

Intención de reservar en hoteles con gestión eficiente del agua: influencia de las variables sociodemográficas.

Autora: Sol Rodríguez Díaz.

Tutor: Desiderio Gutiérrez Taño.

Grado en Turismo ULL

Junio 2022



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. CONTEXTO DEL CONSUMO DE AGUA EN HOTELES.....	6
3. MARCO TEÓRICO (REVISIÓN DE LA LITERATURA).....	7
3.1. TEORÍA.....	7
3.2. VARIABLES.....	8
3.2.1. Actitud de los turistas hacia hoteles responsables con la gestión del agua.....	8
3.2.2. Norma subjetiva.....	9
3.2.3. Control percibido del comportamiento.....	9
3.2.4. Intención de alojarse en un hotel responsable con la gestión del agua.....	9
3.3. RELACIONES.....	9
3.3.1. Nivel de ingresos e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua.....	10
3.3.2. Género e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua.....	10
3.3.3. Edad e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua.....	11
3.3.4. Nivel de estudios e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua.....	11
4. OBJETIVOS.....	11
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
5. METODOLOGÍA.....	12
5.1. MÉTODO DE ESTUDIO.....	12
5.2. CUESTIONARIO Y MEDIDA DE LAS RESPUESTAS.....	12
5.3. RECOGIDA DE DATOS.....	14
5.4. ESTRUCTURA DE LA MUESTRA OBTENIDA.....	14
5.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	15
5.6. RECATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	15
6. ANÁLISIS DE DATOS.....	16
6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	16
6.1.1. Intención de alojarse en hotel comprometido con una gestión eficiente del agua.....	18
6.1.2. Actitud hacia hotel comprometido con gestión eficiente del agua.....	18
6.1.3. Norma subjetiva.....	19
6.1.4. Control percibido del comportamiento.....	19
6.2. ANÁLISIS DE LAS RELACIONES.....	19
6.2.1. Influencia del sexo en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.....	23

6.2.2. Influencia de la edad en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento	23
6.2.3. Influencia de la actividad en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento	24
6.2.4. Influencia de los estudios en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento	24
6.2.5. Influencia del nivel socioeconómico en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento	24
7. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES PRÁCTICAS.....	25
7.1. DISCUSIÓN.....	25
7.2. IMPLICACIONES PRÁCTICAS	26
8. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	26
8.1. CONCLUSIONES	27
8.2. LIMITACIONES	27
BIBLIOGRAFÍA.....	27
ANEXO: CUESTIONARIO	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ítemes de las intenciones de un individuo de alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente según variable demográfica.....	13
Tabla 2: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación.....	14
Tabla 3: Resultado de recategorización de las variables sociodemográficas.....	16
Tabla 4: Media de los constructos y de sus ítemes.....	16
Tabla 5: Tablas de medias de los constructos y contrastes de t de Student.....	19

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo conceptual propuesto.....	10
Figura 2. Gráfico de las medias de los constructos y de sus ítemes.....	18
Figura 3. Gráfico de la influencia del sexo en los diferentes constructos.....	20
Figura 4. Gráfico de la influencia de la edad en los diferentes constructos.....	21
Figura 5. Gráfico de la influencia de la actividad en los diferentes constructos.....	21
Figura 6. Gráfico de la influencia de los estudios en los diferentes constructos.....	22
Figura 7. Gráfico de la influencia del nivel económico en los diferentes constructos.....	22

RESUMEN

Las empresas alojativas son las mayores consumidoras de agua dentro del sector turístico. El incremento de la preocupación sobre el medioambiente y las exigencias, cada vez mayores, de los turistas hacia los hoteles para que estos sean ecológicamente responsables han derivado en el análisis de las distintas variables que conllevan a los clientes a alojarse en hoteles con gestión eficiente del agua. Sin embargo, pocos trabajos de investigación se centran en las variables sociodemográficas y si estas afectan a la intención de reserva de los clientes. Este estudio, basado en la Teoría del Comportamiento Planificado, pretende aumentar la bibliografía ya existente, enfocando su análisis en las variables sociodemográficas. La metodología se ha centrado en la realización de una encuesta autoadministrada online a personas que se han alojado recientemente en un hotel. Los resultados obtenidos sugieren que las personas mayores y las mujeres son más sensibles a las cuestiones ambientales en la intención de elección de hotel.

Palabras clave: variables sociodemográficas; gestión eficiente del agua; intención de reservar hotel; Teoría del comportamiento planificado.

ABSTRACT

Accommodation companies are the largest consumers of water in the tourism sector. Increasing environmental concerns and the growing demands of tourists for hotels to be environmentally responsible have led to the analysis of the different variables that lead customers to stay in water-efficient hotels. However, little research has focused on socio-demographic variables and whether they affect customers' intention to book. This study, based on the Theory of Planned Behaviour, aims to add to the existing literature by focusing its analysis on socio-demographic variables. The methodology has focused on conducting a self-administered online survey to people who have recently stayed in a hotel. The results obtained suggest that older people and women are more sensitive to environmental issues in their intention to choose a hotel.

Keywords: socio-demographic variables; efficient water management; intention to book hotel; Theory of Planned Behaviour.

1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico se encuentra actualmente posicionado como la mayor actividad económica en relación al consumo de agua. En particular, destaca el gran gasto por parte de las empresas hoteleras, la actividad que estas y sus huéspedes realizan (Mendoza *et al*, 2022).

La cantidad de agua en el planeta es cada vez menor debido a la crisis ecológica en la que nos estamos adentrando, y es importante que los hoteles tengan en cuenta sus suministros de agua y la calidad de estos (Tortella y Tirado, 2011). La escasez de agua es un problema grave y de rigurosa actualidad, es por ello que los turistas están aumentando su percepción y consciencia sobre la cantidad de agua que gastan en sus vacaciones y están demandando con mayor frecuencia que los alojamientos que frecuenten sean responsables con la gestión de sus recursos, y especialmente, con el agua (Freitas *et al*, 2020).

Este cambio notable entre el comportamiento de los visitantes ha conllevado a un cuerpo emergente de literatura a investigar acerca de las variables que influyen en la intención de reservar un hotel con gestión eficiente de agua (por ejemplo, Kwon y Ahn, 2020; Agag y El-Masry, 2016). Pero es cierto que los trabajos anteriores se han enfocado principalmente en la investigación de un conjunto de variables de forma aislada, sin aportar una perspectiva amplia sobre los diferentes segmentos sociodemográficos.

El análisis de distintos perfiles de turistas en relación a la intención de reservar hoteles responsables con la gestión del agua podría permitir su fácil identificación y acceso a comunicaciones y acciones para atraerlos como clientes por parte de los destinos y hoteles posicionados en estos valores verdes. Una opción tradicional poco explorada en este contexto para la segmentación es la utilización de variables sociodemográficas.

Por otra parte, los estudios realizados que contemplan las variables sociodemográficas para la segmentación en las intenciones de reservar hoteles responsables se han centrado en determinados destinos (Kwon y Ahn en Malasia; Tortella y Tirado en Mallorca), requiriendo su réplica en otros tipos de turistas para comprobar la consistencia de sus resultados. La diversidad de destinos turísticos analizados conlleva diferenciaciones importantes en los resultados obtenidos, por lo que es necesario un estudio a niveles geográficos más amplios o mayores análisis de otras regiones turísticas del planeta.

