

Antecedentes del comportamiento de ahorro de agua de los turistas y la intención de alojarse en un hotel responsable con la gestión del agua

Autora: Dulce María Tornay González
Tutor: Desiderio Gutiérrez Taño

Grado en Turismo
Facultad de Economía, Empresa y Turismo
Curso Académico 2021/2022

San Cristóbal de La Laguna, 23 de junio de 2022

RESUMEN

Este estudio propone un modelo ampliado de la Teoría del Comportamiento Planificado que analiza la influencia de las variables antecedentes en el comportamiento de los turistas en relación con el consumo de agua durante sus estancias en los hoteles y su intención de alojarse en hoteles con gestión responsable del agua. Se ha realizado una encuesta autoadministrada online a personas que se han alojado recientemente en un hotel obteniéndose 429 respuestas válidas. Los resultados sugieren que la actitud, norma subjetiva, norma personal y preocupación ambiental tienen una relación significativa con la intención y el comportamiento con respecto al consumo de agua en hoteles. Una excepción es la relación entre la norma subjetiva y el comportamiento, la cual no es significativa.

Palabras clave: gestión responsable del agua, hoteles, comportamiento, intención, preocupación medioambiental.

ABSTRACT

This study proposes an extended model of the Theory of Planned Behavior that analyzes the influence of antecedent variables on the behavior of tourists in relation to water consumption during their hotel stays and their intention to stay in hotels with responsible water management. A self-administered online survey was carried out to people who have recently stayed in a hotel, obtaining 429 valid responses. The results suggest that attitude, subjective norm, personal norm and environmental concern have a significant relationship with intention and behavior regarding water consumption in hotels. An exception is the relationship between the subjective norm and behavior, which is not significant.

Key words: efficient water management, hotels, behavior, intention, environmental concern.

Índice de contenidos

1. Introducción.....	5
2. Contexto del consumo del agua	7
3. Marco teórico	8
3.1. Teoría	8
3.2. Variables dependientes	9
3.3. Variables independientes.....	10
3.4. Relaciones.....	11
4. Objetivos.....	12
4.1. Objetivo general.....	12
4.2. Objetivos específicos	13
5. Metodología	13
5.1. Método de estudio	13
5.2. Cuestionario y medida de las respuestas.....	13
5.2.1. Estructura del cuestionario	13
5.2.2. Medida de las respuestas.....	14
5.3. Recogida de datos.....	16
5.4. Estructura de la muestra obtenida.....	16
5.5. Método de análisis de datos	18
5.6. Categorización de variables.....	18
6. Análisis de datos de los resultados.....	19
6.1. Análisis descriptivo.....	19
6.2. Análisis de las relaciones	25
7. Discusión e implicaciones prácticas.....	27
7.1. Discusión.....	27
7.2. Implicaciones prácticas.....	29
8. Conclusiones y limitaciones	29
8.1. Conclusiones	29
8.2. Limitaciones del estudio	30
Bibliografía	30
Anexo	37

Índice de figuras

Figura 1: Relaciones propuestas.....	12
--------------------------------------	----

Índice de tablas

Tabla 1. Ítems y constructos.....	14
Tabla 2. Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación.....	17
Tabla 3. Resultados de las variables categóricas	18
Tabla 4. Media de los constructos y sus ítems.....	23
Tabla 5. Medias y contraste de t de Student de los constructos.	26

Índice de gráficos

Gráfico 2. Frecuencia de los ítems del comportamiento.....	20
Gráfico 3. Frecuencia de los ítems de la intención.....	21
Gráfico 1. Media de los constructos y sus ítems	24
Gráfico 4. Frecuencia de los ítems de las variables independientes.	25
Gráfico 5. Medias de los constructos según grupos.....	27

1. Introducción

Para garantizar un uso responsable del agua en los hoteles, es determinante conocer el comportamiento y la intención de los turistas durante su estancia en el alojamiento. En la actualidad, el calentamiento global, el cambio climático y la contaminación son algunas de las razones que pueden relacionarse con un cambio hacia una economía “verde”, que ha sido considerada como “un marco conceptual y político para el desarrollo sostenible” (Holden, 2013, pp. 3-4). A pesar de su innegable importancia para impulsar el desarrollo económico y el crecimiento de las zonas turísticas, el turismo crea muchas externalidades negativas que pueden perjudicar a los destinos de varias maneras (Scott et al., 2019). El desarrollo incontrolado y no planificado de los destinos turísticos de masas ha provocado grandes problemas, como desastres ecológicos y sobreexplotación de recursos (Ioannides y Holcomb, 2003).

En los últimos años, la literatura reconoce el papel fundamental de la sostenibilidad en el éxito futuro de las empresas hoteleras (Legrand et al., 2016). Por ello, cada vez más hoteles modifican sus operaciones de forma proactiva para incluir prácticas más respetuosas con el medioambiente (Choi et al., 2015). Se considera que la ecologización de los hoteles es una de las facetas fundamentales del desarrollo sostenible del sector hotelero (Chan, 2013; Han et al., 2010).

Pathak (2015) examinó el resultado de una encuesta realizada por TripAdvisor y afirmó que alrededor del 62,0% de los viajeros se preocupan por la problemática medioambiental cuando deciden alojarse en un hotel. Según Slye (2009), cerca del 87,0% de los huéspedes son conscientes de la importancia de los hoteles ecológicos, cerca del 80,0% de los huéspedes se consideran clientes con conciencia ecológica y cerca del 30,0% de ellos están dispuestos a pagar más por los hoteles ambientalmente responsables.

Previamente a la realización de este estudio, se ha examinado la literatura previa existente para poder conocer cuáles son los factores que ya han sido analizados en el pasado. En primer lugar, se ha revisado la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) propuesta por Ajzen (1991). Esta teoría postula que la intención hacia el comportamiento está afectada por la actitud personal, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento. Varios de los estudios posteriores también se apoyan en la TPB para llevar a cabo su investigación. Un ejemplo es el estudio realizado por Dharmesti et al. (2020), el cual también trata la intención y el comportamiento, así como la preocupación medioambiental de los turistas durante su estancia en hoteles.

Aunque estos estudios han aportado sus conocimientos sobre la intención y el comportamiento responsable con el medioambiente, en varios de los estudios citados no se ha analizado cómo es el consumo de agua en los hoteles por parte de los clientes hospedados. Varios estudios como los propuestos por Wang et al. (2021) y Yeh et al. (2021) confirman que existe una relación positiva entre la actitud y comportamiento respetuoso con el medioambiente. Sin embargo, ningún estudio ha demostrado una relación significativa entre la actitud y el comportamiento con respecto a la gestión eficiente del agua en hoteles.

Asimismo, otro ejemplo se encuentra en el estudio de Chang et al. (2014), en el que se afirma que existe una relación significativa entre la norma subjetiva y la intención de alojarse en un hotel respetuoso con el medioambiente. Como puede ser observado, en dicho estudio se centra en un hotel verde, pero no si se produce o no una gestión eficiente del agua en el hotel.

Lo mismo ocurre con la teoría del marco de objetivos (Lindenberg y Steg, 2007), reflejada en el estudio de Rodríguez-Sánchez et al. (2020), en la que se profundiza en que las normas personales pueden llevar a un comportamiento responsable con el medioambiente. No obstante, no trata estos constructos en relación con el consumo de agua en hoteles.

Por lo tanto, hemos averiguado que los estudios previos se centran mayormente en el medioambiente en general o en el consumo responsable en hoteles. Sin embargo, no profundizan en el comportamiento y la intención de los huéspedes en el hotel con respecto al consumo del agua en hoteles. Además, todos tratan distintas relaciones entre constructos, pero solo algunos de ellos han explicado cómo es el consumo del agua en los hoteles e incluso algunos estudios solo han tratado este tema de manera superficial, relacionándolo con otras formas de actuar de manera respetuosa con el medioambiente.

Como consecuencia del vacío encontrado en la literatura previa existente, se hace necesaria la realización de este estudio para lograr entender más adecuadamente el comportamiento y la intención de los huéspedes de un hotel. Concretamente, se ha anhelado conocer si la actitud, norma subjetiva, norma personal y preocupación medioambiental influyen en el comportamiento y la intención a la hora de reservar en un hotel responsable con la gestión del agua.

Con la intención de alcanzar los objetivos propuestos, se diseñó un cuestionario para realizar entrevistas y así reafirmar y complementar estudios anteriores. Asimismo, dicho cuestionario se elaboró para paliar el vacío existente en los estudios previos. Para ello, se realizó una encuesta a la población objeto de estudio, en la que se incluían a personas que se han alojado en un hotel o aparthotel en los últimos tres años, logrando obtener una muestra de 429 personas en total.

En los siguientes apartados se realiza un análisis del contexto del consumo del agua en hoteles en las últimas décadas. Seguidamente, se explican las literaturas previas que han sido revisadas para la realización del estudio presente, al igual que las teorías de diferentes autores. Tras el marco teórico, se definen tanto las variables dependientes como las variables independientes, así como la relación a estudiar entre los diferentes constructos. A continuación, se desarrolla el objetivo general y los objetivos específicos que persigue este estudio. Por otro lado, se profundiza en la metodología utilizada para la recogida de datos, en la que se especifica el método de estudio, la estructura del cuestionario y la medida de las respuestas, el procedimiento de recogida de datos, la estructura de la muestra y ponderación, el método de análisis de datos y la categorización de variables. Más adelante, se realiza el análisis de los resultados obtenidos, desarrollando el análisis descriptivo y análisis de las relaciones. Posteriormente, se procede a realizar una discusión sobre los resultados obtenidos y contrastarlos con la literatura previa. Además, se proponen varias implicaciones prácticas

como consecuencia de nuestros resultados. Para finalizar, se encuentran las conclusiones y las limitaciones encontradas durante la investigación.

2. Contexto del consumo del agua

Para entender la importancia de la realización de este estudio, es necesario conocer el contexto del consumo del agua en hoteles. En las últimas décadas, muchos profesionales se han esforzado por garantizar una gestión ambientalmente responsable de los hoteles (Gabarda-Mallorguá et al., 2017; Manaktola & Jauhari, 2007; Masau & Prideaux, 2003), mientras que, al mismo tiempo, los vendedores de dichos hoteles han estado ansiosos por consolidar una relación a largo plazo con huéspedes cada vez más conscientes del medioambiente (Han & Yoon, 2015; Kang et al., 2012).

Se considera que la ecologización de los hoteles es una de las facetas fundamentales del desarrollo sostenible en el sector hotelero (Chan, 2013; Han et al., 2010). En la gestión hotelera sostenible, la mejora de la fidelidad de los huéspedes es esencial para el éxito a largo plazo de las empresas (Han et al., 2010; Jiang & Kim, 2015; Wu et al., 2016). Además, aumentar la participación de los huéspedes en las prácticas proambientales es fundamental para el éxito de esa gestión hotelera sostenible (Chan, 2013; Lee et al., 2010).

