hoteles por parte de los gestores, intermediarios y responsables de la gestión de los destinos turísticos.

5. METODOLOGÍA

5.1 Método de estudio

El método de estudios utilizado para la consecución de los objetivos ha sido mediante una encuesta a la población objeto del estudio en la que se ha utilizado un cuestionario estructurado como herramienta para la recopilación de datos.

5.2 Cuestionario y medida de las respuestas

El cuestionario utilizado para el estudio está compuesto por cinco secciones. La primera se basa en una pregunta filtro para seleccionar la muestra ya que las personas objeto de estudio debían haberse alojado en un hotel en los últimos tres años, descartando así todas las personas que no se ajustaran a este primer requisito. En la segunda sección se han incluido preguntas relacionadas con el hábito de viaje y se pide la identificación del último hotel donde se haya alojado, así como el destino y el tipo de vacaciones.

La tercera sección incluía preguntas relacionadas con constructos predictores sobre la actitud, normas subjetivas y control conductual percibido y la cuarta sección evalúa la intención de visita. Utilizando en ambas una escala Likert de siete puntos para medir los ítems donde 1 indica “totalmente desacuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”.

De las cuales las analizadas para el desarrollo de este estudio son las relacionadas con el comportamiento del huésped con respecto al uso del agua durante su estancia en hoteles, debiendo indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo con una serie de acciones planteadas de acuerdo con los constructos que se han querido analizar (*tabla 2*). Utilizando una escala Likert de siete puntos para medir los ítems donde 1 indica “nunca” y 7 “siempre”.

La última sección contenía preguntas para la obtención de información del tipo sociodemográfica relacionadas con el sexo, edad, ocupación, nivel de estudios y económico y el lugar de residencia. Para la obtención de los datos relativos al sexo se han habilitado las opciones: femenino, masculino y otro. El campo de la edad era una pregunta abierta en la que el encuestado debía escribir su edad. Tanto en la ocupación como en los estudios realizados se ofrecían una serie de respuestas a marcar por la persona para conocer la relación entre ambas variables. Por último, se debía especificar el lugar de residencia y si era en Islas Canarias, concretar en cuál.

En el anexo se recoge el cuestionario que ha sido utilizado en la investigación.

Todas las variables incluidas en el estudio se han medido mediante la escala Likert y han sido adaptadas de estudios anteriores basados en la literatura utilizada en la investigación previa.

En la *tabla 2* se recogen los ítems utilizados relacionados con el comportamiento, variable analizada en este proyecto, así como las fuentes de la literatura utilizada.

Tabla 2: Medida de ítems

VARIABLES	ÍTEMS
Comportamiento (Miao & Wei, 2013)	He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes
	He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada
	Me he duchado más de una vez al día
	He cerrado la ducha mientras me enjabonaba
	Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría
	He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro
	He utilizado las mismas toallas más de un día
	He utilizado las mismas sábanas más de un día
	Me he bañado en la bañera llena de agua

Actitud (Shih-Shuo <i>et al.</i> , 2021)	<p>Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente</p> <p>Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mi</p> <p>Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente</p>
Norma personal (Han & Hyun, 2018)	<p>Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones</p> <p>Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)</p> <p>Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás</p>
Preocupación (Rodríguez Sánchez & <i>et al.</i> , 2020)	<p>Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera</p> <p>La actividad turística genera un impacto negativo en el agua</p> <p>El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante</p>

5.3 Recogida de datos

Para este estudio la población objetivo ha sido principalmente gente de la isla de Tenerife (un 86'7% de los entrevistados) que se ha alojado en un hotel en los últimos tres años, ya que es una zona donde hay ciertas limitaciones al acceso del agua debido a su insularidad y por ello hay cierta sensibilidad en el uso de esta tanto en el día a día como a la hora de irse de vacaciones. Como sistema de recogida de datos se han utilizado dos procesos, por un lado, la encuesta personal y por otro, la encuesta autoadministrada ambas realizadas de forma online mediante la herramienta LimeSurvey. El tiempo dedicado a la recogida de datos mediante la difusión del cuestionario y las entrevistas personales ha sido de dos semanas, entre el 8 y el 22 de marzo de 2022 y el tiempo de ejecución medio de los cuestionarios es de 6'5 minutos, recopilando finalmente una muestra de 429 participantes. Se puede observar para un nivel de confianza del 95'5% y $p=q$, el error muestral es de $\pm 4,8\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

5.4 Estructura de la muestra obtenida

Tabla 3: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación

	Muestra		Estructura población	Peso ponderación
FEMENINO				
18-24 años	124	28,9%	5,2%	0,1816
25-34 años	56	13,1%	9,6%	0,7391
35-44 años	44	10,3%	12,6%	1,2326
45-54 años	37	8,6%	12,4%	1,4413
>54	28	6,5%	10,2%	1,5632
MASCULINO				
18-24 años	52	12,1%	5,4%	0,4454
25-34 años	35	8,2%	9,5%	1,1626
35-44 años	18	4,2%	12,8%	3,0515
45-54 años	16	3,7%	12,5%	3,3493
>54	19	4,4%	9,6%	2,1787
Total	429	100,0%	100,0%	

En la tabla 3, se recoge la estructura de la muestra resultante por género y edad. La muestra femenina se conforma por un 28'9% de mujeres entre 18 y 24 años; un 13'1% entre 25 y 34 años; 10'3% entre 35 y 44 años y, por último, un 6'5% correspondiente a mujeres mayores de 54 años. La muestra masculina supone un 12'2% de hombres entre 18 y 24 años; un 8'2% entre 25 y 34 años; un 4'2% entre 35 y 44 años; un 3'7% entre 45 y 55 años y, por último, un 4'4% correspondiente a hombres mayores de 54 años.