Este trabajo de investigación pretende abordar la escasez crítica en la bibliografía existente usando un estudio cuantitativo a través de una encuesta autoadministrada online. Han sido varios objetivos los que motivaron la realización de este análisis. El primer lugar, los hallazgos y relaciones identificadas en la literatura previa que requieren un estudio más profundo para conocer si realmente las variables sociodemográficas influyen en la intención de los clientes de reservar en un alojamiento hotelero con gestión eficiente del agua. Además, es necesario identificar las implicaciones prácticas

que deben aplicar los hoteles de sistemas de ahorro de agua para contribuir con la sostenibilidad y responsabilidad exigida por parte de los turistas.

En los siguientes apartados se realiza una revisión de las principales aportaciones realizadas por los distintos autores en la literatura previa sobre las variables que influyen en la intención de reserva de un alojamiento hotelero con gestión responsable del agua. A continuación se detallan explícitamente los objetivos de este estudio, seguidos de la metodología utilizada en el presente análisis. Finalmente se realiza una discusión sobre los resultados obtenidos, contrastándolos con los estudios ya existentes, además de desarrollar una serie de implicaciones prácticas así como las principales conclusiones obtenidas a raíz de este trabajo de investigación.

2. CONTEXTO DEL CONSUMO DE AGUA EN HOTELES

Se reconoce que la actividad turística es una fuerte consumidora de agua a escala local, regional y global (Gössling, 2015), lo que agrava uno de los problemas principales de la actualidad, la escasez de este recurso, que afecta a más del 40% de la población mundial (Naciones Unidas).

El agua es un bien muy valorado y cada vez hay más controversia en torno a este, debido a la cantidad y calidad de los suministros del agua existentes en nuestro planeta, puesto que en muchos países no hay agua limpia disponible y al alcance de todos los habitantes. Según la WHO (World Health Organization), una de cada tres personas en el mundo no tiene acceso a agua potable salubre. Es por ello por lo que dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 le dedican el sexto al agua. Se titula “Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos” (Naciones Unidas).

Además, el crecimiento de la industria turística ha aumentado aún más la gravedad del problema, puesto que al haber más empresas existe una mayor demanda de agua (Mendoza *et al*, 2022). Según lo analizado por estos autores, dentro del sector turístico los establecimientos con un mayor consumo de agua son los alojamientos hoteleros, en los cuáles nos centraremos en este trabajo de investigación.

El informe de “United Nation World Water Development” (UNWED) declara que el crecimiento previsto de la demanda industrial de agua sólo se puede satisfacer integrando las mejoras relativas a la oferta con una mejor gestión de la demanda, tanto a nivel gubernamental como empresarial. Las iniciativas de la demanda desempeñan un papel crucial en el aumento de la eficiencia hídrica de los procesos industriales y en la reducción de la carga contaminante de los residuos vertidos por parte de la industria (Kasim *et al*, 2014).

Los hoteles, preocupados por el agotamiento de este recurso de vital importancia, están intentando reducir el consumo dentro de sus posibilidades, puesto que el papel de las empresas alojativas en la gestión del agua es fundamental para garantizar la sostenibilidad de su propio suministro de agua (Kasim *et al*, 2014). Se ha estudiado previamente que la categoría de los hoteles está estrechamente relacionada con la cantidad usada de agua (Mendoza *et al*, 2022). Por ejemplo,

según estos autores, si la empresa alojativa tiene piscinas, el número de estas, tanto exteriores como interiores, y si posee spa, está ligado al número de estrellas que tenga, siendo los hoteles de 4 y 5 estrellas los que más instalaciones poseen, y por tanto, su consumo de agua en este área es mayor. Sin embargo, la cantidad de agua usada en la lavandería no se encuentra relacionada con la categoría de la empresa o la capacidad de alojamiento que esta posea (Mendoza *et al*, 2022). Además, cabe destacar que los grandes resorts consumen mucha más cantidad de agua que los campings (Tortella y Tirado, 2011). Estos autores también estudiaron la diferencia entre los distintos tipos de turistas, las actividades que estos realizan y el uso que le dan al agua.

Pero también es importante la acción de los turistas, por lo que es necesario concienciar a la población sobre la importancia del agua y sobre las consecuencias que conlleva un mal uso de esta. Los clientes tienden a usar más agua cuando se alojan en un hotel que cuando se encuentran en casa, habiendo además una diferencia significativa en relación con el agua usada por los habitantes locales (Kasim *et al*, 2014). Por ello, según este artículo, uno de los factores determinantes a la hora del estudio del consumo de agua por parte de los turistas es su comportamiento. Los visitantes consumen agua tanto de manera directa, es decir, para higiene, uso personal y actividades de ocio, como de manera indirecta, pues el agua que se usa en el lavado de sábanas y toallas, en la limpieza de la empresa hotelera o en la preparación de las comidas también es importante (Mendoza *et al*, 2022).

Además, cada vez con más frecuencia los clientes demandan responsabilidad empresarial respecto al medioambiente y se decantan por alojarse en hoteles responsables con el entorno que les rodea. También han cambiado las preocupaciones sobre la protección del medioambiente, lo que conlleva un cambio en el comportamiento de consumo de los turistas (Freitas *et al*, 2020).

Por tanto es muy importante conocer y entender los mecanismos que llevan a los turistas a realizar estos cambios de conducta y evolucionar hacia comportamientos responsables, y a exigir a los hoteles que sean respetuosos con la gestión de agua y el medioambiente en general. Según el estudio realizado por Moise *et al* (2021), las prácticas verdes adoptadas por las empresas hoteleras son muy aceptadas y agradecidas por parte de los clientes. Esto se traduce en una mayor lealtad o compromiso hacia el alojamiento y también en un incremento de la satisfacción de la estancia hotelera (Moise *et al*, 2021). Según lo investigado por las autoras, la satisfacción de los turistas alojados en hoteles está muy relacionada con el valor funcional.

El presente trabajo se enmarca en este contexto y se focaliza en estudiar cómo afectan las variables sociodemográficas en la intención de los clientes a la hora de elegir alojarse en un hotel con gestión eficiente del agua.

3. MARCO TEÓRICO (REVISIÓN DE LA LITERATURA)

3.1. TEORÍA

Para analizar la intención de reservar un alojamiento hotelero con gestión eficiente del agua este estudio se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB). La TPB es un modelo

desarrollado en 1985 por Ajzen usado para entender, predecir y cambiar los comportamientos individuales deliberados hacia una determinada situación, ya que el comportamiento puede ser planeado (Ajzen, 2012). Según esta teoría postulada por Ajzen, la intención es el antecedente del comportamiento y, a la vez, una función de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control del comportamiento percibido. Estos factores se derivan de las ideas acerca de las posibles consecuencias sobre las expectativas de otros sobre el individuo y sobre la presencia de elementos que controlan la interpretación del comportamiento (Ajzen, 2012).

Este modelo teórico ha sido ampliamente utilizado en el ámbito turístico para explicar la intención de comportamiento de los turistas hacia productos verdes (por ejemplo en "The importance of water management in hotels: a framework for sustainability through innovation" de Kasim, Gursoy, Okumus y Wong, 2014). También se ha aplicado de forma concreta al estudio del comportamiento de los turistas en relación con el ahorro del agua en su estancia en hoteles. Por ejemplo el estudio de Freitas, van Feden y Christie titulado "A psychographic framework for determining south African consumers' green hotel decision formation: augmenting the theory of planned behaviour".