La industria hotelera es una industria de rápido crecimiento y un sector emergente en la aplicación de políticas de sostenibilidad que abordan cuestiones ambientales, como el consumo excesivo de energía, agua, alimentos y productos desechables (Bohdanowicz, 2006; Chen & Tung, 2014).

El agua es uno de los recursos naturales más demandados, sobre todo en zonas con frecuentes sequías y alto estrés hídrico, como la Cuenca del Mediterráneo (Oweis et al., 2000). La competencia por el agua entre los distintos sectores económicos también es habitual en las regiones con escasez de agua (Iglesias et al., 2011). El turismo es una industria en rápido crecimiento (Ulus et al., 2016; Untaru et al., 2016) que depende en gran medida del agua para fines recreativos y de consumo, y el reto consiste en encontrar la manera de satisfacer las necesidades de los turistas sin poner en peligro las de los residentes locales (Gössling et al., 2012; Stonich, 1998).

Los cambios en el comportamiento de las precipitaciones y la sobreexplotación de los recursos hídricos han provocado una grave disminución de la cantidad y la calidad del agua en toda la Cuenca del Mediterráneo (IPCC International Panel on Climate Change, 2014). Por lo tanto, las medidas destinadas a reducir el uso del agua son esenciales para mantener un equilibrio entre el desarrollo socioeconómico y la preservación y restauración de los ecosistemas (Gleik, 2003).

Los hoteles son grandes consumidores de agua porque los huéspedes tienden a utilizar más agua cuando se alojan en ellos que en casa (Charalambous et al., 2012; Eurostat, 2009; Gössling, 2005; Gössling et al., 2012; UNWWD, 2006). Gössling (2005) estimó que el consumo de agua en los establecimientos hoteleros a nivel internacional es de 1,3 km³ al año. El estudio de Cole (2012) sobre Bali, vinculó el aumento del número de hoteles a muchos problemas medioambientales en la isla, incluida la demanda de agua. El enfoque de política

ecológica de la autora descubrió una serie de factores medioambientales y políticos de los problemas del agua relacionados entre sí, como los conflictos por el uso de la tierra, las cuestiones de poder social y las cuestiones culturales, la política y la normativa, así como el estado del propio suministro de agua local.

Los hoteles están aplicando estrategias destinadas a reducir el consumo, debido a que cada vez son más conscientes de la importancia de la gestión sostenible del agua (Chan & Hawkins, 2012; Gabarda-Mallorquí et al., 2017). Sin embargo, estas estrategias requieren la colaboración de los huéspedes del hotel y, hasta la fecha, se sabe muy poco sobre el comportamiento que tienen los huéspedes con respecto al agua durante su estancia (Han et al., 2011; Lee et al., 2010). Los huéspedes pueden contribuir a reducir el consumo de agua en el sector hotelero, en primer lugar, eligiendo un hotel con un sistema de gestión sostenible del agua (Manaktola y Jauhari, 2007) y, en segundo lugar, ayudando a ahorrar agua durante su estancia (Bruns-Smith et al., 2015; Dimara et al., 2017; Jamal & Smith, 2017).

La conservación del agua y la reducción de residuos se consideran los principales aspectos de la gestión ambientalmente responsable en los hoteles (Singh et al., 2014; Wyngaard y de Lange, 2013). El uso de bombillas energéticamente eficientes, la reutilización de toallas, el tratamiento de residuos/aguas grises y la conservación del agua son consideradas las prácticas ecológicas más populares y conocidas adoptadas en el sector hotelero (Bohdanowicz, 2006; Bruns-Smith et al., 2015; Chan, Wong y Lo, 2009; Dimara, Manganari y Skuras, 2017).

Por otro lado, los hoteles pueden ahorrar energía y reducir el uso de detergente cuando los clientes reutilizan las toallas en la habitación (Bohner y Schlüter, 2014; Goldstein, Cialdini y Griskevicius, 2008), y los hoteles también pueden reducir la generación de aguas grises y ahorrar costes cuando los clientes evitan el uso excesivo de agua en la habitación (Untaru et al., 2016). Aunque los objetivos principales de los profesionales de la hostelería para inducir los comportamientos de conservación de los huéspedes son la reducción de costes (Bohner y Schlüter, 2014) y el cumplimiento de las normativas gubernamentales diseñadas para preservar el medioambiente (Han, 2015), estos comportamientos ecológicos de los huéspedes del hotel reducen indudablemente el impacto medioambiental de la industria hotelera, contribuyendo a un entorno más limpio (Gabarda-Mallorquí et al., 2018).

Por tanto, conocer los determinantes de un comportamiento responsable por parte de los turistas durante su estancia en los hoteles es clave para fomentar un uso responsable del recurso del agua. En este sentido, este trabajo se ha centrado en conocer los factores intrínsecos de la personalidad de los clientes que pueden influir en un comportamiento que pueda reducir el consumo de agua en el hotel.

3. Marco teórico

3.1. Teoría

Para analizar el comportamiento de los turistas en los hoteles con respecto al ahorro del agua y la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente, este estudio se basa en distintos marcos teóricos y estudios previos realizados sobre la materia,

como son la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) y la teoría del marco de objetivos, entre otras.

La TPB es una extensión de la Teoría de Comportamiento Razonado que postula que las decisiones humanas son volitivas (Ajzen, 1985). Ajzen y Fishbein (1980) creían que la mayor parte del comportamiento humano es predecible porque su elección se basa en el razonamiento lógico. 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, 1991).

La TPB ha sido utilizada ampliamente como marco teórico para explicar los comportamientos medioambientalmente responsables de los turistas en relación con los servicios y estancias hoteleras, así en el estudio de Yeh et al. (2021) se estudia la TPB aplicada al consumo ‘verde’, donde se ven reflejados los resultados de la norma subjetiva en relación con la intención.

Por otro lado, la TPB también fue utilizada junto con la teoría valor-creencia-norma (VBN) y la teoría del marco de objetivos en el estudio realizado por Wang et al. (2021). En este estudio ha indicado una brecha existente en la literatura en la que afirma que no está resuelta la relación entre las actitudes de compra del consumidor ecológico (ACP) y el comportamiento de compra verde de los consumidores (GPB) en la literatura sobre hoteles ecológicos (Wang et al., 2020a, 2020c).

En relación con la norma personal, este estudio también se basa en la investigación realizada por Rodríguez-Sánchez et al. (2020), la cual se apoya en la teoría del marco de objetivos (Lindenberg & Steg, 2007). Los resultados también muestran que las normas personales podrían reducir la influencia negativa de los motivos hedónicos en el comportamiento responsable con el agua.

En el siguiente estudio, realizado por Dharmesti et al. (2020), hemos considerado las variables antecedentes y explicativas de la intención y el comportamiento, así como la preocupación medioambiental de los turistas durante su estancia en hoteles.

3.2. Variables dependientes

Seguidamente, se encuentran definidas las variables dependientes en las que se centra este estudio:

Comportamiento

La Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1985) es útil para predecir y comprender el comportamiento humano, ya que postula que la intención de comportarse de una determinada manera se rige por la actitud hacia la acción, la norma subjetiva y el control conductual percibido. En la mayoría de los casos, el uso de agua por parte de los clientes de los hoteles está relacionado con comportamientos como el cambio de toallas, la ducha, el cambio de sábanas, la descarga del inodoro, el cepillado de dientes y otros lavados (Page et al., 2014).

Intención

La intención conductual del consumidor indica su probabilidad estimada de realizar una acción concreta en una situación de consumo específica (Oliver, 1997). Según la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1985), las intenciones captan los factores de motivación que influyen en un comportamiento; son indicadores de lo mucho que la gente está dispuesta a intentarlo, de la cantidad de esfuerzo que piensan realizar para llevar a cabo el comportamiento. En nuestro estudio nos hemos focalizado en la intención de reservar un hotel que gestione el agua de forma eficiente.

3.3. Variables independientes

A continuación, se definen las variables independientes a estudiar, las cuales pueden o no influir sobre las variables dependientes.

Norma subjetiva

La norma subjetiva es la opinión social percibida con respecto a la realización del comportamiento (Ajzen, 1991). La norma subjetiva está determinada por la importante expectativa normativa de los demás (Ajzen, 2012; Ajzen & Fishbein, 1980). En el estudio presente, la norma subjetiva está enfocada hacia cómo familiares, amigos y la sociedad influyen animan para alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente.

Norma personal

El concepto de norma personal (también conocido como obligación moral o norma moral) se entiende como "sentimientos de obligación moral de realizar o abstenerse de acciones específicas" (Schwartz y Howard, 1981, p. 191). La norma personal de un individuo está asociada a una creencia personal sobre lo que es correcto según una autoevaluación positiva. Esta moral afecta a la toma de decisiones o al comportamiento prosocial (Fransson y Biel, 1997). En este estudio, la norma personal está relacionada con los sentimientos de los huéspedes al utilizar agua en un hotel.

Preocupación medioambiental

La preocupación medioambiental se refiere al nivel de conciencia de los individuos sobre las consecuencias adversas/peligrosas para los objetos, los cuales son altamente valorados por ellos, cuando no practican una acción proambiental (Schwartz, 1977). La preocupación medioambiental en este estudio se ha focalizado hacia la gestión eficiente del agua en hoteles.

Actitud

La actitud hacia el comportamiento se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación o valoración favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión (Ajzen, 1991, p188). Según la definición de Wang y Wong (2020), la actitud refleja la evaluación

completa de un individuo sobre un determinado comportamiento. En nuestro estudio, se ha plasmado como la actitud hacia alojarse en un hotel que gestione el agua de forma eficiente y cuánto de importante es.

3.4. Relaciones

En estudios previos se ha encontrado que hay una relación entre los diferentes constructos que se analizan en este estudio y un comportamiento favorable con el medio ambiente, así como con el consumo responsable y la gestión eficiente del agua en hoteles.

Relación de la actitud con la intención y el comportamiento

En un contexto general, la teoría del comportamiento planificado sugiere una relación directa y positiva entre la actitud y la intención de comportamiento y esta con el comportamiento (Ajzen, 1985).

En el contexto concreto de comportamiento verde de los turistas en relación con el alojamiento, Wang et al. (2021) indican una brecha de investigación no resuelta entre las actitudes de compra del consumidor ecológico (ACP) y el comportamiento de compra verde de los consumidores (GPB) en la literatura sobre hoteles ecológicos (Wang et al., 2020a, 2020c). Varios estudios han confirmado una relación positiva de la actitud hacia un comportamiento verde y respetuoso con el medioambiente (por ejemplo, Wang et al., 2021; Yeh et al., 2021). De forma similar es de esperar una relación positiva entre la actitud de los turistas hacia los hoteles con una gestión eficiente del agua y una intención y comportamiento responsable con el consumo del agua durante su estancia.