Además, cabe destacar que de acuerdo a los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) que se pueden observar en la tabla 3, el porcentaje de la estructura de la población de Tenerife por género y edad comparada con la muestra supone un desequilibrio. Es por ello, que se ha decidido reequilibrar la muestra para que los resultados sean significativos con el correspondiente peso de ponderación que se puede observar en la tabla 3 y es el resultado de dividir el porcentaje de la población entre el de la muestra de cada grupo de edad-género. La ponderación supone la multiplicación de cada grupo por su factor de ponderación correspondiente, de esta manera se iguala la muestra a la estructura de la población.

Otros datos sociodemográficos destacables son los relacionados con la ocupación. La mayoría de nuestra muestra son asalariados (38'2%) y estudiantes (37'8%). Así mismo, en términos de estudios, destaca el 61'3% tienen estudios universitarios. En cuanto a su nivel económico, el 71'1% se encuentra en la media.

5.5 Método de análisis de datos

El análisis de los datos se ha realizado en primer lugar a través del examen descriptivo de los constructos intervinientes y sus ítems mediante medias y proporciones. Cada constructo latente de ha construido como la media de los ítems que lo componen. Para el análisis de las relaciones entre las variables dependientes (comportamiento, actitud, norma personal y preocupación) y las variables independientes (sociodemográficas), se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medidas y proporciones realizando contrastes de diferencias mediante las pruebas t y chi-cuadrado respectivamente.

5.6 Recategorización de variables

Para facilitar el análisis de resultados a través de tabulaciones, las variables independientes (sociodemográficas) que tenían mucha categoría con poca muestra, se han recategorizado en menos categorías.

Las variables utilizadas con la nueva agrupación de categorías son las siguientes:

En la variable referida al sexo se han recategorizado en femenino y masculino. En cuanto a la edad se ha simplificado en tres grupos, entre 18 y 24 años, entre 25 y 45 y mayores de 44. Referido a la actividad se han agrupado en ocupados, activos/desempleados y estudiantes. Con respecto al nivel de estudios se han recategorizado en Secundaria/bachillerato y universitarios. Por último, el nivel económico se ha dividido solo en tres categorías por debajo de la media, en la media y encima de la media.

Tabla 4: Recategorización de variables

SEXO	Femenino	50,2%
	Masculino	49,8%
EDAD	18-24 años	10,6%
	25-44 años	44,6%
	>44 años	44,8%
ACTIVIDAD	Ocupados	74,0%
	Desempleados	14,0%

	Estudiantes	12,1%
ESTUDIOS	Secundaria/bachillerato	45,1%
	Universitarios	54,9%
	Por debajo de la media	8,5%
NIVEL ECONÓMICO	En la media	70,2%
	Por encima de la media	21,3%

6. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

6.1 Análisis descriptivo

Durante el presente apartado se estudiarán los datos relativos a la media ponderada tanto de los constructos como de sus ítems, además del correspondiente análisis del significado de dichos datos de cara a extraer conclusiones del estudio sobre el trabajo de campo realizado con los cuestionarios.

Los constructos utilizados para el desarrollo del estudio han sido los relacionados con el comportamiento, actitud, la norma personal y la preocupación medioambiental. La escala utilizada para la medición de los constructos ha sido la Likert con valores de 1 a 7, en el que la media es 4. Se puede observar en la *tabla 5* que las medias obtenidas son relativamente altas ya que oscilan desde el 4,91 al 5,18. Además, los ítems que se han especificado en cada constructo en concreto.

El constructo con la media ponderada más elevada es de 5,18 y se corresponde con la preocupación medioambiental lo que supone que de los constructos estudiados nuestra muestra está preocupada sobre los problemas medioambientales que están afectando a nuestro entorno. Paradójicamente, a pesar de esa preocupación, el constructo con una media ponderada de menor valor ha sido la del comportamiento, lo que se traduce en que a pesar de esa preocupación las acciones llevadas a cabo no son del todo consecuentes con la realización de unas prácticas ecológicas o que no dañen el entorno. En cuanto a la actitud y la norma personal, tienen la misma media de 5,04 y es un resultado positivo ya que se encuentra por encima de 4.

Tabla 5: Media de los ítems de cada constructo. Escala de 1 a 7. (i) escala inversa.

COMPORTAMIENTO	He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes	6,21
	He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada (i)	3,5
	Me he duchado más de una vez al día (i)	4,54
	He cerrado la ducha mientras me enjabonaba	4,91

	Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría (i)	4,95
	He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro	4,96
	He utilizado las mismas toallas más de un día	4,44
	He utilizado las mismas sábanas más de un día	4,79
	Me he bañado en la bañera llena de agua (i)	5,93
Media		4,91
ACTITUD	Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,72
	Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mi	5,58
	Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,8
Media		5,04
NORMA PERSONAL	Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones	4,73
	Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)	4,66
	Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás	5,74
Media		5,04
PREOCUPACIÓN	Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera	5,1
	La actividad turística genera un impacto negativo en el agua	5,21
	El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante	5,23
Media		5,18

Dentro de cada constructo, se encuentran una serie de ítems interesantes de analizar sus medias ponderadas ya que se centran en acciones más concretas (*tabla 5*).