Muchos investigadores se han centrado en estudiar la influencia de variables sociodemográficas en el consumo y/o comportamiento ecológico de los turistas (por ejemplo: Kwon y Ahn, 2020; Mas'od y Chin, 2014; De Freitas, S van Feden y Christie, 2020). 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. Sin embargo, no existen muchos trabajos que se centren en analizar la influencia de las características sociodemográficas de los turistas en la intención de tener un comportamiento responsable con el agua durante su estancia en hoteles.

3.2. VARIABLES

3.2.1. Actitud de los turistas hacia hoteles responsables con la gestión del agua

La actitud se refiere a la postura de los turistas ante aquellas empresas hoteleras que gestionan el agua de una manera eficiente. Según Allport (1935) se dispone de manera empírica y es una situación neuronal e intelectual de disposición a reaccionar ante el comportamiento en determinadas situaciones o ante asuntos concretos. Ajzen en 1991 postuló la Teoría del Comportamiento Planificado con 3 determinantes independientes de la intención, siendo el primero la actitud.

En relación con el foco 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 (Agag & El-Masry, 2016; Amaro & Duarte, 2015).

3.2.2. Norma subjetiva

La norma subjetiva se refiere a la fuerza social percibida para llevar a cabo un comportamiento determinado (Ajzen, 1991). La norma subjetiva se define como la percepción del individuo de que la mayoría de las personas que son esenciales para él consideran que debe o no debe realizar un comportamiento (Ajzen, 1991). Según Fishbein y Ajzen (2009), la norma subjetiva puede enunciarse como una forma de creencia de que los individuos aprueban o desaprueban cierto comportamiento cuando lo emprenden y lo llevan a cabo. Los sujetos se comportan bajo la presión social pero la norma subjetiva también influye en la idoneidad de la conducta determinada (Kumar, 2012).

Para este estudio, con norma subjetiva nos referimos a cómo afectan las diversas opiniones del entorno del cliente a la hora de decantarse por reservar en un alojamiento hotelero con gestión responsable de agua.

3.2.3. Control percibido del comportamiento

El control percibido del comportamiento alude a la apreciación sobre la situación y sobre las aptitudes que posee cualquier individuo para desarrollar cualquier actividad de manera exitosa (Duarte *et al*, 2020). En determinados casos lo que se percata es diferente a la realidad (Torres y Vidal, 2019). Cuando las personas creen que tienen los recursos y las oportunidades y que los obstáculos que pueden encontrar pueden ser superados, entonces tendrán la confianza necesaria para realizar el comportamiento y, por tanto, mostrarán un alto grado de control conductual percibido (Ajzen, 1991).

En el contexto del presente estudio, este control percibido del comportamiento se manifiesta cuando los consumidores están lo suficientemente informados de cuáles son las prácticas adecuadas para una gestión eficiente del agua.

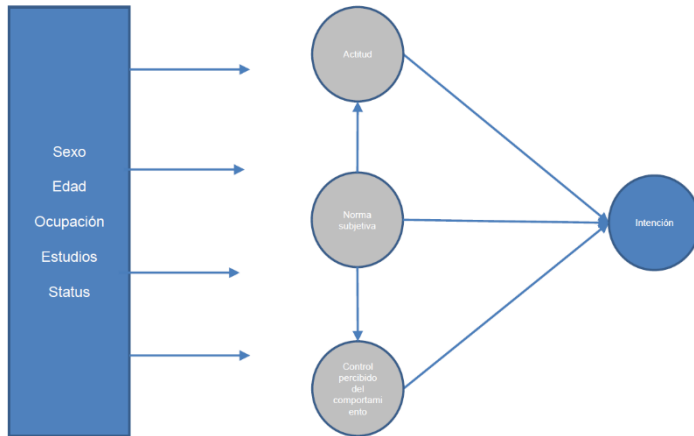
3.2.4. Intención de alojarse en un hotel responsable con la gestión del agua

La intención se refiere a la predisposición de los clientes a reservar en un hotel con gestión responsable del agua. Este acto mental dependerá de diversas causas, deseos, motivaciones e incluso de la coacción normativa (García Elskamp, 1986).

3.3. RELACIONES

En este análisis se estudia el papel influyente de las características sociodemográficas en la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) dada la importancia de estas variables en la toma de decisiones de los distintos sujetos acerca de decantarse por un alojamiento hotelero con gestión eficiente de agua (Kwon y Ahn, 2020). En la figura 1, se recoge el modelo conceptual propuesto en este trabajo de investigación.

Figura 1. Modelo conceptual propuesto.



3.3.1. Nivel de ingresos e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua

Los ingresos han sido identificados como un aspecto sociodemográfico importante en el proceso de elección, puesto que se ha comprobado que la conducta de consumo de los clientes es diferente entre los sectores que poseen ingresos altos y los que poseen unos ingresos más bajos (Keaveney y Parthasarathy, 2001).

Han *et al.* (2009), encontraron una relación insignificante entre el nivel de ingresos y la intención de comportamiento hacia la elección de hoteles con gestión eficiente del agua. Al igual pasa con el estudio de Kwon y Ahn (2020), no existe ninguna relación importante entre ambos factores.

3.3.2. Género e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua

El sexo también influye de manera significativa en la voluntad de selección de un hotel con atención especial sobre el consumo del agua, puesto que Han *et al.* (2009) revelaron la importancia del género en cuánto a prácticas ecológicas se refiere.

En el artículo de Kwon y Ahn (2020) no hay datos claros acerca de la relevancia de un género u otro.

3.3.3. Edad e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua

La edad se ha convertido en una de las características sociodemográficas más importantes debido a la economía de los millennials, muy variada dependiendo de la zona geográfica de estudio, y al tamaño con tendencia creciente del mercado senior.

Según el estudio que realizaron Kown y Ahn (2020), los clientes jóvenes son más ecológicos y más propensos a participar en prácticas verdes.

3.3.4. Nivel de estudios e intención de alojarse en hotel responsable con la gestión del agua

Igualmente, el nivel de estudios se ha identificado como un factor demográfico importante en la toma de decisiones, ya que el comportamiento responsable de un individuo depende en gran medida de su nivel de conocimientos (Keaveney y Parthasarathy, 2001). Según estos autores, las personas con unos estudios superiores tienden a ser más respetuosos con el medio ambiente.

Kown y Ahn (2020) descubrieron, gracias al estudio que realizaron, que el sector con menos nivel educativo se ve más influenciado por la opinión de su entorno (norma subjetiva) a la hora de reservar un alojamiento con gestión responsable del agua que el sector con un nivel educativo alto.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

De acuerdo con la revisión de la bibliografía realizada anteriormente se ha identificado la necesidad de investigar de manera más trascendente la influencia de variables sociodemográficas en la intención de reserva de un alojamiento hotelero con gestión eficiente del agua. Este análisis se realiza desde la posición de la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) y se propone como objetivo general conocer si las variables demográficas como el género, edad, nivel de estudios, nivel de ingresos influyen en las variables contempladas en la TPB (intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento).

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

-Conocer si el nivel de ingresos afecta a la intención de reservar un hotel responsable con el agua, y también a la actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.

-Conocer si el género afecta a la intención de reservar un hotel responsable con el agua, y también a la actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.

-Conocer si la edad afecta a la intención de reservar un hotel responsable con el agua, y también a la actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.

-Conocer si el nivel de estudios afecta a la intención de reservar un hotel responsable con el agua, y también a la actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento.

-Contrastar con la literatura previa sobre el tema los hallazgos y relaciones identificadas.