Relación de la norma subjetiva con la intención y el comportamiento

La TPB también postula una relación directa de la percepción de la presión social hacia un determinado comportamiento y la intención (Ajzen, 1985). El estudio desarrollado por Yeh et al. (2021), ha obtenido unos resultados que indican que la norma subjetiva y la intención conductual no tienen una relación significativa en relación con el consumo ecológico en hoteles. No obstante, este resultado contradice la mayoría de los estudios anteriores (por ejemplo, Chang et al., 2014; Han et al., 2010; Kiatkawsin y Han, 2017), donde se afirma que sí existe una relación significativa entre la norma subjetiva y la intención de alojarse en un hotel respetuoso con el medioambiente.

Relación de la norma personal con la intención y el comportamiento

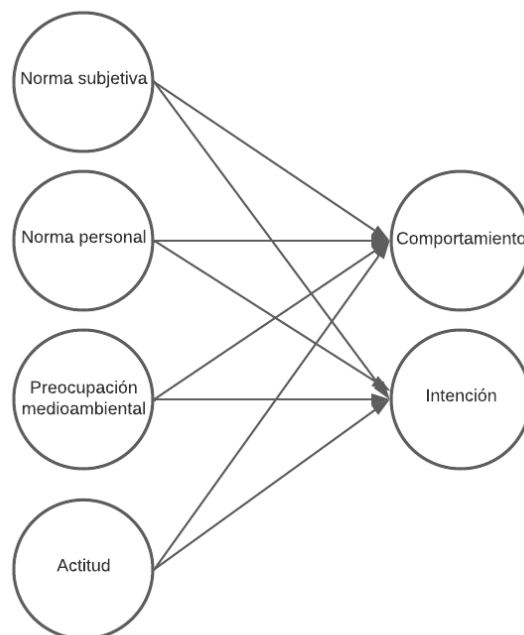
Según la teoría del marco de objetivos (Lindenberg y Steg, 2007), los motivos hedónicos son, a priori, la motivación más fuerte para actuar porque están relacionados con la satisfacción de las necesidades, que es el motivo más básico. Sin embargo, la teoría del marco de objetivos también sugiere que a menudo hay múltiples motivos en conflicto en el comportamiento relacionado con el medioambiente. Así, aunque la tendencia natural es buscar placer y satisfacción, las normas personales pueden llevar a un comportamiento responsable con el medioambiente, aunque implique un esfuerzo o una menor comodidad personal.

Relación de la preocupación medioambiental con la intención y el comportamiento

En el estudio realizado por Dharmesti et al. (2020) se examinan los antecedentes de los comportamientos proambientales (PEB) de los consumidores de hoteles australianos. Se investigan tres formas de comportamientos proambientales reales de los clientes de los hoteles: el ahorro de agua, el ahorro de energía y los comportamientos de reciclaje. La preocupación medioambiental también aumenta la concienciación del individuo sobre el impacto de su comportamiento en el bienestar medioambiental (Han y Yoon, 2015; Shin et al., 2017). El presente estudio desplaza el foco de atención de las intenciones al PEB real de los huéspedes en los hoteles. Los resultados abordan cuestiones medioambientales actuales en la industria hotelera y amplían la literatura sobre la sostenibilidad del turismo en el contexto hotelero.

Los estudios previos citados han sido útiles para llevar a cabo este nuevo estudio relacionando algunas de las variables utilizadas. De esta manera, en este estudio se trata de conocer si la intención y el comportamiento dependen de la norma subjetiva, norma personal, preocupación medioambiental y actitud concretamente en el contexto de la gestión eficiente del agua en los hoteles.

Figura 1: Relaciones propuestas



4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Tras la revisión bibliográfica realizada, ha sido identificada la necesidad de considerar una relación entre los distintos constructos que no se ha analizado en estudios previos, para así paliar un vacío existente en la literatura analizada. Es por esa razón que este estudio tiene como objetivo general conocer el comportamiento y la intención de la población con respecto a la gestión eficiente del agua en hoteles y, además, saber si dependen de las variables independientes propuestas.

4.2. Objetivos específicos

- Conocer si la norma subjetiva, es decir, la presión social sobre el individuo en relación a un hotel que gestiona el agua de manera eficiente, influye en el comportamiento y la intención.
- Conocer si la norma personal hacia un hotel que gestiona el agua de manera eficiente influye o no en el comportamiento y la intención.
- Conocer cómo influye la preocupación medioambiental en el comportamiento y la intención.
- Conocer si la actitud hacia un hotel que gestiona el agua de manera eficiente influye o no en el comportamiento y la intención.
- Contrastar si los resultados obtenidos son iguales o difieren de la literatura previa.
- Identificar implicaciones prácticas por parte de los hoteles de la percepción que tienen los clientes de la gestión eficiente del agua.

5. Metodología

5.1. Método de estudio

Para la consecución de los objetivos del estudio, ha sido realizada una encuesta a la población objeto de estudio, es decir, aquellas personas alojadas en al menos un hotel o aparthotel en los últimos tres años. Para ello, se ha utilizado como herramienta de recogida de datos un cuestionario estructurado.

5.2. Cuestionario y medida de las respuestas

5.2.1. Estructura del cuestionario

El cuestionario utilizado en este estudio estaba compuesto por cinco secciones. La primera incluía preguntas filtro para seleccionar la muestra. Las personas objeto de estudio debían haberse alojado en un hotel o aparthotel en los últimos tres años.

La siguiente sección consistía en todas aquellas preguntas dedicadas a los constructos, tales como las variables dependientes, es decir, el comportamiento de los huéspedes en el hotel y la intención de visitar un hotel que gestiona el agua de manera eficiente. El otro tipo

de constructos son las variables independientes objeto de este estudio, entendiéndose como éstas la actitud, norma subjetiva, norma personal y preocupación medioambiental.

La última sección contenía preguntas de información sociodemográfica. Se basa en la obtención de datos como sexo, edad, ocupación, estudios, nivel económico y lugar de residencia. En el campo sexo, se habilitaron tres respuestas posibles: femenino, masculino u otro. Con respecto a la edad, se decidió aplicar una pregunta con respuesta abierta. Para la obtención de los datos referidos a la ocupación, se debía seleccionar la respuesta que correspondía con su situación actual. Por otro lado, se debía indicar el nivel de estudios y el nivel económico según la media. Finalmente, se debía indicar el lugar de residencia, especificando entre ‘Islas Canarias’, ‘España (Península)’ u ‘Otro lugar’.

5.2.2. Medida de las respuestas

El cuestionario ha sido secuencial y con forma de embudo, significando que sus preguntas variaron de una mayor a menor complejidad, la mayoría de las mismas fueron cerradas, con el objetivo de que arrojen datos concisos eliminando la ambigüedad en las respuestas. Una gran parte de las preguntas utilizaron una escala tipo Likert, dividida en 7 niveles, siendo “Totalmente en desacuerdo” el nivel mínimo de la escala, y “Totalmente de acuerdo” el nivel más alto. A la hora de la obtención de datos y análisis de resultados se ha tenido en cuenta que las categorías de respuesta de las Likert nos servirán para capturar la intensidad de los sentimientos o percepciones del encuestado hacia dicha afirmación, y que tienen dos vertientes, positivas o negativas.

Todas las variables incluidas en el estudio se midieron mediante escalas propuestas y adaptadas de estudios anteriores en la literatura. En la tabla 1 se recogen los ítems utilizados para cada constructo y el origen de las fuentes de literatura utilizadas para cada uno de ellos.

Tabla 1. Ítems y constructos

Constructo	Ítem	Bibliografía
Comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	Adaptación de Gabarda-Mallorquí et al. (2018)

	<ul style="list-style-type: none"> • He utilizado las mismas sábanas más de un día • Me he bañado en la bañera llena de agua 	
Intención	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua • Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua • Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción 	Adaptación de Han et al. (2015)
Norma subjetiva	<ul style="list-style-type: none"> • Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente • Mis amistades me animan a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente • La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente 	Adaptación de Yeh et al. (2021)
Norma personal	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	Adaptación de Gatersleben et al. (2014); Han & Hyun (2018)
Preocupación medioambiental	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	Adaptación de Han et al. (2018)
Actitud	<ul style="list-style-type: none"> • 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 mí • Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente 	Adaptación de Yeh et al. (2021)

5.3. Recogida de datos

Para la ejecución del cuestionario, se ha realizado de manera online y ha sido utilizada LimeSurvey como herramienta de soporte. El proceso de recogida de datos duró desde el 8 hasta el 22 de marzo de 2022.

Este proceso se ha realizado a través de una encuesta personal y una encuesta autoadministrada. La entrevista personal es un tipo de encuesta que se caracteriza por el ahorro de tiempo en su ejecución, ya que el control y depuración de los cuestionarios es inmediata. En este caso, el encuestador será el que vaya dirigiendo y rellenando la encuesta.

En el caso de la entrevista autoadministrada, destaca por su velocidad, ya que aporta datos a tiempo real de forma muy precisa. Para su realización, cada encuestador emitió a su círculo social un enlace a través de redes sociales, con el fin de lograr alcanzar el mayor número de respuestas posibles. Los propios encuestados también han difundido dicho cuestionario entre sus conocidos, aplicando así lo que se conoce como el método de muestreo de bola de nieve.

Del total de la población (universo) de la isla de Tenerife, los cuales son todos y cada uno de los individuos de los que se quiere obtener una información y que comparten unas características comunes (618.711 personas), hemos extraído una muestra de 429 personas teniendo en cuenta la suma del total de personas de la encuesta personal y la autoadministrada. Se trata de un subgrupo representativo de la población a estudiar, que nos ayuda a obtener información y poder generalizarla al resto. Con respecto a los perfiles de los entrevistados elegidos han sido siempre personas mayores de 18 años, siendo para la encuesta personal personas a partir de 25 años.

Se observa que 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

En primer lugar, la muestra se puede distribuir por géneros y edad como se refleja en la tabla 2. La población femenina se conforma por un 28,9% de mujeres entre 18 y 24 años; un 13,1% cuando se trata de mujeres entre 25 y 34; un 10,3% entre 35 y 44 años; un 8,6% entre 45 y 54 años; y por último, un 6,5% de mujeres mayores de 54 años. Con respecto a la muestra representativa de hombres, hemos obtenido un 12,1% de hombres encuestados de entre 18 y 24 años; un 8,2% de hombres entre 25 y 34 años; un 4,2% entre 35 y 44 años; un 3,7% entre 45 y 54 años; y la cantidad restante es del 4,4% de hombres mayores de 54 años.