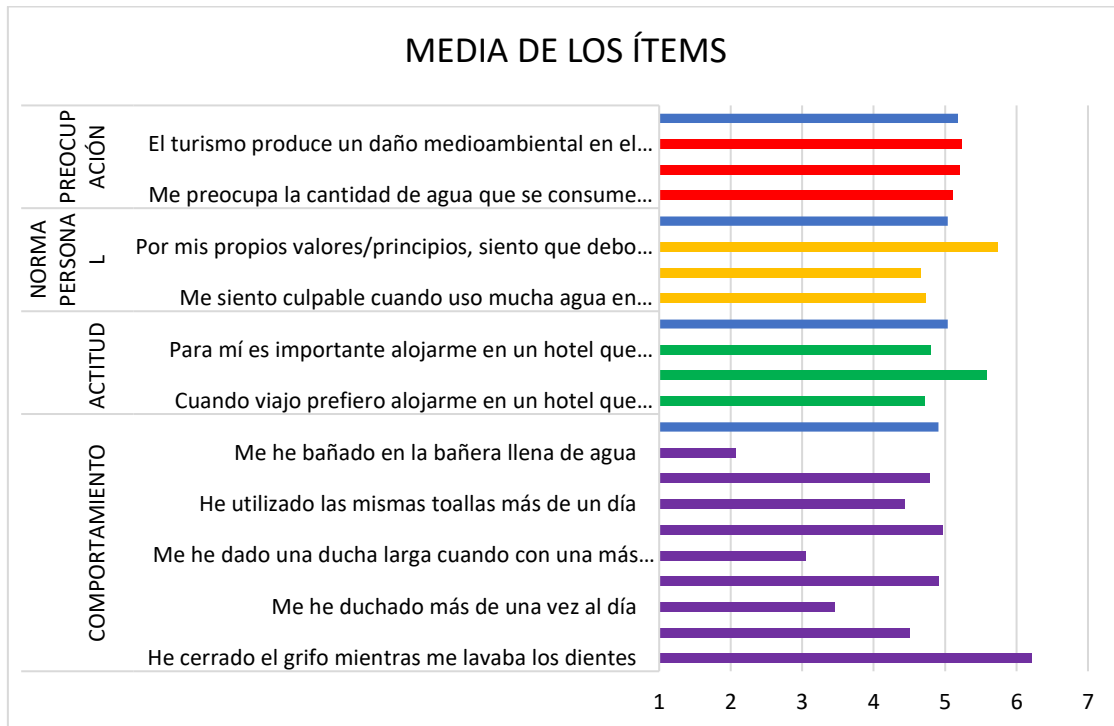


Gráfico 1: Medida de los ítems de cada constructo.

6.1.1 Comportamiento

Referente al constructo del comportamiento, las medias de los ítems varían entre 3,5 y 6,21. Por un lado, el máximo con 6,21 puntos sobre 7 corresponde con el ítem “He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes” lo cual es una acción que ha sido muy inculcada en el comportamiento de la sociedad como una de las acciones más importantes y sencillas de realizar para ahorrar agua, lo cual da una explicación a esta alta cifra. Por otro lado, el valor mínimo de 3,5 puntos sobre 7 corresponde con el ítem “He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada”, este es muy interesante a la hora de analizarlo ya que supone una acción que si se realiza es negativa, por lo tanto, se ha optado por hacer uso de una escala inversa. Esta escala inversa también ha sido aplicada a los ítems “Me he duchado más de una vez al día” (4,54), “Me he dado una ducha larga cuando una corta bastaría” (4,95) y “Me he bañado en la bañera llena de agua” (5,93). Esta inversión en la escala tiene lugar debido a que las acciones previamente nombradas son negativas en la medida que son realizadas, esto supone que un dato elevado sería negativo y un dato bajo conlleva un comportamiento positivo. Por lo que con esta técnica se eliminan posibles errores de interpretación y los datos son precisos. Exceptuando los valores extremos del rango de datos, el resto de los ítems han resultado en números muy similares alrededor de 4, por lo que hay una buena tendencia del comportamiento ya que se sitúan por encima de la media.

6.1.2 Actitud

En cuanto al constructo de actitud, los datos son muy similares yendo desde 4,72 hasta el 5,58 correspondiendo este con el ítem “Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mí”. Cabe destacar que las tres afirmaciones son muy similares ya que miden la actitud hacia alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente y es por ello por lo que las medias de los ítems resultan en datos muy similares y sitúan la media del constructo en 5,04.

6.1.3 Norma personal

Analizando el constructo de la norma personal, las cifras son bastante semejantes siendo el mayor 5,74 con la afirmación “Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás”. El menor dato ha sido 4,66 referido al ítem “Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)”. Las tres afirmaciones comparten un significado que conlleva al mismo tipo de acciones por lo que los datos son resultado de ello y sitúan la media del constructo en 5,04.

6.1.4 Preocupación

En referencia al constructo de preocupación se integra de tres ítems cuyos valores de las medias van desde el 5,1 “Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera” al 5,23 “El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante” por lo que los datos son muy similares y no hay ninguno que destaque especialmente sobre el resto ya que el tercer ítem de la lista “La actividad turística genera un impacto negativo en el agua” ha generado un 5,21 y por lo tanto la media del constructo es de 5,18 reflejando de forma bastante precisa las cifras obtenidas.

6.2 Análisis de las relaciones

En la *tabla 6* se han clasificado todas las medias ponderadas según cada ítem de las variables dependientes y su relación con cada variable sociodemográfica para obtener una visión global y más gráfica de todos los datos. Además, se ha establecido un sistema para remarcar las diferencias entre las variables independientes y si estas diferencias son significativas, es decir, la diferencia de puntos es superior a 0,5 y por lo tanto es considerada como significativa. Esto es representado con las letras rojas en la tabla. Las variables dentro de cada categoría tienen una letra para ser identificada y posteriormente

indicar si tienen diferencias significativas, y por lo tanto influyen, con el resto de las variables dentro de la misma categoría.

Tabla 6: Tablas de medias de los ítems de los constructos y test t de comparación de medias.