-Identificar implicaciones prácticas para la utilización de sistemas de ahorro de agua en hoteles para conseguir que estos gestionen el agua de manera responsable.

5. METODOLOGÍA

5.1. MÉTODO DE ESTUDIO

Para realizar este estudio se ha realizado una encuesta y como herramienta de recogida de datos para la obtención de los objetivos de este trabajo se ha llevado a cabo un cuestionario estructurado. La población objeto del estudio de la encuesta la forman aquellas personas mayores de edad que se hayan alojado en un hotel en los últimos tres años.

5.2. CUESTIONARIO Y MEDIDA DE LAS RESPUESTAS

El cuestionario utilizado en este estudio se divide en varias secciones y este proyecto se ha centrado en las siguientes.

La primera incluía una pregunta filtro para seleccionar la muestra. Las personas objeto de estudio debían haberse alojado en un hotel en los últimos 3 años.

La segunda sección consistía en constructos predictores centrados en la actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido acerca de múltiples factores del alojamiento, como por ejemplo el precio y la experiencia que percibió el cliente. Además también se les preguntó a los encuestados por sus hábitos relacionados con el ahorro de agua durante sus vacaciones y las medidas del hotel para controlar el despilfarro de agua.

La última sección contenía preguntas de información demográfica: sexo, edad, ocupación, estudios realizados, nivel económico y lugar de residencia. Para la consecución de los datos referidos a sexo, se habilitaron tres respuestas: femenino, masculino y otro. En la pregunta sobre la edad, la respuesta era abierta, para que cada persona escribiese su edad. En relación con la ocupación, era necesario seleccionar entre nueve posibles respuestas. Por último, en el campo de lugar de residencia las posibles respuestas eran la Península Ibérica, las Islas Canarias (indicando en su caso la isla y el municipio) u otro lugar.

Se utilizó una escala Likert de 7 puntos para medir los ítems donde 1 indica Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo.

En el apéndice A se recoge el cuestionario utilizado en la investigación.

Para la medida de las respuestas se utilizaron escalas propuestas y adaptadas de estudios anteriores en la literatura. En la tabla 1 se recogen los ítemes utilizados para cada constructo y el origen de las fuentes de la literatura utilizadas para cada uno de ellos.

Tabla 1: Ítemes de las intenciones de un individuo de alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente según variable demográfica.

Ítemes de las intenciones de alojarse en un hotel que gestione el agua eficientemente	
Intención. Adaptado de (Yeh, Guan, Chiang, Ho, y Huan, 2021)	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
Actitud hacia hotel con gestión eficiente de agua. Adaptado de (Yeh, Guan, Chiang, Ho, y Huan, 2021).	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
Norma subjetiva. Adaptado de (Yeh, Guan, Chiang, Ho, y Huan, 2021)	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
Control percibido del comportamiento.	Tengo suficiente información para identificar un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua

Adaptado de (Yeh, Guan, Chiang, Ho, y Huan, 2021)	Puedo permitirme un precio ligeramente superior para alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua
	Tengo tiempo para viajar a una zona algo más alejada y así poder alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua

5.3. RECOGIDA DE DATOS

Como sistemas de recogida de datos se han desarrollado dos cuestionarios: una encuesta personal y una encuesta autoadministrada, de forma online, con la herramienta LimeSurvey, a todas las personas mayores de edad que se han alojado en un hotel en los últimos tres años. El tiempo dedicado a la recogida de datos fue de doce días, del 8 de marzo de 2022 al 22 de marzo de 2022. El tiempo de ejecución de las encuestas fue de aproximadamente seis minutos las autoadministradas y de diez minutos las personales. Finalmente, se obtuvieron 429 respuestas. Se puede observar, para un nivel de confianza del 95,5% y $p=q$, un error muestral 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 la tabla 2, 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; un 10,3% entre 35 y 44 años; un 8,6% entre 45 y 54 años y el 6,5% se corresponde a mujeres mayores de 54 años. La muestra masculina se conforma por un 12,1% de hombres entre 18 y 24 años; un 8,2% entre 25 y 34 años, solamente un 4,2% entre 35 y 44 años; un 3,7% entre 45 y 54 años y, por último, el 4,4% se corresponde con hombres mayores de 54 años.

Igualmente, y de acuerdo con los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) se puede observar en la tabla 2, la estructura en porcentaje de la población de Tenerife por género y edad. Si se compara la estructura de la muestra con la de la población, se puede constatar que existe un sesgo o desequilibrio. Con el fin de corregir esta desviación y lograr así una muestra representativa, se ha procedido a la ponderación de los datos, que consiste en multiplicar cada grupo por un factor de ponderación, con el objeto de igualar la estructura de la muestra a la estructura de la población. El factor de ponderación (peso) se recoge también en la tabla 2 y es el resultado de dividir el porcentaje de la población entre el de la muestra de cada grupo de género-edad.

Tabla 2: Estructura de la muestra y coeficientes de ponderación.

	Muestra	Estructura de la 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 años	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 años	19	4,4%	9,6%	2,1787
Total	429	100%	100%	

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 se ha construido como la media de los ítems que lo componen. Para el análisis de las relaciones entre la intención de alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente y las variables demográficas se ha realizado un análisis a través de tabulaciones de medias realizando contrastes de diferencias mediante las pruebas t. Además, se han tenido en cuenta otras variables dependientes (actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento).

5.6. RECATEGORIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Para facilitar el análisis de resultados a través de tabulaciones, las variables independientes (sociodemográficas) que tenían muchas categorías con poca muestra, se han recategorizado en menos categorías. Las variables utilizadas con la nueva agrupación de categorías son las siguientes: sexo, edad, ocupación, estudios y status.

Tabla 3: Resultado de recategorización de las variables sociodemográficas.

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%
	Inactivos/desempleados	14,0%
	Estudiantes	12,1%
Estudios	Secundaria/Bachillerato	45,1%
	Universitarios	54,9%
Nivel económico	Por debajo de la media	8,5%
	En la media	70,2%
	Por encima de la media	21,3%