Un 67,4% representa el porcentaje de mujeres entrevistadas, mientras que la cantidad restante (32,6%), equivale a la muestra de población masculina, siendo este un porcentaje

mucho menor. Según datos obtenidos a través del ISTAC (Instituto Canario de Estadística), el porcentaje femenino del universo (población de Tenerife) es de 50,2% y el porcentaje masculino es de un 49,8%. La muestra obtenida con nuestras encuestas no equivale a estos porcentajes, por lo que ha sido necesaria la ponderación de los datos, con el fin de corregir esta desviación. Asimismo, en la tabla 2 se observa esta ponderación de la muestra, siendo este peso el resultado de dividir el porcentaje de la estructura de la población entre el de la muestra.

Tabla 2. Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación

	Muestra		Estructura población	Peso ponderación
<i>Femenino</i>				
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
<i>Masculino</i>				
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%	

Con respecto a la ocupación de los entrevistados, tenemos que un gran porcentaje son asalariados o estudiantes, siendo estos el 38,2% y un 37,8% respectivamente. Seguidamente, un 5,8% de los entrevistados pertenece a autónomos y un 5,6% a desempleados. Los porcentajes restantes pertenecen a los empresarios, directivos, empleados del mando intermedio, jubilados y aquellos que se dedican a las actividades del hogar.

De la población entrevistada, un 61,3% completaron sus estudios universitarios. Un gran porcentaje realizó estudios de Bachillerato o Formación Profesional, siendo este un 29,1%. Por otro lado, un 8,6% solo realizaron estudios de primaria-secundaria y un 0,9% no completaron ninguno de estos estudios.

Seguidamente, analizamos el nivel económico de la unidad familiar. Un 71,1% de los encuestados, es decir, la mayoría de la muestra se encuentra actualmente en un nivel económico medio. También obtuvimos que un 12,8% se encuentra por debajo de este porcentaje, por lo tanto, su nivel económico es menor. Por el contrario, un 16,1% de la muestra considera estar por encima del nivel económico medio.

Por último, ha sido analizado el lugar de residencia de los encuestados. La gran mayoría residen en las Islas Canarias (75,3%) y, de estos, un 86,7% pertenecen a la isla de Tenerife. Un 19,8% residen actualmente en la Península Ibérica y tan solo un 4,9% viven en otro lugar.

5.5. Método de análisis de datos

En primer lugar, el análisis de los datos se ha realizado a través del examen descriptivo de los constructos intervinientes preocupación medioambiental, y sus ítemes (tabla 1) mediante medias y proporciones. Cada constructo se ha construido como la media de los ítemes que lo componen.

A continuación, para el análisis de las relaciones entre la variable dependiente, es decir, el comportamiento y la intención, y las variables antecedentes, esto es la actitud, norma personal, norma subjetiva y preocupación medioambiental, se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medias realizando contrastes de diferencias mediante las pruebas t.

5.6. Categorización de variables

Se han construido nuevas variables categóricas de las variables independientes utilizadas en el análisis, con objeto de facilitar el análisis de resultados a través de tabulaciones. Las nuevas variables construidas son categóricas de nivel alto y bajo. Estas categorías serán utilizadas posteriormente en el análisis de los resultados.

El nivel “bajo” corresponde a valores menores de 5 de la media del constructo calculada como promedio de los ítemes del constructo. Por otro lado, los valores iguales o mayores que 5 suponen el nivel “alto” de la escala.

En la tabla 3, podemos observar que de las personas entrevistadas tienen una actitud alta del 60,7% hacia un hotel que gestione el agua de manera eficiente. Con respecto a la opinión social que se percibe, es decir, la norma subjetiva, es baja, con un porcentaje del 80,1%. Por otro lado, podemos observar que para un 59,9% la norma personal es alta, mientras que para un 40,1% es baja. Por último, un 65,1% considera que su preocupación medioambiental es alta y para el porcentaje restante su preocupación por el medioambiente es baja.

Tabla 3. Resultados de las variables categóricas

	Alto	Bajo
Actitud	60,7%	39,3%
Norma subjetiva	19,9%	80,1%
Norma personal	59,9%	40,1%

6. Análisis de datos de los resultados

6.1. Análisis descriptivo

Para llevar a cabo en análisis descriptivo de la muestra, hemos realizado una media de las respuestas recogidas sobre cada uno de los constructos, todos ellos medidos con una escala Likert del 1 al 7. En la tabla 4, así como en el gráfico 1, podemos ver reflejados los resultados de la media obtenida de los constructos y sus ítemes.

En la tabla de frecuencia de los ítemes de cada constructo (Anexo 2) están reflejados los porcentajes de éstos según la escala Likert. Para medir el comportamiento, se ha utilizado una escala de frecuencia desde ‘Nunca’ (siendo éste el nivel mínimo) hasta ‘Siempre’ (nivel más alto). Los constructos restantes han sido valorados desde ‘Totalmente en desacuerdo’ hasta ‘Totalmente de acuerdo’.

Comportamiento

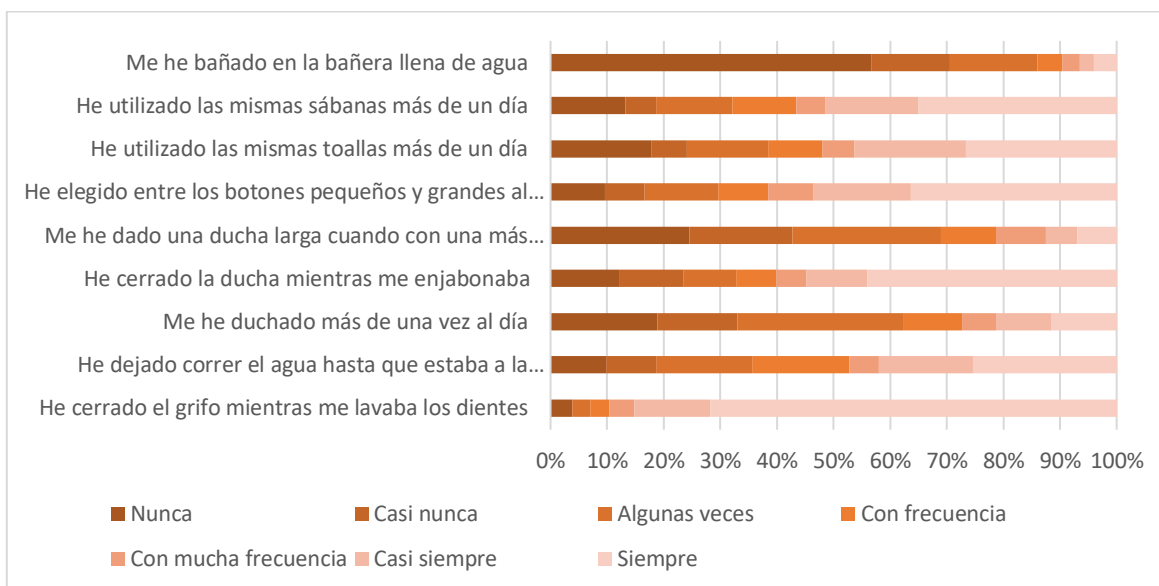
Con respecto a las variables dependientes, el comportamiento tiene un 4,91 de media entre todas las respuestas obtenidas. En cuanto a los ítemes relacionados con el comportamiento, una media de 6,21 ha cerrado el grifo mientras se lavaba los dientes, mientras que 4,91 de media ha cerrado la ducha mientras se enjabonaba. Con respecto a las toallas y sábanas, una media de 4,44 ha utilizado las mismas toallas más de un día y 4,79 ha utilizado las sábanas más de un día. De media, 4,96 de los encuestados han elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro.

Los siguientes ítemes referidos al comportamiento, se refieren a ítemes cuya media ha sido invertida. Esto quiere decir que su significado principal tiene una connotación negativa con respecto al comportamiento referido al consumo del agua. Por lo tanto, la media reflejada en la tabla 4 indica los resultados invertidos. Teniendo en cuenta que estos resultados están invertidos, sabemos que una media de 3,50 entrevistados ha dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada, 4,54 se ha duchado más de una vez al día y 4,95 se ha dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría. Por último, hemos obtenido que una media de 5,93 se ha bañado en la bañera llena de agua.

En el gráfico 2 se puede observar la frecuencia de los ítemes del comportamiento. Para el ítem ‘He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes’ existe una clara mayoría (70%) que siempre lo lleva a cabo. Un 42% deja correr el agua hasta que esté a la temperatura adecuada siempre o casi siempre. Un 29,3% algunas veces se ducha más de una vez al día, un 33,1% se ducha más de una vez al día nunca o casi nunca y un 21,4% siempre o casi

siempre. De la población, un 44% siempre ha cerrado la ducha mientras se enjabonaba y un 24,6% nunca se ha dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría, mientras que un 26,3% lo ha hecho algunas veces. La mayoría (53,5%) siempre o casi siempre eligen entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro. Con respecto al uso de las toallas, un 26,6% siempre las utiliza las mismas durante más de un día, mientras que un 17,9% nunca lo hace. Sobre las sábanas, un 51,5% las utiliza siempre o casi siempre las mismas durante más de un día. Por último, un 56,6% afirma que nunca se ha bañado en la bañera llena de agua.

Gráfico 2. Frecuencia de los ítemes del comportamiento.



Intención

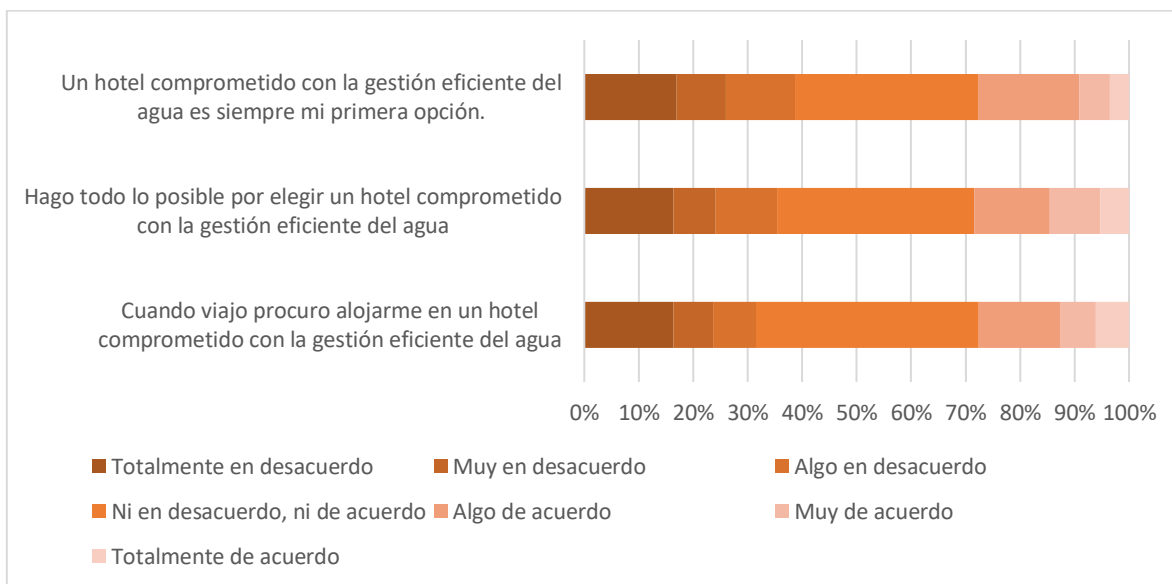
La siguiente variable dependiente, la intención, ha obtenido una media de 3,69, notablemente inferior al punto medio, que es 4. Por lo que podemos afirmar que la intención de elegir un hotel que gestione el agua de manera eficiente en general es baja.