		SEXO		EDAD			ACTIVIDAD			ESTUDIOS		NIVEL ECONÓMICO		
		A	B	A	B	C	A	B	C	A	B	A	B	C
		Femenino	Masculino	18-24 años	25-44 años	>44	Ocupados	Inactivos/desempañados	Estudiantes	Secundaria/Bachillerato	Universitarios	Por debajo de la media	En la media	Por encima de la media
COMPORTAMIENTO	He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes	6,27	6,15	6,29	6,13	6,27	6,2	6,26	6,2	6,15	6,26	5,7	6,23	6,35
	He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada	4,43	4,58	5,3 C	4,71 C	4,11	4,54	3,9	4,97 B	4,35	4,63	4,23	4,56	4,43
	Me he duchado más de una vez al día	3,22	3,7 A	3,64	3,55	3,33	3,57 B	2,8	3,53	3,53	3,35	3,8	3,44	3,37
	He cerrado la ducha mientras me enjabonaba	4,71	5,1	4,51	4,68	5,22	4,9	5,28	4,52	5,13	4,72	4,69	4,9	5,01
	Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría	2,84	3,25 A	3,32 C	3,27 C	2,61	2,95	2,95	3,73 A	2,99	3,09	3,33	3,02	3,02
	He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro	4,79	5,13	4,29	4,72	5,35 AB	5,04	4,84	4,55	4,95	4,96	4,82	4,88	5,27
	He utilizado las mismas toallas más de un día	4,31	4,58	4,22	4,55	4,39	4,52	4,42	3,99	4,32	4,55	3,46	4,33 A	5,02 A
	He utilizado las mismas sábanas más de un día	4,96	4,62	4,53	4,72	4,92	4,81	4,9	4,55	4,58	4,96	3,86	4,78 A	5,19 A
	Me he bañado en la bañera llena de agua	1,94	2,2	2,42 C	2,36 C	1,7	2,09	1,77	2,26	2	2,13	2,32	2,05	2,03
ACTITUD	Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,85	4,59	4,63	4,38	5,09 B	4,65	5,22 A	4,61	4,75	4,7	4,92	4,59	5,09 B
	Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mí	5,75 B	5,41	5,53	5,42	5,75	5,53	6,07 AC	5,32	5,65	5,52	5,45	5,48	5,98 B
	Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	5,01 B	4,59	4,61	4,44	5,21 B	4,71	5,5 AC	4,56	4,95	4,69	4,87	4,64	5,33 B
NORMA PERSONAL	Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones	4,88	4,58	4,57	4,47	5,03 B	4,68	5,06	4,69	4,82	4,66	3,96	4,66	5,28 AB
	Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)	4,8	4,51	3,93	4,41	5,08 AB	4,57	5,5 AC	4,21	4,65	4,5	4,36	4,5	5,3 AB
	Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás	6 B	5,47	5,46	5,58	5,96 B	5,65	6,37 AC	5,54	5,62	5,84	5,61	5,7	5,91
PREOCUPACIÓN MEDIOAMBIENTAL	Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera	5,26 B	4,94	4,95	4,79	5,44 B	5	5,83 AC	4,89	5,24	4,99	4,79	4,99	5,6 AB
	La actividad turística genera un impacto negativo en el agua	5,28	5,13	5,34	5,13	5,25	5,16	5,41	5,27	5,05	5,34 A	4,6	5,11	5,75 AB
	El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante	5,42 B	5,04	5,52	5,21	5,19	5,18	5,41	5,35	5,1	5,34	4,97	5,14	5,65 B

Tabla 7: Tablas de medias de los constructos y test t de comparación de medias.

	SEXO		EDAD			ACTIVIDAD			ESTUDIOS		NIVEL ECONÓMICO		
	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
	Femenino	Masculino	18-24 años	25-44 años	>44	Ocupados	Inactivos/desempañados	Estudiantes	Secundaria/Bachillerato	Universitarios	Por debajo de la media	En la media	Por encima de la media
Comportamiento	4,96	4,87	4,51	4,77	5,16 AB	4,92 C	5,14 C	4,59	4,91	4,92	4,54	4,9	5,11 A
Actitud	5,21 B	4,87	4,92	4,75	5,35 B	4,96	5,6 AC	4,83	5,12	4,97	5,08	4,9	5,47 B
Norma personal	5,23 B	4,86	4,66	4,82	5,36 AB	4,97	5,64 AC	4,81	5,09	5	4,64	4,95	5,5 AB
Preocupación medioambiental	5,32 B	5,04	5,27	5,04	5,29	5,11	5,55 A	5,17	5,13	5,22	4,79	5,08	5,67 AB

6.2.1 Sexo

En tabla 6 se observa que no hay diferencias estadísticamente significativas según sexo en el comportamiento de los turistas en los hoteles en relación con el ahorro del agua en sus estancias. No obstante, de forma tendencial se observa que a media del comportamiento en las mujeres (4,96) es algo superior que en los hombres (4,87).

Este aspecto tendencial, es significativo en alguno de los ítems del comportamiento y se repite tanto en la actitud, en la norma personal y en la preocupación medioambiental

debido a que como el marco teórico indica estos constructos están enmarcados dentro del principal constructo que es el del comportamiento.

6.2.2 Edad

En lo referente a la edad, se observa que sí existen diferencias significativas según la edad (*tabla 7*) en todos los constructos a excepción de la preocupación medioambiental en relación de los mayores de 44 años con los otros dos grupos de edades. Sin embargo, también se podría afirmar que en la preocupación medioambiental este grupo de edad tiende a tener unos valores superiores (5,29 frente a 5,27 y 5,04) aunque no se considere estadísticamente significativa.

Esta tendencia, es significativa en alguno de los ítems del comportamiento en el que se puede destacar “He elegido entre los botones grandes y pequeños al usar el inodoro” (5,95) ya que es significativo con respecto al grupo de edad de entre 18 y 24 años (4,29) además del grupo de edad de entre 25 y 44 años (4,72). En cuanto a los ítems de los siguientes constructos, es significativa en su totalidad en los de la actitud y la norma personal. Con respecto a la preocupación medioambiental, solo se observa una diferencia estadísticamente significativa en el ítem “Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera” (5,44) y en los otros dos ítems analizados no se puede observar una tendencia clara.