6. ANÁLISIS DE DATOS

6.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

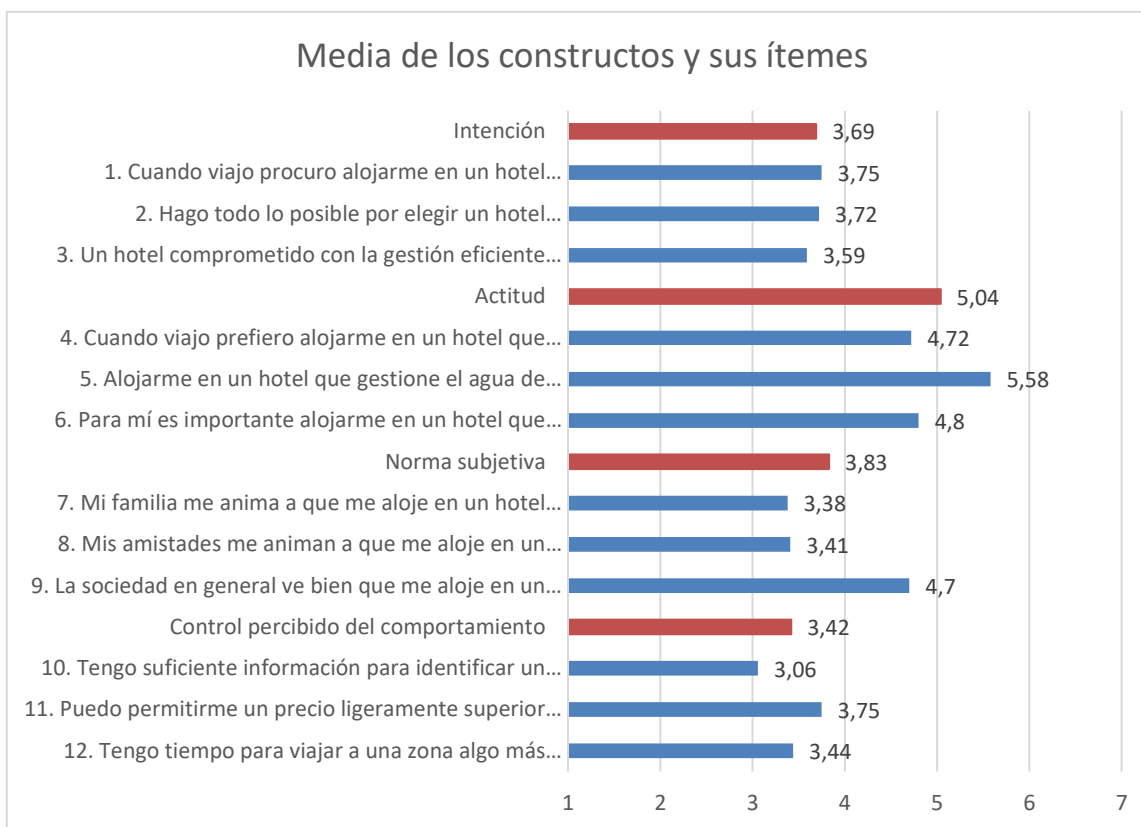
En este apartado se pretenden estudiar los datos relativos a la media de los constructos y de sus ítems que influyen en la intención de alojarse en un hotel que gestione el agua de manera eficiente bajo el marco teórico de la Teoría del Comportamiento Planificado, las cuáles son: la actitud, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento. Esto es lo que se muestra en la Tabla 4 y en la Figura 2.

Tabla 4: Media de los constructos y de sus ítems.

Constructo/Ítems	Media
Intención	3,69

1. Cuando viajo procuro alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,75
2. Hago todo lo posible por elegir un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,72
3. Un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua es siempre mi primera opción	3,59
Actitud	5,04
4. Cuando viajo prefiero alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,72
5. Alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente es beneficioso para mi	5,58
6. Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,80
Norma subjetiva	3,83
7. Mi familia me anima a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	3,38
8. Mis amistades me animan a que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	3,41
9. La sociedad en general ve bien que me aloje en un hotel que gestione el agua de manera eficiente	4,70
Control percibido del comportamiento	3,42
10. Tengo suficiente información para identificar un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,06
11. Puedo permitirme un precio ligeramente superior para alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,75
12. Tengo tiempo para viajar a una zona algo más alejada y así poder alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua	3,44

Figura 2. Gráfico de las medias de los constructos y de sus ítems.



6.1.1. Intención de alojarse en hotel comprometido con una gestión eficiente del agua

En la Tabla 4 y la Figura 2, puede observarse que la intención mostrada por los turistas de alojarse en un hotel que gestione de forma eficiente el agua es relativamente baja, obteniendo un valor de 3,69 (Escala de 1 a 7 con punto medio en 4).

Los ítems que componen este constructo de la intención se sitúan entre 3,59 y 3,75.

6.1.2. Actitud hacia hotel comprometido con gestión eficiente del agua

Sin embargo, los resultados de la actitud hacia un hotel comprometido con gestión eficiente del agua muestran un valor relativamente elevado (5,04), por lo que se observa una alta predisposición hacia dicho comportamiento.

Los ítems de este constructo se sitúan entre 4,72 y 5,58.

6.1.3. Norma subjetiva

La presión social percibida por los turistas para alojarse en un hotel con gestión sostenible del agua es también relativamente baja (3,83) en una escala numerada del 1 al 7.

Los ítems de este constructo se sitúan entre 3,8 y 4,7.

6.1.4. Control percibido del comportamiento

El control percibido del comportamiento que refleja la capacidad y conocimiento de los turistas para alojarse en hotel con gestión eficiente del agua, es el constructo que muestra un valor medio más bajo (3,42), reflejando una limitación importante para desarrollar este comportamiento.

Los ítems reflejan una insuficiente información para identificar un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua (3,06), limitaciones por la percepción de que tendría un precio más alto (3,75) y las posibles limitaciones de una ubicación poco adecuada (3,44).

6.2. ANÁLISIS DE LAS RELACIONES

En este apartado se pretende estudiar como influyen las variables sociodemográficas en las otras variables “Actitud”, “Norma subjetiva” y “Control percibido del comportamiento” y en la intención para reservar un alojamiento hotelero que gestione de manera eficiente el agua, a través de las tablas de medias y contrastes de t de Student. Las variables independientes son categóricas, están recategorizadas. Todo esto se observa en la tabla 5 y en las figuras 3, 4, 5, 6 y 7.

Tabla 5: Tablas de medias de los constructos y contrastes de t de Student.

	Sexo			Edad			
	Femenino	Masculino	Significativo	18-24	25-44	> 44	Significativo
Intención	3,72	3,65		3,48	3,27	4,15	*
Actitud	5,21	4,87	*	4,92	4,75	5,35	*
Norma subjetiva	3,94	3,72		3,72	3,59	4,1	*
Control percibido del comportamiento	3,31	3,52		3,16	3,24	3,65	*

	Actividad				Estudios		Nivel económico			
	Ocupados	Inactivos	Estudiantes	Sign.	Secundaria/Bachillerato	Universitarios	Por debajo de la media	En la media	Por encima de la media	Sign.
Intención	3,61	4,26	3,51	*	3,76	3,62	4,09	3,57	3,91	
Actitud	4,96	5,6	4,83	*	5,12	4,97	5,08	4,9	5,47	*
Norma subjetiva	3,8	4,19	3,59		3,89	3,78	4,07	3,77	3,95	
Control percibido del comportamiento	3,4	3,72	3,15	*	3,43	3,41	3,22	3,31	3,84	*

* Significativo

Figura 3. Gráfico de la influencia del sexo en los diferentes constructos.