Los diferentes ítemes correspondientes a la intención de reservar en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua, tienen una media de 3,75, 3,72, y 3,59, siendo esta última la media de aquellos que eligen un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua como primera opción.

En el Gráfico 3 pueden ser observados los ítemes referidos a la intención. En los tres ítemes la mayoría de las respuestas indican indiferencia (ni en desacuerdo, ni de acuerdo), con un 40,8% en ‘Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua’, un 36,2% en ‘Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con

la gestión eficiente del agua’ y un 33,6% en ‘Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción’.

Gráfico 3. Frecuencia de los ítemes de la intención.



Norma subjetiva

En el caso de la norma subjetiva, tiene una media de 3,83, por lo que los entrevistados no se ven influenciados por la sociedad para alojarse en un hotel que gestiona el agua de manera eficiente.

Con respecto a la media de los ítemes, una media de 3,38 es animada por su familia para que se aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente y 3,41 es animada por sus amistades. Una media de 4,70 piensa que la sociedad en general ve bien que se aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente.

En el Gráfico 4 podemos ver reflejados la frecuencia de los ítemes de las variables independientes. Para el siguiente constructo, norma subjetiva, un 41,1% está ni en desacuerdo, ni en acuerdo con que ‘Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente’ y un 27,2% está totalmente en desacuerdo. La mayoría también está ni en desacuerdo, ni en acuerdo (39,8%) con que sus amistades los animan a que se alojen en un hotel que gestiona el agua de manera eficiente. Un 38,4% está ni en desacuerdo, ni de acuerdo con que ‘La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente’ y un 35,3% está algo de acuerdo o muy de acuerdo.

Norma personal

La norma personal tiene una media de 5,04, significativamente superior a 4, que es el punto medio. Seguidamente encontramos los ítems referidos a la norma personal. De media, 4,73 personas se sienten culpables cuando usan mucha agua en vacaciones, 4,66 se sienten obligadas a hacer cosas para ahorrar agua cuando están en un hotel y 5,74 sienten que deben hacer uso responsable del agua cuando se alojan en un hotel, por sus propios principios, independientemente de lo que hagan los demás.

Para la frecuencia de los ítems de la norma personal (gráfico 4), hemos obtenido unos resultados que nos indican que un 46,7% está algo de acuerdo o muy de acuerdo con que se sienten culpables cuando usan mucha agua en vacaciones. Además, un 43,6% también está algo de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación ‘Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)’. Por último, un 37,9% está muy de acuerdo con que ‘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’.

Preocupación medioambiental

Con respecto al constructo ‘preocupación medioambiental’, su media es de 5,18, por lo que, en general, hay una preocupación por el medioambiente. En el caso de los ítems de la preocupación medioambiental, a una media de 5,10 le preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera, 5,21 piensa que la actividad turística genera un impacto negativo en el agua y 5,23 piensa que el turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante.

De acuerdo la frecuencia de los ítems de la preocupación medioambiental, un 49,8% está algo de acuerdo o muy de acuerdo con que les preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera. Con respecto a la frase ‘La actividad turística genera un impacto negativo en el agua’, un 55,5% está algo de acuerdo o muy de acuerdo. Un 54% está algo de acuerdo o muy de acuerdo con que ‘El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante’, mientras que un 21,4% está totalmente de acuerdo.

Actitud

Como última variable independiente tenemos la actitud, que tiene una media de 5,04. Además, se puede apreciar que para los ítems relacionados con la actitud, una media de 4,72 prefiere alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente, 5,58 piensa que alojarse

en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para sí mismo y para una media de 4,80 es importante alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente.

Finalmente, con respecto a la frecuencia de los ítemes de la actitud, para la afirmación ‘Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente’ un 35,4% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Por otro lado, un 33% está totalmente de acuerdo con que ‘Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mí’ y un 26,3% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con que es importante alojarse en un hotel que gestiona el agua de manera eficiente.

Tabla 4. Media de los constructos y sus ítemes.

	Media
Comportamiento	4,91
He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes	6,21
He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada (i)	3,50
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
Intención	3,69
Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,75
Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,72
Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción.	3,59
Norma subjetiva	3,83
Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	3,38
Mis amistades me animan a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	3,41
La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,70
Norma personal	5,04
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
Preocupación medioambiental	5,18
Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera	5,10
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
Actitud	5,04

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	4,80

Escala de 1 a 7. (i) Ítem inverso

Gráfico 1. Media de los constructos y sus ítemes

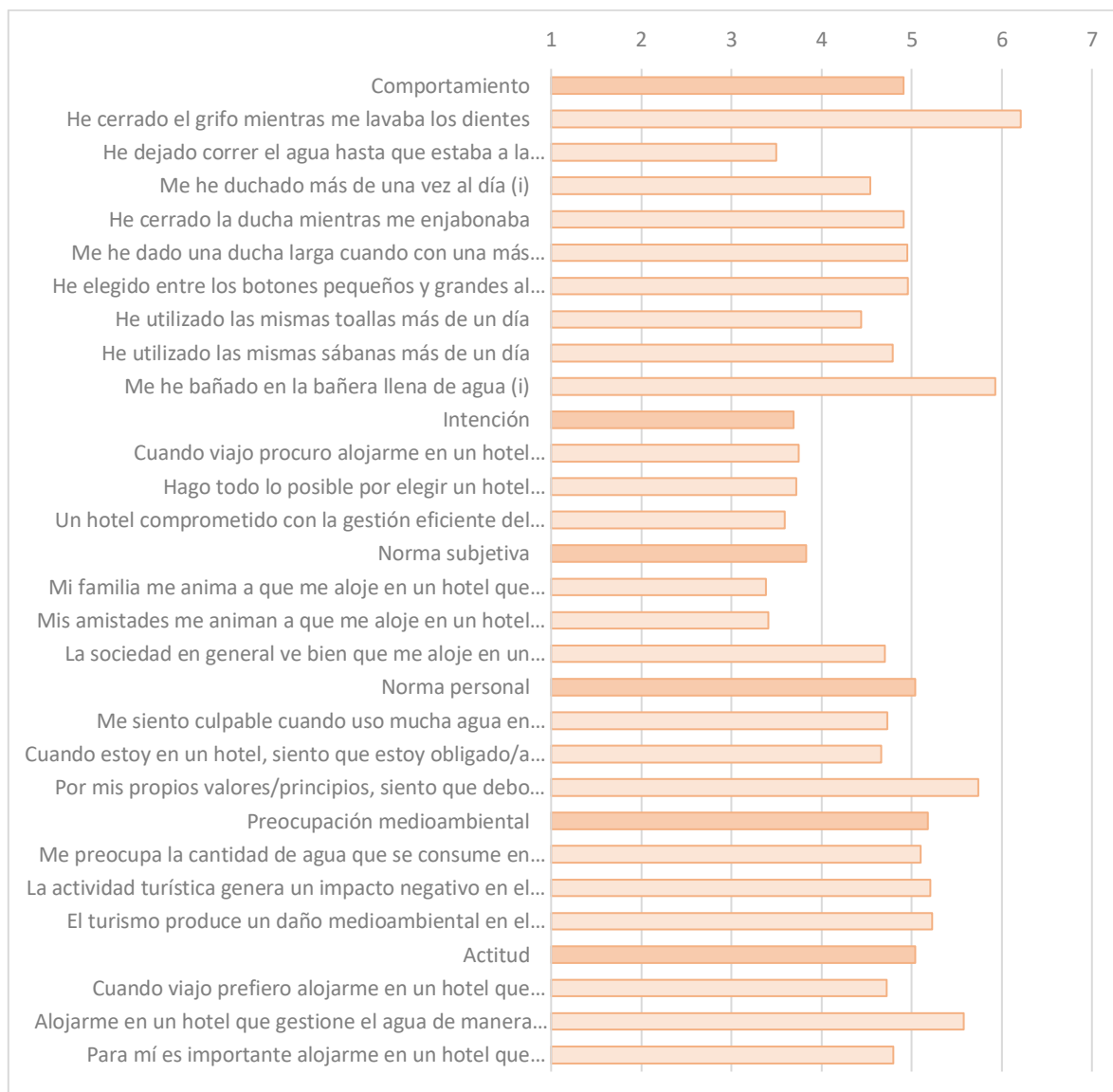
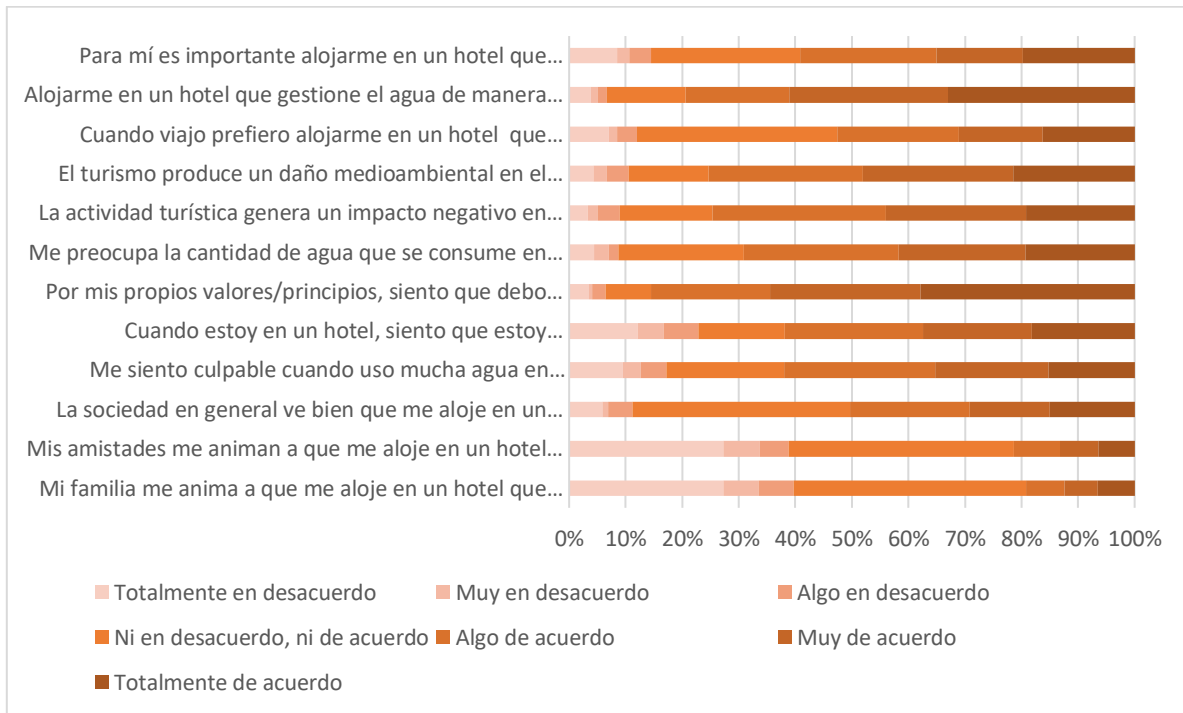


Gráfico 4. Frecuencia de los ítemes de las variables independientes.