6.2.3 Actividad

En cuanto a la actividad, la *tabla 7* muestra que existe una tendencia a que las personas inactivas o desempleadas hayan obtenido mejores resultados en todos los constructos siendo una diferencia significativa con el resto de los grupos de actividades.

Además, en cuanto al comportamiento los ocupados (4,92) también suponen una diferencia significativa frente a los estudiantes (4,59) que tienden a tener las cifras más bajas de los cuatro constructos.

6.2.4 Estudios

En la *tabla 7* se puede contemplar que referente al nivel de estudios no se puede establecer tendencias claras ni hay existencia de diferencias significativas entre ambos grupos. Sin embargo, en la *tabla 6*, el único ítem que ha generado una diferencia significativa es del constructo de la preocupación medioambiental en el ítem “La actividad turística genera un impacto negativo en el agua” con un 5,34 del grupo de los universitarios frente a un 5,05 del grupo de secundaria/bachillerato.

6.2.5 Nivel económico

La *tabla 7* muestra que con respecto al nivel económico las personas con una renta por encima de la media tiende a obtener unos resultados más altos en los constructos, así como en los ítems (*tabla 6*). En cuanto al comportamiento, la media si supone una diferencia significativa de las personas con un nivel económico por encima de la media (5,11), frente a los que están en la media (4,9) y por debajo (4,54). No obstante, al analizar los ítems (*tabla 5*), solo se establecen diferencias significativas en los ítems “He utilizado las mismas toallas más de un día” (5,02) y “He utilizado las mismas sábanas más de un día” (5,15) entre por debajo de la media (A) y los grupos en la media y por encima de la media.

En los siguientes constructos, la tabla de los ítems muestra los mismos resultados que las medias, aunque cabe destacar que en el ítem de la norma personal “Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás” no se percibe una diferencia significativa, aunque el valor tiende a ser superior (5,91) que las personas en la media (5,7) y por debajo de la media (5,61).

Como conclusión sobre los datos obtenidos se puede decir que en cuanto al sexo las mujeres tienen unos mejores datos relacionados con los diferentes constructos, el grupo de edad de mayores de 44 años, así como los desempleados están más sensibilizados con respecto a los ítems de cada constructo. En cuanto a los estudios no hay ninguna diferencia significativa entre los estudios de secundaria o bachillerato y los universitarios, aunque los datos son positivos. Por último, con respecto al nivel económico las personas con un nivel económico más elevado tienen los mejores datos. Estas tendencias se repiten tanto en la actitud, en la norma personal y en la preocupación medioambiental debido a que como el marco teórico indica estos constructos están enmarcados dentro del principal constructo que es el del comportamiento.

7. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES PRÁCTICAS

7.1 Discusión

Género

En cuanto al género, los resultados del estudio han demostrado que no existen diferencias estadísticamente significativas, pero si hay una tendencia del comportamiento que va a favor de la realización de un comportamiento más ecológico por parte de las mujeres lo

que coincide con las investigaciones realizadas por Tsai, Wu y Wang (2014) y Gössling *et al.* (2012) los cuales afirman que la preocupación de la mujer por la estancia en alojamientos ecológicos es superior que a la de los hombres. Sin embargo, según los estudios llevados a cabo por Kwon y Ahn, (2021) se llegaron a resultados contrarios ya que presentan que los hombres están dispuestos a pagar precios más altos por alojarse en establecimientos hoteleros que gestionen el agua de manera eficiente. Esta diferencia no es excluyente, ya que la intención de alojarse no es exactamente la predisposición a pagar más por ello. Además de la existencia de la brecha salarial con la que se puede afirmar que, si un hombre dispone de mayor nivel adquisitivo que una mujer, en consecuencia, podrá permitirse pagar un precio más alto por servicios que sean ecológicos con el medioambiente.

Edad

En referencia a la edad, los resultados del estudio muestran que las personas con más de 44 años tienden a realizar prácticas más ecológicas, coincidiendo con las afirmaciones de Chi (2011) que implican que debido al creciente poder adquisitivo de la generación millennial y el creciente mercado seniors están más predispuestos a la realización de prácticas sostenibles. Sin embargo, los estudios previos también afirman que los más jóvenes son más comprometidos con el medioambiente (Kwon & Ahn, 2021) lo cual según los datos obtenidos en este trabajo suponen una contradicción ya que en el grupo de edad de los más jóvenes no hay una tendencia clara, aunque los datos son significativamente inferiores al grupo de edad de mayores de 44 años. La causa de la obtención de estos resultados por parte de Kwon y Ahn (2021) podría ser la creciente preocupación por la conservación del medioambientes y las practicas verdes en general que van irrumpiendo con mucha fuerza en la sociedad y que supone mayor facilidad en influir en un grupo de la sociedad más joven sin unas ideas sólidas formadas que en un sector de la sociedad que tienen una serie de costumbres asentadas durante muchos años y que suponen una mayor dificultad a la hora de crear cambios en dichos hábitos.

Nivel de renta

Según los resultados de la literatura previa Keaveney & Parthasarathy (2001) han encontrado que las personas con un nivel de renta más elevado tienden en mayor medida a alojarse en hoteles sostenibles con el medioambiente en comparación con las personas con un nivel adquisitivo menor coincidiendo efectivamente con los resultados del

presente trabajo en los que surgen diferencias significativas entre las personas con una renta elevada y los que están en la media o por debajo de la media siendo éstos más dispuestas a realizar prácticas comprometidas con el medioambiente. Una razón que explique estos resultados es que en muchas ocasiones las practicas verdes generan mayores costes en cierta medida para las empresas y esto se ve repercutido en el precio de los productos y servicios, por lo que es lógico que las personas con mayor nivel adquisitivo puedan permitirse pagar una diferencia de precio siendo conscientes de que están adquiriendo un servicio o producto que no daña el entorno y que una persona con una renta baja no podría permitirse esa diferencia en el precio. Sin embargo, Han *et al.* (2011) encontraron una relación insignificante entre el nivel de ingresos y la intención de comportamiento hacia la elección de hoteles ecológicos, resultados que no coinciden con los obtenidos en este estudio. Actualmente, el discurso ecológico está muy presente y llega a todas las personas por igual independientemente de su nivel económico por lo que puede ser indiferente el poder adquisitivo de la persona para que se comprometa con un comportamiento no dañino con el entorno.