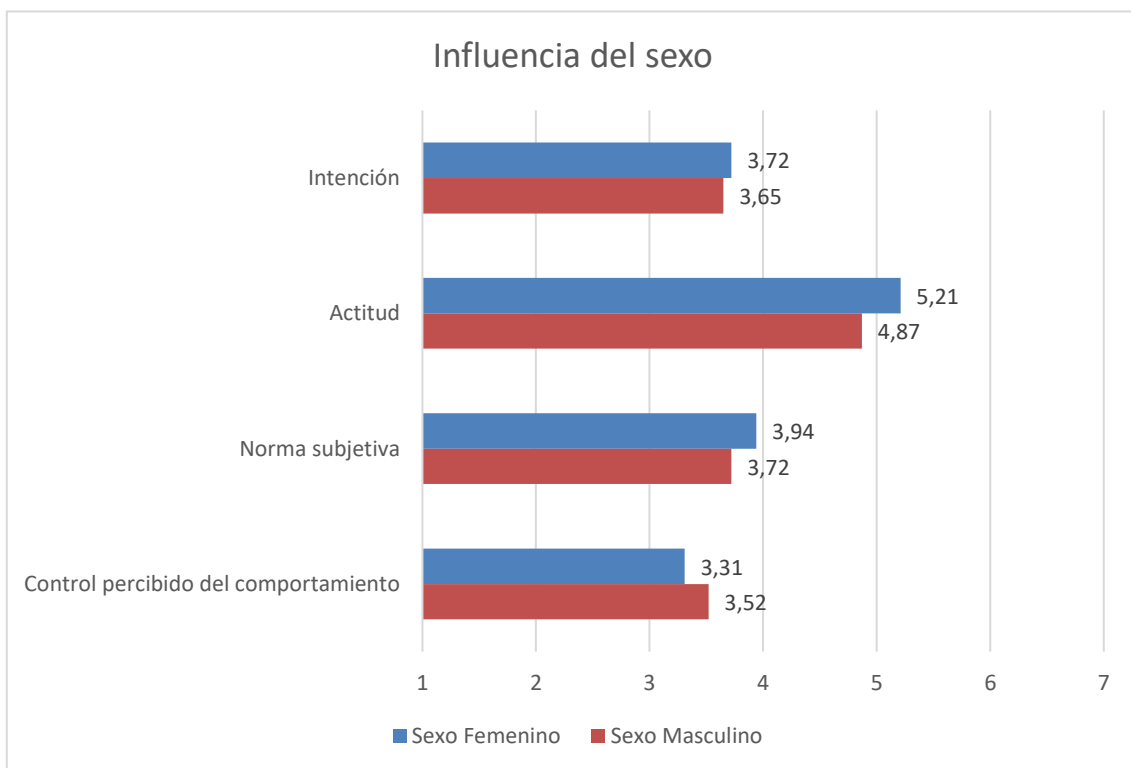


Figura 4. Gráfico de la influencia de la edad en los diferentes constructos.

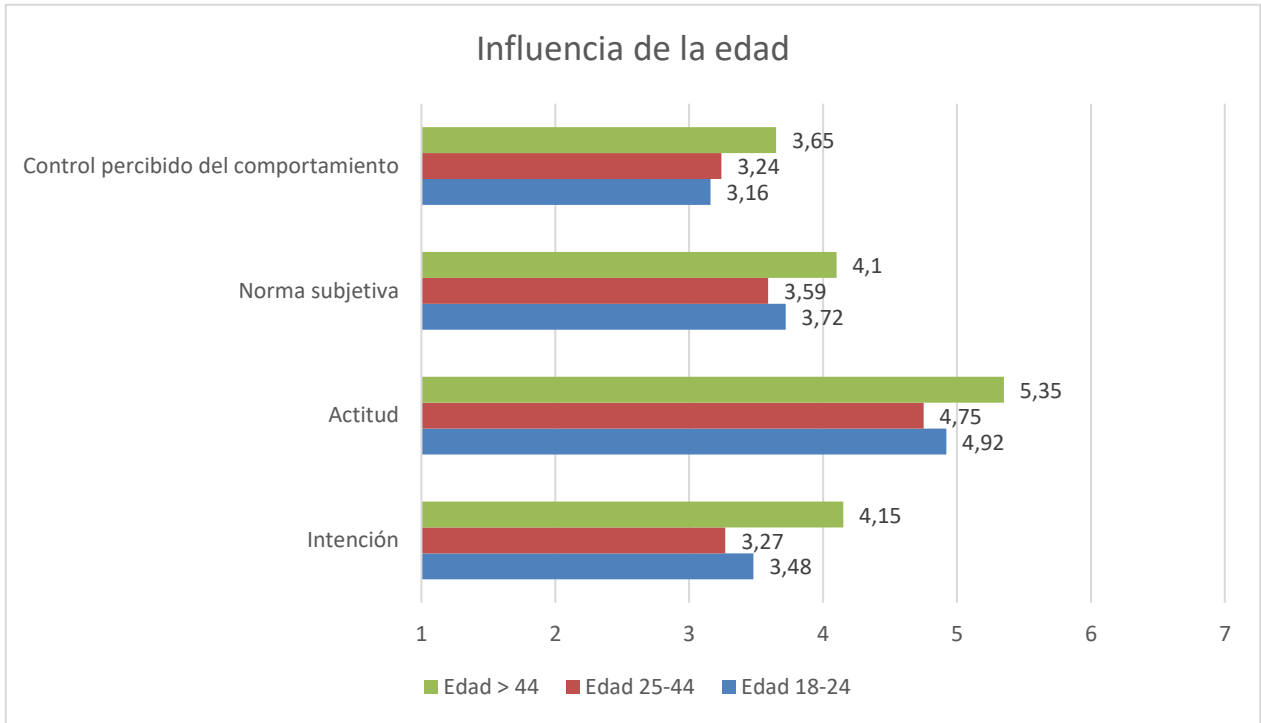


Figura 5. Gráfico de la influencia de la actividad en los diferentes constructos.

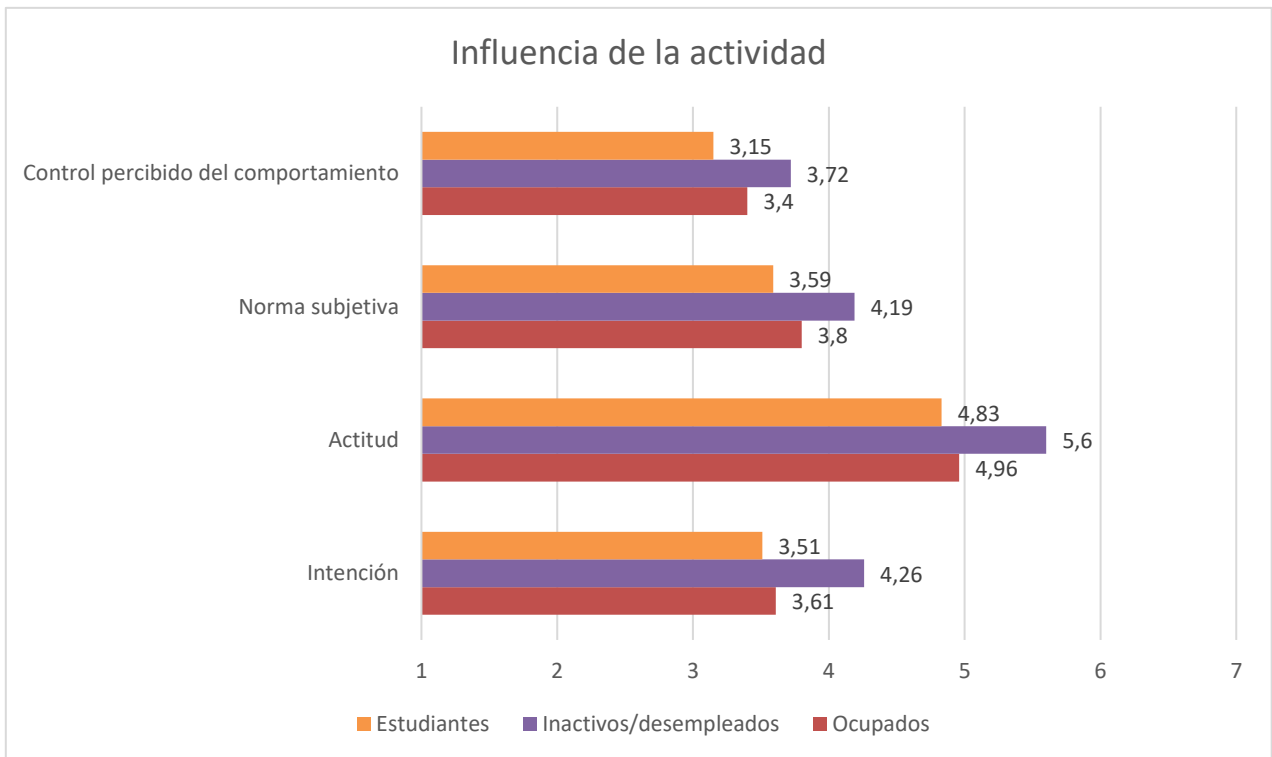


Figura 6. Gráfico de la influencia de los estudios en los diferentes constructos.