6.2. Análisis de las relaciones

En este apartado se analiza la relación existente entre las variables dependientes (comportamiento e intención) y las variables independientes correspondientes a nuestro modelo teórico, dando lugar a los resultados que se observan en la Tabla 5, cuya relación de datos se presenta a continuación.

Influencia de la actitud en el comportamiento y la intención

Las personas que pertenecen al grupo de actitud alta tienen un comportamiento (5,09) mayor con respecto a la gestión eficiente del agua en el hotel que las personas del grupo de actitud baja (4,65). Observamos en la Tabla 5 que esta relación es significativa. Por lo que, efectivamente, la actitud influye en el comportamiento.

El constructo ‘intención’ depende de la actitud, debido a que las personas que tienen una actitud alta tienen una intención (4,24) mayor de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente que las que tienen una actitud baja, cuyo grupo tiene una media de 2,83. Además, en la Tabla 5 podemos ver que, efectivamente, esta relación es significativa.

Influencia de la norma subjetiva en el comportamiento y la intención

El grupo alto de la norma subjetiva tiene un comportamiento con una media de 5,03, mientras que el grupo bajo de la norma subjetiva tiene un comportamiento un poco menor

(4,89). Además, se puede apreciar que en esta relación no existe una diferencia significativa, pero sí tendencial.

La media de la intención en el grupo de personas que tienen una norma subjetiva alta es de 4,95. Por lo tanto, la intención depende de la norma subjetiva, ya que se puede observar en la tabla 5 que la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente de las personas que tienen una norma subjetiva alta, es mayor con una media de 4,95 y significativamente diferente que las que tienen una norma subjetiva baja (3,37).

Influencia de la norma personal en el comportamiento y la intención

Para el grupo alto de la norma personal, se observa que la media del comportamiento es de 5,15. Por otro lado, el grupo bajo de la norma personal tiene una media inferior de 4,56. En consecuencia, estos datos nos revelan que la norma personal influye significativamente en el comportamiento.

Por otro lado, para el grupo con una norma personal alta, la media de su intención es mayor (4,07) que la del grupo de entrevistados que tienen una norma personal baja (3,11). Podemos afirmar que la intención también depende de esta variable independiente, porque hay una diferencia significativa del grupo con una norma personal alta con respecto a las que tienen una norma personal baja.

Influencia de la preocupación medioambiental en el comportamiento y la intención

El grupo alto de la preocupación medioambiental tiene una media de comportamiento de 5,03, mientras que el grupo bajo tiene una media de comportamiento de 4,71. El constructo 'preocupación medioambiental' influye significativamente en el comportamiento del uso eficiente del agua en el hotel, ya que la media del grupo alto es mayor que las de las personas con una preocupación medioambiental baja.

Por último, encontramos a las personas con una preocupación medioambiental alta. Éstas tienen una media de intención de 3,83, mayor que las de aquellas personas con una preocupación medioambiental baja (3,42). Con una diferencia de 0,41, el grupo de preocupación medioambiental alta influye en la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente, significativamente más que las que pertenecen al grupo de preocupación medioambiental baja.

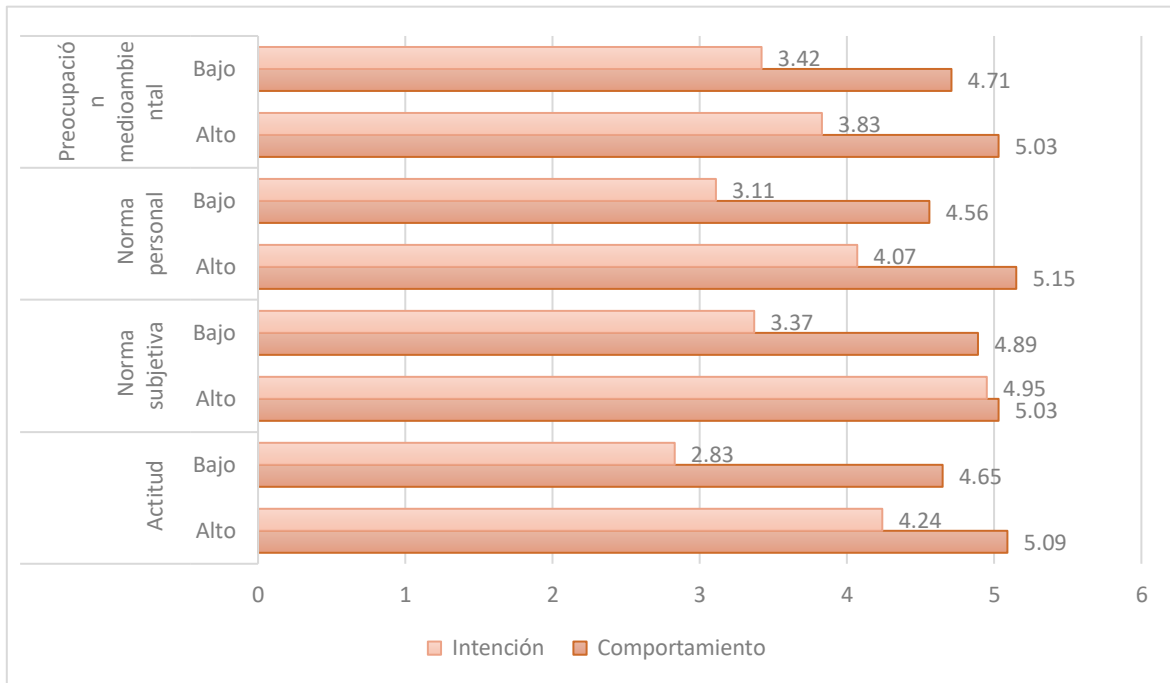
Tabla 5. Medias y contraste de t de Student de los constructos.

	Actitud			Norma subjetiva			Norma personal			Preocupación medioambiental		
	Alto	Bajo	Sig.	Alto	Bajo	Sig.	Alto	Bajo	Sig.	Alto	Bajo	Sig.
Comportamiento	5,09	4,65	*	5,03	4,89		5,15	4,56	*	5,03*	4,71	*
Intención	4,24	2,83	*	4,95	3,37	*	4,07	3,11	*	3,83*	3,42	*

* Significativa

En el Gráfico 5 se puede comparar de una manera más visual las medias de los constructos intención y comportamiento y de las variables independientes.

Gráfico 5. Medias de los constructos según grupos.



7. Discusión e implicaciones prácticas

7.1. Discusión

A continuación, se pretende interpretar los resultados obtenidos en cada uno de los constructos analizados en nuestro estudio comparándolos con aquellos estudios previos que también han aplicado una relación similar a esta.

Actitud

Los resultados del estudio realizado muestran que la actitud influye de forma significativa tanto en el comportamiento de los turistas con relación al ahorro de agua durante sus estancias en los hoteles, como también en la intención de reservar hoteles responsables con la gestión eficiente del agua. Este resultado coincide con el estudio de Wang et al. (2021) que demuestra que una actitud positiva de los turistas hacia los hoteles con una gestión eficiente del agua afecta significativamente en la intención de comportamiento responsable con el consumo de agua durante su estancia, reforzando así los resultados del presente estudio.

Por lo tanto, podemos afirmar que los resultados obtenidos en el estudio presente coinciden con lo propuesto en la literatura previa, en los que la actitud hacia alojarse en un

hotel que gestione el agua de forma eficiente influye de forma directa en el comportamiento de los huéspedes. Esto indica que una actitud positiva en un consumidor es realmente importante para lograr que un hotel pueda ahorrar la mayor cantidad de agua con la ayuda de sus huéspedes.

Norma subjetiva

Para los resultados obtenidos en el estudio realizado vinculados con la norma subjetiva y la intención, no coinciden con el estudio desarrollado por Yeh et al. (2021), donde afirma que norma subjetiva y la intención conductual no tienen una relación significativa. No obstante, existen otros estudios como los de Chang et al. (2014), Han et al. (2010) y Kiatkawsin y Han (2017), quienes confirman que existe una relación significativa entre ambos constructos, al igual que ocurre en el estudio presente. Sin embargo, para la norma subjetiva y el comportamiento, no se ha demostrado una relación significativa en estudios previos, mientras que en nuestro estudio los resultados afirman una relación no significativa.

En resumen, nuestros resultados concuerdan con los datos obtenidos en estudios previos, en lo que la opinión social de familiares, amigos y la sociedad en general, influyen en la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente. Es por esta razón que se ha identificado que la opinión de familiares y amigos es determinante para la elección del hotel. Sin embargo, esta opinión no afecta en el comportamiento de los huéspedes en el hotel seleccionado.

Norma personal

El estudio realizado por Lindenberg y Steg (2007) demuestra que las normas personales pueden llevar a un comportamiento responsable. Este resultado también coincide con el obtenido en el estudio presente. Por lo que ambos estudios afirman que entre la norma personal y el comportamiento existe una relación significativa.

Por tanto, nuestros hallazgos van alineados a lo sugerido por la literatura previa que indican que, los principios morales y las creencias propias de cada individuo referidas al grado de corrección de la conducta de ahorro de agua durante la estancia en un hotel, afectan e influyen directamente en su comportamiento. Ello implica que los procesos educativos y del entorno familiar en la transmisión de los valores a los individuos puede jugar un papel fundamental para la consecución de comportamientos responsables.