Nivel de estudios

En lo referente al nivel de estudios y su relación con el comportamiento ecológico en esta investigación de campo se han obtenido cifras que revelan que no hay una diferencia significativa de acuerdo al nivel de estudios de la persona y su compromiso medioambiental. Sin embargo, estudios previos afirman que un mayor nivel de estudios supone un mejor comportamiento ecológico y una mayor predisposición a ser eco clientes (Kwon & Ahn, 2021). La sostenibilidad del medioambiente es un tema incluido en el currículum de todas las ramas de estudios en la actualidad, es por ello que un nivel superior de estudios genera una mayor fuente de información y conocimiento y que una vez dada las herramientas las personas deciden sus acciones que en este caso suponen beneficios globales, en cambio sino se tiene la información necesaria es difícil decidir con criterio.

Actividad

Con respecto a la actividad realizada y su relación con el comportamiento ecológico no se han encontrado estudios previos que generen conclusiones. Aunque se ha relacionado la actividad con el nivel de renta ya que una persona empleada dispondrá de mayores ingresos que un estudiante o un desempleado. Sin embargos, los resultados obtenidos

muestran que las personas desempleadas tienden a ser más ecológicas que el resto. Este resultado podría ser debido a un mayor hábito y conciencia general entre las personas con menos recursos debido a la regla de las “Tres R” (reducción, reciclaje, reutilización) que suponen prácticas claramente ecológicas que además generan un ahorro a la persona que las realiza (Junichiro, 2004).

Aunque el gasto de agua en el hotel no tiene costes añadidos para el cliente, si parece que el hábito de estas personas más sensibles puede afectar a un comportamiento más responsable.

7.2 Implicaciones prácticas

Los resultados obtenidos de este estudio conllevan varias implicaciones prácticas para el sector. Una de las ventajas que nuestro estudio ofrece a los profesionales del sector turístico es el examen exhaustivo que integra la mayoría de los estudios recientes sobre el comportamiento del turista en relación a la gestión ecológica del agua y como este se ve afectado por las variables sociodemográficas. Además, completa la información de investigaciones previas en base a los resultados obtenidos y podrá tener implicaciones en el desarrollo de teorías para académicos y otro implicados.

En primer lugar, el conocimiento del comportamiento del huésped según sus características sociodemográficas proporciona información a los establecimientos hoteleros para analizar el perfil de sus huéspedes y por lo tanto sus tendencias de comportamiento. Con esta información, el departamento de marketing tiene descrito y analizado su público objetivo previamente y puede crear sus campañas de promoción y publicidad enfocada a un target concreto para que estas sean mucho más efectivas y alcance a la población en concreto de interés. De esta manera los proveedores de servicios deberán tratar de forma diferente a los grupos de diferentes edades, así como con diferentes niveles educativos, género, actividad y nivel de renta. De esta manera se pueden conseguir ventajas competitivas entre los principales destinos si se comprende cómo se actúa cada mercado objetivo de forma diferente (Mariani *et al.*, 2014) creando una segmentación de clientes ecológicos.

En segundo lugar, según lo analizado en la variable de comportamiento, se saben las acciones concretas sobre las que los huéspedes inciden con mayor frecuencia durante su estancia y qué tipo de perfil de turista las realiza en un mayor o menor porcentaje. Con esta información los gestores pueden enfocar sus esfuerzos en intentar reducir aquellas

que perjudiquen a la gestión eficiente del agua y potenciar aquellas que sean ecológicamente sostenibles.

En tercer lugar, los resultados y comparaciones de la literatura previa muestran que las personas con un mayor nivel de conocimiento tienden a realizar acciones comprometidas con el medioambiente. Este dato es muy interesante para los gestores del sector ya que desde los organismos públicos se puede promover la formación en materia medioambiental de acuerdo a conseguir un mayor conocimiento por parte de los consumidores y en consecuencia una mayor implicación ecológica lo que conlleva a buenas prácticas.

Por último, los organismos públicos pueden crear subvenciones para aquellos hoteles que realicen una gestión eficiente del agua de manera que se permita abaratar precios en las reservas de habitaciones y de esta manera promoverlas y captar un mayor número de clientes ya que se ha visto que de acuerdo a los resultados las personas desocupadas tienen más preocupación medioambiental pero el estar en situación de desempleo supone menores recursos económicos y por ende, menos posibilidades de alojarse en hoteles, pero si los hoteles ecológicos tuvieran precios más bajos se podría ganar una mayor afluencia de huéspedes con diferentes niveles de rentas y actividades.

8. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

8.1 Conclusiones

Este estudio pretendía conocer si el comportamiento del consumidor con respecto al consumo del agua en los hoteles durante sus vacaciones se ve afectado o influenciado por sus características sociodemográficas considerándose este el objetivo general. Además, se buscaba realizar comparaciones con las investigaciones previas para analizar si coinciden los resultados, lo cual se ha llevado a cabo.