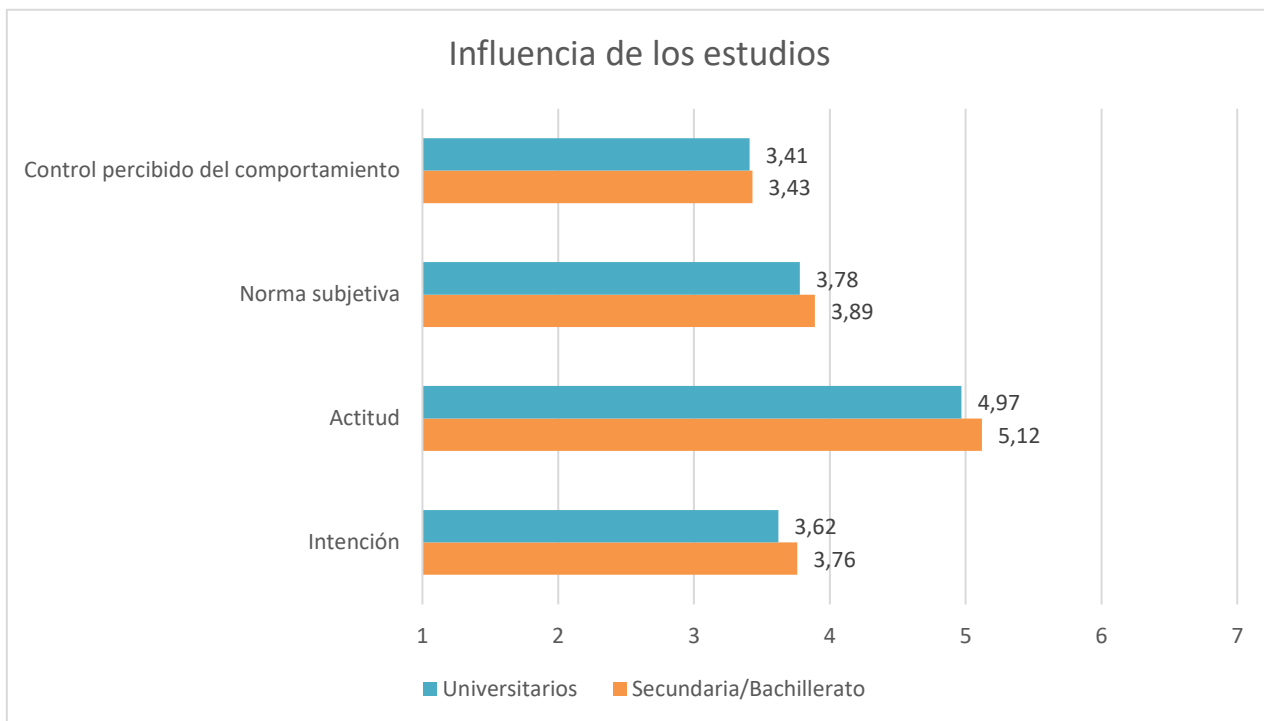
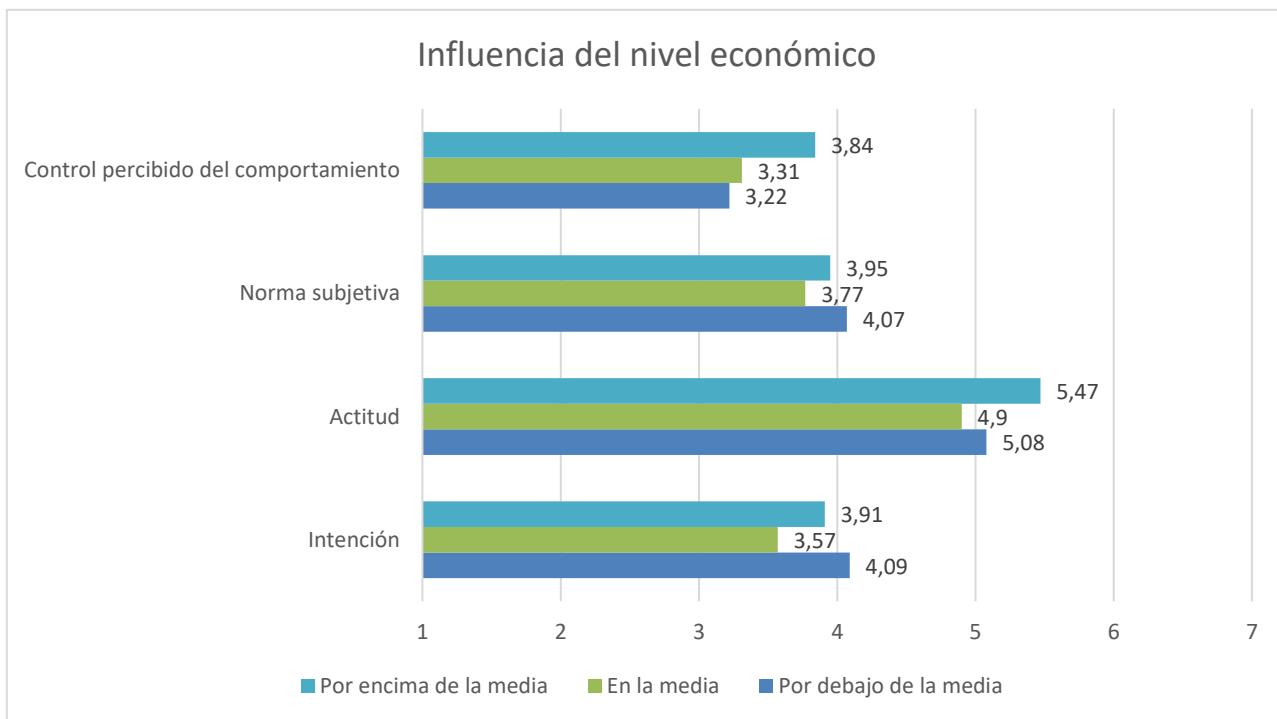


Figura 7. Gráfico de la influencia del nivel económico en los diferentes constructos.



6.2.1. Influencia del sexo en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento

Como se puede observar en la Tabla 5 y Figura 3, el género solo influye de forma estadísticamente significativa en la actitud, donde las mujeres presentan una mayor actitud (5,21) que en los hombres (4,87).

Aunque no es significativo, se puede observar que las mujeres tienen también una mayor intención (3,72) que los hombres (3,65).

También se observa como las mujeres tienen una mayor percepción de presión social hacia este comportamiento (3,94) que los hombres (3,72).

Sin embargo, en el control percibido del comportamiento la cifra del sexo masculino (3,52) es mayor que la del sexo femenino (3,31).

6.2.2. Influencia de la edad en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento

Como se puede observar en la Tabla 5 y Figura 4, la edad influye de forma estadísticamente significativa en los 4 constructos.