Preocupación medioambiental

Los resultados obtenidos en el estudio realizado confirman que el comportamiento y la intención dependen de la preocupación medioambiental, lo que coincide con los estudios previos elaborados por Han y Yoon (2015) y por Shin et al. (2017), los cuales afirman que el individuo está concienciado sobre el impacto de su comportamiento en el medioambiente. Por otro lado, en el estudio realizado por Dharmesti et al. (2020) se analizó la intención y los antecedentes de los comportamientos proambientales (PEB) de los huéspedes en hoteles, obteniendo como resultado una relación significante entre ambos constructos.

En definitiva, la literatura previa coincide con nuestros descubrimientos, indicando que los individuos están concienciados sobre las consecuencias peligrosas que pueden tener sus acciones sobre el medioambiente en el momento de alojarse en un hotel y el uso del agua en éste. Además, esta preocupación medioambiental afecta a la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente y a su comportamiento en la habitación con respecto al consumo del agua.

7.2. Implicaciones prácticas

Los resultados obtenidos de este estudio conllevan varias implicaciones prácticas para el sector. Gracias a estos resultados hemos descubierto ciertas tendencias que pueden aportar información relevante para una posible toma de decisiones y de esta manera lograr mejoras en el sector en relación con la gestión eficiente del agua.

La preocupación medioambiental es importante para conseguir un mejor comportamiento y para la intención de reservar en un hotel que gestione el agua de manera eficiente, por lo que habría que reforzar, por parte del gestor, que los clientes al llegar al hotel o incluso antes de reservar conozcan qué medidas se llevan a cabo en el hotel para que éste sea medioambientalmente responsable, en concreto con la gestión eficiente del agua.

Para lograr que los clientes potenciales conozcan qué medidas responsables con el medioambiente y la gestión del agua se llevan a cabo en el hotel, será necesaria una sección en la página web del gestor y en otras plataformas como Booking en la que se indiquen todas esas acciones responsables con el medioambiente. De esta manera, los clientes podrán optar a tener una educación medioambiental y estarán cada vez más concienciados de la importancia de éste.

Con respecto al comportamiento de los huéspedes en el hotel, es de crucial importancia que se refuercen las medidas para el ahorro del agua en las habitaciones. Según los resultados obtenidos, la mayoría de los huéspedes utilizan las toallas y sábanas durante más de un día. Sin embargo, en muchos hoteles puedes elegir si cambiarlas o no, y muchos de los clientes (aunque es un porcentaje menor) prefieren cambiarlas a diario. Para evitar esto, se podría recompensar al huésped que no cambia las sábanas a diario con un descuento en el precio de la habitación u otras instalaciones del hotel.

8. Conclusiones y limitaciones

8.1. Conclusiones

En este estudio se ha analizado cómo la actitud, norma personal, norma subjetiva y preocupación medioambiental afectan sobre la intención y el comportamiento de los huéspedes con la gestión eficiente del agua durante su estancia en hoteles. Ha sido importante para la realización de este estudio considerar diversas teorías, como puede ser la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991), al igual que estudios posteriores que también se han basado en esta teoría para estudiar el comportamiento y la intención responsables medioambientalmente en hoteles.

Para llevar a cabo este estudio, se han marcado diferentes objetivos a alcanzar. Con el fin de poder alcanzar dichos objetivos, se han analizado de manera adecuada todas las relaciones entre constructos propuestas. Por lo que el objetivo general planteado ha sido alcanzado, debido a que se ha dado respuesta a todas las relaciones propuestas entre los diferentes constructos, conociendo si las variables independientes influyen o no en las dependientes.

Por otro lado, también se han alcanzado los objetivos específicos. En general, los resultados han reflejado que las variables independientes influyen en el comportamiento y la intención, siendo esta una relación significativa. No obstante, existe una excepción en el caso de la norma subjetiva, la cual no influye en el comportamiento, puesto que la relación entre ambos constructos no es significativa.

A su vez, hemos contrastado los resultados obtenidos con la literatura previa, obteniendo así similitudes y diferencias con respecto a diversos estudios realizados en el pasado. Por último, hemos identificado algunas de las implicaciones prácticas que se podrían llevar a cabo en hoteles para lograr ser responsables medioambientalmente y conseguir una gestión eficiente del agua.

8.2. Limitaciones del estudio

El presente estudio posee ciertas limitaciones relacionadas con la muestra obtenida, que se deberán de tomar en consideración para futuras líneas de investigación.

Una de las limitaciones encontradas durante este estudio ha sido que el método de elección de la población no es aleatorio, ya que la gran mayoría de las personas entrevistadas son viajeros residentes en las Islas Canarias, especialmente en la isla de Tenerife. Por lo tanto, estos resultados no tienen una validez universal. Para que dicha limitación sea solucionada, habría que repetir la encuesta a viajeros residentes en otros mercados origen turísticos, para conocer si los resultados son similares.

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

Bibliografía

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (2012) (Eds.), Handbook of theories of social psychology (Vol. 1, pp. 438-459).

Ajzen, I (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. In: Kuhl, J, Beckman, J (eds.) Action-control: From cognition to behavior. Springer, Heidelberg, pp 11-39.

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In: Lange, Paul A.M. Van, Kruglanski, A. W., Higgins, E.T. (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology*, Vol. 1. SAGE Publications Ltd., London, pp. 438–459.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.* 50 (2), 179–211.

Ajzen, I, Fishbein, M (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Azilah Kasim, Dogan Gursoy, Fevzi Okumus & Anthony Wong (2014) The importance of water management in hotels: a framework for sustainability through innovation, *Journal of Sustainable Tourism*, 22:7, 1090-1107, DOI: 10.1080/09669582.2013.873444

Bohdanowicz, P. (2006). Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—Survey results. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 662–682.

Bohner, G., & Schlüter, L. E. (2014). A room with a viewpoint revisited: Descriptive norms and hotel guests' towel reuse behavior. *PloS One*, 9(8), 1e7.

Bruns Smith, A., et al. (2015). Environmental sustainability in the hospitality industry. *Central Hospital Research*, 15(3), 6–16.

Chan, E.S. (2013). “Gap analysis of green hotel marketing”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 25 No. 7, pp. 1017-1048.

Chan, E. S. W., & Hawkins, R. (2012). Application of EMSs in a hotel context: A case study. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 405–418.

Chan, W., et al. (2009). Hong Kong hotels' sewage: Environmental cost and saving technique. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(3), 329e346.

Chang, L.-H., et al. (2014). Evaluation of green hotel guests' behavioral intention. In: Chen, J.S. (Ed.), *Advances in Hospitality and Leisure*, Vol. 10. Emerald Group Publishing Limited., Bingley, UK, pp. 75–89.

Charalambous, K., et al. (2012). The impact of climate change on water use in the tourism sector of Cyprus. The Cyprus Institute. Recuperado de http://www.cyi.ac.cy/system/files/CyprusInstitute2012_tourism_water_survey_report.pdf

Chen, M.-F, Tung, P.-J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management* 36, 221-230 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>

Choi, H., *et al.* (2015). “Application of the extended VBN theory to understand consumers’ decisions about green hotels”. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 51, pp. 87-95.

Cole, S. (2012). A political ecology of water equity and tourism: A case study from Bali. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1221–1241.

Dharmesti, M. *et al.* (2020). “I’m mindfully green”: examining the determinants of guest pro-environmental behaviors (PEB) in hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 830–847, doi: 10.1080/19368623.2020.1710317

Dimara, E., Manganari, E., & Skuras, D. (2017). Don’t change my towels please: Factors influencing participation in towel reuse programs. *Tourism Management*, 59, 425–437. doi: 10.1016/j.tourman.2016.09.003

Eurostat. (2009). Medstat II: Water and tourism Pilot Study. Eurostar, European Commission. Recuperado de http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-78-09-699/EN/KS-78-09-699-EN.PDF

Fransson, N., & Biel, A. (1997). Morality and norm violation. *Göteborg Psychological Reports*, 27(3), 1–10.

Gabarda-Mallorquí, *et al.* (2017). Mass tourism and water efficiency in the hotel industry: a case study. *Int. J. Hosp. Manage.* 61, 82–93.

Gabarda-Mallorquí, *et al.* (2018). Exploring environmental awareness and behavior among guests at hotels that apply water-saving measures. *Sustainability*, 10(5), 1305.

Gatersleben, B., *et al.* (2014). Values, identity and pro-environmental behaviour. *Contemporary Social Science*, 9(4), 374-392.

Gleick, P.H. (2003). Global freshwater resources: Soft-path solutions for the 21st century. *Sci. Mag.* 2003, 302, 1524–1528. doi: 10.1126/science.1089967

Goldstein, N.J., Cialdini, R.B., Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *J. Consum. Res.* 35 (3), 472–482. doi: 10.1086/586910

Gössling, S. (2005). Tourism’s contribution to global environmental change: Space, energy, disease and water. In C.M. Hall & J. Higham (Eds.), *Tourism recreation and climate change: International perspectives* (pp. 286–300). Clevedon: Channel View Publications.

Gössling, *et al.* (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33(1), 1–15.

Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Covering value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management* 47, 164-177 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.014>

Han, H. & Yoon, H. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: impact of key constructs on decision in green consumerism. *Int. J. Hosp. Manage.* 45, 22–33. doi: 10.1080/09669582.2015.1044535

Han, H. *et al.* (2010) Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management* 31 (3), 325–334 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

Han, H., *et al.* (2011). “Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions”. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30 No. 2, pp. 345-355.

Han, H. *et al.* (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58-66 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.012>

Han, H., & Hyun, S. S. (2018). What influences water conservation and towel reuse practices of hotel guests? *Tourism Management*, 64, 87–97, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.012>

Holden, A. (2013). “Tourism and the green economy: a place for an environmental ethic?”. *Tourism Recreation Research*, Vol. 38 No. 1, pp. 3-4.

Iglesias, A., *et al* (2011). Towards adaptation of agriculture to climate change in the Mediterranean. *Reg. Environ. Chang.* 2011, 11, 159–166.

Ioannides, D., & Holcomb, B. (2003). Misguided policy initiatives in small-island destinations: Why do up-market tourism policies fail? *Tourism Geographies*, 5(1), 39–48.

IPCC International Panel on Climate Change. Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability.

Jamal, T.; Smith, B. (2017). Tourism pedagogy and visitor responsibilities in destinations of local-global significance: Climate change and social-political action. *Sustainability* 2017, 9, 1082.

Jiang, Y., Kim, Y. (2015). Developing multidimensional green value: extending social exchange theory to explore customers' purchase intention in green hotels – evidence from Korea. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 27 (2), 308–334.