Tras el análisis de los datos obtenidos se puede concluir que en cuanto al sexo las mujeres poseen unos superiores datos involucrados con los diferentes constructos, el conjunto de edad de mayores de 44 años, así como los desempleados están más sensibilizados con el medioambiente. Referente a los estudios no hay diferencia significativa entre los estudios de secundaria o bachillerato y los universitarios, aunque según estudios previos cuanto mayor nivel formativo mayor compromiso medioambiental existe (Kwon & Ahn, 2021). Por último, con respecto al nivel de renta, los individuos con un grado económico más alto tienden a gestionar el agua de manera eficiente durante sus vacaciones en mayor

medida. Estas tendencias se repiten tanto en la actitud, en la norma personal y en la preocupación medioambiental ya que como el marco teórico sugiere dichos constructos permanecen enmarcados dentro del primordial constructo que es el del comportamiento. Coincidiendo estas conclusiones sobre los resultados en mayor medida con la literatura previa.

Por último, se ha cumplido el objetivo de analizar y proponer diferentes implicaciones prácticas a partir de la información obtenida.

8.2 Limitaciones

El estudio presenta una serie de limitaciones de diferente naturaleza. Así mismo, se sugieren varias líneas de investigación a futuro para su desarrollo:

En primer lugar, la muestra de este estudio se limita al estudio de los turistas que se alojan en hoteles con procedencia en mayor medida de un lugar concreto, la isla de Tenerife. Es por ello por lo que se justifica la realización de investigaciones futuras que exploren la relación existente entre el comportamiento del turista en cuanto al uso del agua durante sus vacaciones y como afectan a este sus características geográficas en otros lugares con la intención de determinar si los resultados coinciden.

En segundo lugar, ha habido una limitación a efectos longitudinales ya que se han estudiado el comportamiento en un momento determinado en el tiempo y podría ser conveniente hacer estudios longitudinales a lo largo de un periodo por si las conductas cambiaran.

En tercer lugar, este estudio se realizó en una muestra desproporcionada en relación con el género y la edad de la población. Aunque la muestra utilizada ha sido de gran tamaño y posteriormente ha sido ponderada, cabe la posibilidad de la existencia de algún sesgo debido al método de muestreo. Por lo que se propone, de cara a estudios futuros, un método más aleatorio a la hora de elección de la muestra.

En cuarto lugar, la metodología puede tener cierto sesgo debido a las respuestas de los participantes. No obstante, se han puesto preguntas de control para garantizar resultados fiables. A pesar de la creación de estas preguntas para asegurarse la calidad en las respuestas puede mantener cierto sesgo por lo que para completar este trabajo se pueden

realizar metodologías complementarias como puede ser el empleo de entrevistas en profundidad.

Por último, con respecto a algunas variables ha habido falta de investigaciones previas lo que ha supuesto problemas a la hora de comparar los resultados obtenidos con información anterior. Sin embargo, se ha deducido a través de otras variables estrechamente relacionadas las tendencias probables.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Massachusetts.
- Charalambous, K., Bruggeman, A., & Lange, M. (2012). *The impact of climate change on water use in the tourism sector of Cyprus*. Retrieved from The Cyprus Institute: http://www.cyi.ac.cy/system/files/CyprusInstitute2012_tourism_water_survey_report.pdf
- Chi, C. (2011). Destination loyalty formation and travelers' demographic characteristics: a multiple group analysis approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 191-212.
- Choong, M. (2012). Malaysia faces looming water crisis. *The Star*. Retrieved from <http://thestar.com.my/lifestyle/story.asp?file=/2011/3/22/lifefocus/8192017&sec=lifefocus>
- Cole, S. (2012). A political ecology of water equity and tourism: A case study from Bali. *Annals of Tourism Research*, 1221-1241.
- Eid, R., Agag, G., & Shehawy, Y. M. (2020, Agosto 17). *Sage Journals*. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- Eid, R., Agag, G., & Shehawy, Y. M. (2020, Agosto 17). *Sage Journals*. Retrieved from UNDERSTANDING GUESTS' INTENTION TO VISIT GREEN HOTELS: <https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- EUROSAT. (2009). *El estudio piloto sobre agua y turismo*. Retrieved from Eurostat: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-78-09-699/EN/KS-78-09-699-EN.PDF
- FACUA. (2014). *Estudio comparativo sobre las tarifas de agua en 28 ciudades*. Retrieved from Facua: <http://facua.org/es/guias/estudio-tarifas-agua2013.pdf>
- Freitas, D., S Van, T., & Christie, L. (2020). A psychographic framework for determining south african consumers' green hotel decision formation: augmenting the theory of planned behaviour. *Journal of Consumer Sciences*, 5. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1LnLFUfpLxLAZnKCojkZsv9szi2vTKkMM>
- Gobierno de Canarias. (2013). *Categorías hoteleras*. Retrieved from http://www.gobcan.es/presidencia/turismo/estadisticas_y_estudios/
- Gössling, S., Peeters, P., Michael Hall, C., Ceron, JP, Dubois, . . . Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. *Tourism Management*, 1-15. Retrieved from <https://www.aecit.org/files/congress/18/papers/84.pdf>