Kang, K.H., *et al.* (2012). Views on environmentalism and consumers' willingness to pay for environmental sustainability in the hotel industry. *Int. J. Hosp. Manage.* 31 (2), 564–572.

Kiatkawsin, K., & Han, H. (2017). Young travelers' intention to behave pro-environmentally: Merging the value-belief-norm theory and the expectancy theory. *Tourism Management* 59, 76–88.

Lee, J., *et al.* (2010). Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioral intentions. *J. Sustain. Tour.* 18(7), 901–914.

Legrand, W., *et al.* (2016). *Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations*, 3rd ed., Routledge, Oxon.

Lindenberg, S., & Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137.

Manaktola, K. & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 19 No. 5, pp. 364-377. doi: 10.1016/j.ijhm.2016.09.001

Masau, P. & Prideaux, B. (2003). Sustainable tourism: a role for Kenya's hotel industry. *Curr. Issues Tour.* 6 (3), 197–208.

Moise, Mihaela & Saura, Irene. (2020). "Green" practices as antecedents of functional value, guest satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. doi: 10.1108/JHTI-07-2020-0130

Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Mc-Graw-Hill, New York.

Oweis, T., *et al.* (2000). Water use efficiency of rainfed and irrigated bread wheat in a Mediterranean environment. *Agron. J.* 2000, 92, 231–238. <https://doi.org/10.2134/agronj2000.922231x>

Page, S.J., *et al.* (2014). Tourist attitudes towards water use in the developing world: a comparative analysis. *Tourism Management Perspectives*, vol 10, pp 57–67.

Pathak, M. (2015). Do Travelers Prefer Eco-friendly Hotels? Retrieved on November 15, 2017, from <http://www.hotelogix.com/blog/2015/05/25/do-travelers-prefer-eco-friendly-hotels/>

Rodriguez-Sanchez, C., *et al.* (2020). Understanding in-room water conservation behavior: The role of personal normative motives and hedonic motives in a mass tourism destination. *Journal of Destination Marketing & Management*. 2020, 18: 100496, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100496>

Schwartz, S.H. (1977). Normative influence on altruism. In: Berkowitz, L. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* 10. Academic Press, New York, NY, pp. 221–279. [http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60358-5](http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60358-5)

Schwartz, S. H., & Howard, J. A. (1981). A normative decision-making model of altruism. In J. P. Rushton, & R. M. Sorrentino (Eds.), *Altruism and helping behavior* (pp. 89–211). Hillsdale, NJ: Erlbaum Associates.

Scott, D., *et al.* (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61. doi: 10.1016/j.annals.2019.05.007

Shin, Y. H., *et al.* (2017). Consumers' willingness to patronize locally sourced restaurants: The impact of environmental concern, environmental knowledge, and ecological behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(6), 644–658. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1263821>

Singh, N., *et al.* (2014). Green strategies for hotels: estimation of recycling benefits. *Int. J. Hosp. Manage.* 43, 13–22. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.07.006

Slye, J., 2009. Hotels: What's Keeping You from Going Green? Retrieved on November 15, 2017, from <http://www.triplepundit.com/2009/11/hotels-whats-keeping-you-from-going-green/>

Stonich, S.C. (1998). Political ecology of tourism. *Ann. Tour. Res.* 1998, 25, 25–54. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00037-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00037-6)

Ulus, M.; Hatipoglu, B. Human aspect as a critical factor for organization sustainability in the tourism industry. *Sustainability* 2016, 8, 232. <https://doi.org/10.3390/su8030232>

United Nations World Water Development Report (2006). *Water, a shared responsibility*. Recuperado de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001444/144409e.pdf>

Untaru, E.-N., Ispas, A., Candrea, A. N., Luca, M., & Epuran, G. (2016). Predictors of individuals' intention to conserve water in a lodging context: The application of an extended theory of reasoned action. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 50–59. doi: 10.1016/j.ijhm.2016.09.001

Wang, L. (2020). Determinants of consumers purchase attitude and intention toward green hotel selection. *Journal of China Tourism Research*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1816241>

Wang, L., *et al.* (2020a). Antecedents of green purchase behaviour: An examination of altruism and environmental knowledge. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 63–82. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-02-2019-0034>

Wang, L., *et al.* (2020c). The influence of religiosity on consumer's green purchase intention towards green hotel selection in China. *Journal of China Tourism Research*, 16(3), 319–345. <https://doi.org/10.1080/19388160.2019.1637318>

Wang, L., *et al.* (2021). Consumers' intention to visit green hotels – a goal-framing theory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, pp 1–21.

Wang, L., & Wong, P. P. W. (2020). Marketing of environmentally friendly hotels in China through religious segmentation: A theory of planned behaviour approach. *Tourism Review*, 1–16. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2019-0327>

Wu, H., *et al.* (2016). Synthesizing the effects of green experiential quality, green equity, green image and green experiential satisfaction on green switching intention. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 28 (9), 2080–2107.

Wyngaard, *et al.* (2013). The effectiveness of implementing eco initiatives to recycle water and food waste in selected Cape Town hotels. *Int. J. Hosp. Manage.* 34, 309–316.

Yeh, S. *et al.* (2021). Reinterpreting the theory of planned behavior and its application to green hotel consumption intention. *International Journal of Hospitality Management*, 94(102827), 102827, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102827>

Anexo

Anexo 1. Cuestionario

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

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

	Sí	No	No recuerda
Hotel / Aparthotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apartamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vivienda vacacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro tipo de alojamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

COMPORTAMIENTO

[P3] ¿Podría indicarnos su nivel de comportamiento con las siguientes acciones en el hotel {INSERTANS:461877X528X7148}? *

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Con frecuencia	Con mucha frecuencia	Casi siempre	Siempre
He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me he duchado más de una vez al día	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He cerrado la ducha mientras me enjabonaba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He utilizado las mismas toallas más de un día	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He utilizado las mismas sábanas más de un día	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me he bañado en la bañera llena de agua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ACTITUD, NORMA SUBJETIVA, INTENCIÓN

[P4] ¿Podría indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? *

Por favor, seleccione la respuesta apropiada para cada concepto:

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Quando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mis amistades me animan a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

NORMA PERSONAL, PREOCUPACIÓN MEDIOAMBIENTAL

	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalment de acuerdo
Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La actividad turística genera un impacto negativo en el agua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para comprobar su nivel de atención, por favor seleccione aquí "Totalmente en desacuerdo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS

[CL1]Sexo *

❗ Seleccione una de las siguientes opciones

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

- Femenino
 - Masculino
 - Otro
-
-

[CL2]Edad *

❗ Sólo se pueden introducir números en este campo.

Por favor, escriba su respuesta aquí:

[CL3]¿Cuál es su ocupación? *

❗ Seleccione una de las siguientes opciones

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

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

[CL4] Estudios realizados *

● Seleccione una de las siguientes opciones

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

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

[CL5] ¿Como considera su nivel económico familiar? *

● Seleccione una de las siguientes opciones

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

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

[CL6] ¿Lugar de residencia? *

● Seleccione una de las siguientes opciones

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

- Islas Canarias
- España (Península)
- Otro lugar

[CL7] Isla de residencia *

Sólo conteste esta pregunta si se cumplen las siguientes condiciones:

La respuesta fue 'Islas Canarias' en la pregunta '26 [CL6]' (¿Lugar de residencia?)

📌 Seleccione una de las siguientes opciones

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

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

Anexo 2. Tabla de frecuencia de los ítemes de cada constructo

	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Con frecuencia	Con mucha frecuencia	Casi siempre	Siempre
He cerrado el grifo mientras me lavaba los dientes	3,8%	2,5%	3,0%	3,3%	4,4%	13,1%	70,0%
He dejado correr el agua hasta que estaba a la temperatura adecuada	9,9%	8,8%	17,0%	17,2%	5,2%	16,6%	25,4%
Me he duchado más de una vez al día	18,9%	14,1%	29,3%	10,4%	5,9%	9,9%	11,5%
He cerrado la ducha mientras me enjabonaba	12,1%	11,3%	9,3%	7,1%	5,3%	10,8%	44,0%
Me he dado una ducha larga cuando con una más corta bastaría	24,6%	18,2%	26,3%	9,7%	8,8%	5,6%	6,9%
He elegido entre los botones pequeños y grandes al usar el inodoro	9,6%	7,0%	13,0%	8,8%	8,0%	17,2%	36,3%
He utilizado las mismas toallas más de un día	17,9%	6,1%	14,4%	9,5%	5,7%	19,7%	26,6%
He utilizado las mismas sábanas más de un día	13,3%	5,4%	13,4%	11,4%	5,0%	16,5%	35,0%
Me he bañado en la bañera llena de agua	56,6%	13,9%	15,5%	4,4%	3,1%	2,5%	4,0%

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	-------------------	--------------------	---------------------------------	-----------------	----------------	-----------------------

Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	16,3%	7,3%	7,9%	40,8%	15,1%	6,5%	6,1%
Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	16,4%	7,7%	11,3%	36,2%	13,9%	9,3%	5,2%
Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción.	17,0%	9,1%	12,7%	33,6%	18,5%	5,7%	3,6%
Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	27,2%	6,3%	6,2%	41,1%	6,9%	5,9%	6,5%
Mis amistades me animan a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	27,3%	6,4%	5,1%	39,8%	8,3%	6,7%	6,4%
La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	5,9%	1,0%	4,3%	38,4%	21,2%	14,1%	15,1%
Me siento culpable cuando uso mucha agua en vacaciones	9,5%	3,2%	4,5%	20,9%	26,6%	20,0%	15,3%
Cuando estoy en un hotel, siento que estoy obligado/a a hacer cosas para ahorrar agua (por ejemplo, reutilizar las toallas)	12,1%	4,6%	6,2%	15,3%	24,4%	19,2%	18,2%
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	3,5%	0,6%	2,3%	8,0%	21,0%	26,6%	37,9%
Me preocupa la cantidad de agua que se consume en la industria hotelera	4,4%	2,6%	1,7%	22,2%	27,4%	22,4%	19,3%
La actividad turística genera un impacto negativo en el agua	3,2%	1,8%	3,8%	16,4%	30,6%	24,9%	19,1%
El turismo produce un daño medioambiental en el agua (escasez, contaminación) muy importante	4,3%	2,3%	3,9%	14,0%	27,3%	26,7%	21,4%
Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	7,0%	1,5%	3,5%	35,4%	21,6%	14,8%	16,3%
Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera	3,8%	1,3%	1,6%	13,9%	18,3%	28,1%	33,0%

eficiente es beneficioso para mi							
Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	8,5%	2,1%	3,9%	26,3%	24,1%	15,2%	19,8%