- Hamele, H., & Eckardt, S. (2006). *Environmental initiatives by European tourism businesses*. Saarbrücken, Germany: ECOTRANS. Retrieved from ECOTRANS.
- Han, H., & Hyun, S. (2018). What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests? *Tourism Management*. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- Heesup, H., & Hyun, S. S. (2018). *Science Direct*. Retrieved from What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests?: <https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- Junichiro. (2004). *Regla de las tres R*. Retrieved from <file:///C:/Users/User/Downloads/admin,+Art%C3%ADculo1.pdf>
- Kasim, A., & Mahasneh, M. (2010). Reacciones de los hoteles ante el consumo y la gestión del agua. *Asia Euro*. Taylor's Lakeside Campus Subang Jaya.
- Kasim, A., Gursoy, D., Okumus, F., & Wong, A. (2014). The importance of water management in hotels: a framework for sustainability through innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, 1090-1107. doi:10.1080/09669582.2013.873444
- Keaveney, S., & Parthasarathy, M. (2001). Customer switching behavior in online services: an exploratory study of the role of selected attitudinal, behavioral and demographic factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 274-390.
- Kwon, J., & Ahn, J. (2021). *Social Responsibility Journal*. Retrieved from Socio-demographic characteristics and green consumption behavior in developing countries: the case of Malaysia: <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2020-0071>
- Mariani, M., Buhalis, D., Longhi, C., & Vitouladiti, O. (2014). Managing change in tourism destinations: key issues and current trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 269-272.
- Mas'od, A., & Chin, T. A. (2014). *Determining Socio-Demographic, Psychographic and Religiosity of Green Hotel Consumer in Malaysia*. Retrieved from Science Direct: <https://drive.google.com/drive/folders/1LnLFUfpLxLAZnKCojkZsv9szi2vTKkMM>
- Miao, L., & Wei, W. (2013). Consumer's pro-environmental behavior and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings. *International Journal of Hospitality Management*. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- OMT. (2013). *Organización Mundial del Turismo*. Retrieved from <http://www.unwto.org>
- Oreja, J., & Armas-Cruz, Y. (2012). "Environmental performance in the hotel: the case of the Western Canary Island". *Cleaner Production*, 64-72.
- Padrón, E. (2018). *Ashotel*. Retrieved from Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro.: <http://elpais.com>
- Piaget, J. (1976). *El comportamiento, motor de la evolución*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rico, A. (2007). Tipologías de consumo de agua en abastecimientos urbanos-turísticos de la Comunidad Valenciana. *Investigaciones Geográficas*, 5-34.
- Rodríguez Sánchez, C., & et al. (2020). *Science Direct*. Retrieved from Understanding in-room water conservation behavior: The role of personal normative motives and hedonic

- motives in a mass tourism destination.:
<https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- Ruiz-Rosa, I., García-Rodríguez, F., & Santamarta-Cerezal, J. (2012). *Aecit*. Retrieved from Gestión eficiente del agua en un destino turístico maduro: un estudio de caso:
<https://www.aecit.org/files/congress/18/papers/84.pdf>
- Saad , G., & Gill, T. (2000). “Application of evolutionary psychology in marketing”.
Psychology and Marketing, 1005-1034.
- Schwartz , & Howard . (1981). The Activation of Environmental Norms: Extending Schwartz's Model. *Sage Journals*. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/001391659803000505>
- Shih-Shuo, Y., Xinhua, G., & Tai-Ying, C. (2021). Reinterpreting the theory of planned behavior and its application to green hotel consumption intention. *International Journal of Hospitality Management*. Retrieved from
<https://drive.google.com/drive/folders/1CVbxMi9pVJUsm99JnLa1Dh4qs6F8bKpD>
- Tourism Concern Action for Ethical Tourism. (2021). Water equity in tourism: A human right, a global responsibility. Retrieved from <http://www.tourismconcern.org.uk/uploads/>
- Tsai, Y., Wu, C., & Wang, T. (2014). "Attitude towards green hotel by hoteliers and travel agency managers in Taiwan. *Asian Pacific Journal of Tourism Research*, 14-28.
- UNWWD. (2006). *Water, a shared responsibility*. Retrieved from United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001444/144409e.pdf>
- Vera, R. (2006). Agua y modelos de desarrollo turístico: La necesidad de nuevos criterios para la gestikón de los recursos. *A.G.E*, 155-178.
- World Tourism Organization (WTO). (2009). *Confidence in tourism sector gradually picking up*. Retrieved from https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2009_03.pdf
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2011). *Travel and Tourism*. Retrieved from World Travel and Tourism Council website: http://www.wttc.org/site_media/uploads/
- Yeh, S.-S., Chang, L.-H., & Tsai, C.-H. (2021). *Research Gate*. Retrieved from Evaluation of Green Hotel Guests' Behavioral Intention:
https://www.researchgate.net/publication/281895353_Evaluation_of_Green_Hotel_Guests'_Behavioral_Intention

ANEXO: CUESTIONARIO

Hola, somos estudiantes de la Universidad de La Laguna y estamos haciendo el Trabajo Final De Grado sobre un estudio para conocer algunos aspectos relacionados con su estancia en hoteles. Le agradecemos su colaboración respondiendo a un breve cuestionario. La información que nos aporte es confidencial y siempre será tratada de manera agregada.

[F1] En los últimos 3 años ¿qué tipos de establecimientos alojativo ha utilizado?:

- Hotel
- Apartamento
- Viviendo vacacional
- Otro tipo de alojamiento

[H1] Pensando en su última estancia en un hotel, ¿cuál es el nombre del último hotel en el que se alojó?

[P3] ¿Podría indicarnos su nivel de comportamiento con las siguientes acciones en el hotel? * Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto. Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con muy de acuerdo:

- He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes
- He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada
- Me he duchado más de una vez al día
- He cerrado la ducha mientras me enjabonaba
- Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría
- He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro
- He utilizado las mismas toallas más de un día
- He utilizado las mismas sábanas más de un día
- Me he bañado en la bañera llena de agua

[P4] ¿Podría indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? * Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto. Indicar en una escala del 1-7 su grado de acuerdo o desacuerdo donde el 1 se corresponde con muy en desacuerdo y el 7 con muy de acuerdo:

- Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente
- Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mi
- Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente
- Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones
- Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)

- Por mis propios valores/principios, siento que debo hacer un uso responsable del agua cuando me alojo en un hotel, independientemente de lo que hagan los demás
- Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera
- La actividad turística genera un impacto negativo en el agua
- El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante

[CL1]Sexo:

- Femenino
- Masculino
- Otro

[CL2]Edad:

[CL3] ¿Cuál es su ocupación?:

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

[CL4]Estudios realizados:

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

[CL5] ¿Cómo considera su nivel económico familiar?:

- 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

[CL6] ¿Lugar de residencia?:

- Islas Canarias
- España (Península)
- Otro lugar