Las personas mayores de 44 años presentan una mayor intención (4,15) que el sector entre 18 y 24 años (3,48) y que el sector entre 25 y 44 años (3,27).

También es mayor la actitud en los encuestados con más de 44 años de edad (5,35) que en aquellos que se encuentran entre los 18 y los 24 años (4,92) y los que tienen entre 25 y 44 años (4,75).

Igualmente significativo es en la norma subjetiva. Las personas situadas entre los 25 y 44 años (3,59) y las que están entre los 18 y 24 años (3,72) tienen una menor percepción de presión social hacia este comportamiento que aquellas que tienen más de 44 años (4,1).

Por último, igual que en los anteriores constructos, el sector de edad mayor de 44 años (3,65) tiene un mayor control percibido del comportamiento que los sectores de 25-44 años (3,24) y de 18-24 años (3,16).

6.2.3. Influencia de la actividad en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento

Como se observa en la Tabla 5 y Figura 5, la actividad que realizan las personas encuestadas influye de forma estadísticamente significativa en la intención, actitud y control percibido del comportamiento.

La intención y actitud de los clientes desempleados (4,26 y 5,60, respectivamente) es superior a la de los clientes ocupados (3,61 y 4,96, respectivamente) y a la de los estudiantes (3,51 y 4,83, respectivamente).

Además, en el control percibido del comportamiento, también son significativos los datos obtenidos de los encuestados desocupados (3,72) respecto a los ocupados (3,40) y a los estudiantes (3,15).

Aunque no es significativo, se puede observar que las personas desempleadas tienen una mayor percepción de presión social (4,19) que aquellas que tienen trabajo (3,80) o que los estudiantes (3,59).

6.2.4. Influencia de los estudios en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento

Se puede observar en la Tabla 5 y Figura 6 que los estudios que poseen las personas a las que se les realizó la encuesta no influye de forma estadísticamente significativa en ninguno de los constructos.

Sin embargo, los encuestados que solo poseen estudios de Secundaria o Bachillerato tienen una mayor intención (3,76), actitud (5,12), norma subjetiva (3,89) y control percibido del comportamiento (3,43) que aquellos que tienen estudios universitarios (3,62; 4,97; 3,78 y 3,41, respectivamente).

6.2.5. Influencia del nivel socioeconómico en la intención, actitud, norma subjetiva y control percibido del comportamiento

Como se puede observar en la Tabla 5 y Figura 7, el nivel socioeconómico influye de forma estadísticamente significativa en la actitud y en el control percibido del comportamiento. En el primer constructo son las personas con un nivel superior al de la media (5,47) las que son significativas respecto a las que tienen un nivel por debajo de la media (5,08) y a las que se sitúan en la media

(4,90). En el segundo pasa exactamente lo mismo, las personas que están por encima de la media (3,84) presentan un mayor control percibido del comportamiento que las que se encuentran en la media (3,31) o por debajo de esta (3,22).

Sin ser significativo, cabe mencionar que las personas por debajo de la media (4,09) presentan una mayor intención que las personas que están por encima de la media (3,91) o en esta (3,57). Igualmente ocurre con la percepción de presión social, que es mayor en las personas con un nivel socioeconómico por debajo de la media (4,07) que en las personas que tienen un nivel por encima de la media (3,95) y que las que se encuentran en la media (3,77).

7. DISCUSIÓN E IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Este apartado pretende interpretar los resultados obtenidos en esta investigación y compararlo, en la medida de lo posible, por lo analizado previamente en la literatura.

7.1. DISCUSIÓN

Los resultados del estudio realizado muestran que las variables sociodemográficas influyen en la intención de reservar un alojamiento hotelero con gestión responsable del agua.

En concreto, en contraste con la investigación de Kwon y Ahn (2020) que no encontró una relación importante entre el género y la reserva de un hotel con gestión eficiente del agua, en el presente estudio encontramos que el sexo femenino es significativo en la actitud hacia un hotel responsable con la gestión del agua, reforzando así el estudio de Han *et al.* (2009), que afirmaba que el género tenía una influencia significativa en la elección de un alojamiento ecológico. Por tanto, de cara a posibles estrategias de segmentación o de diferenciación de las acciones por parte de los hoteles que quieran acceder a los segmentos de clientes que valoren la responsabilidad en la gestión del agua, este resultado nos sugiere posibles acciones según género debido a una mayor predisposición de las mujeres hacia los hoteles responsables.

Según Kwon y Ahn (2020), el segmento de población más joven es el más responsable con la gestión del agua pero, según este estudio, el sector relevante a la hora de escoger un hotel con gestión eficiente del agua es aquel que abarca a las personas mayores de 44 años. Este resultado contradictorio nos hace reflexionar sobre la necesidad de conseguir mayores niveles de concienciación medioambiental en la población joven a través de distintos mecanismos como puede ser la educación ambiental y el inculco de prácticas responsables por parte de la familia.

Kwon y Ahn (2020) y Han *et al.* (2009) no encontraron relación entre el nivel económico y la elección de un alojamiento hotelero responsable con la gestión del agua. Por el contrario, en el presente estudio se observa que tanto para la actitud como para el control percibido del comportamiento es significativo el segmento de población con un nivel de ingresos por encima de la media.

Sin embargo, para este análisis no es trascendental el nivel de estudios de las personas encuestadas. En la investigación de Kwon y Ahn (2020) se aprecia que para la norma subjetiva es relevante la población con unos estudios inferiores al resto.

7.2. IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Los resultados alcanzados en el presente estudio conllevan varias implicaciones prácticas para el sector turístico. Una de las ventajas que nuestro análisis ofrece a los profesionales de este sector es la indagación exhaustiva sobre como influyen las variables sociodemográficas en la intención de reservar un alojamiento hotelero con gestión eficiente del agua.

Kotler *et al.* (2008), sugieren que para que la segmentación sea eficaz, los segmentos de mercado deben identificarse fácilmente y una opción tradicional ha sido la utilización de variables sociodemográficas (Straughan y Roberts, 1999). Asimismo, la facilidad de acceso a los segmentos de mercado es uno de los criterios importantes en los que los clientes deben poder ser alcanzados y atendidos eficazmente. En este sentido, el estudio realizado de investigación de los perfiles de los consumidores con intenciones de reservar hoteles que realicen una gestión eficiente del agua proporciona a los gestores y responsables hoteleros una herramienta útil para evaluar el potencial comportamiento de compra de sus servicios cuando se trata de satisfacer las necesidades de los turistas, y al mismo tiempo, cumplir con las responsabilidades sociales y medioambientales (Mas'od y Chin, 2014).

Sin embargo, hemos observado que los perfiles sociodemográficos no son claramente suficientes para establecer segmentos de clientes medioambientalmente responsables, sino que se requiere otro tipo de variables de motivaciones o de personalidad para establecer efectivos segmentos que permitan a los hoteles realizar estrategias de segmentación para atraer a los grupos de clientes de interés. Parece necesario, en todo caso, utilizar criterios para la separación de turistas que combinen diferentes tipologías de variables y no solo sociodemográficas.

No obstante, y debido a que las personas mayores y las mujeres son más sensibles a las cuestiones ambientales, podría tenerse en cuenta estas características para establecer acciones e incentivos al comportamiento teniendo en cuenta estas tendencias sociodemográficas hacia una intención de comportamiento responsable con el agua. Por ello, es importante la educación de la población más joven, ya que son las futuras generaciones y si se consigue que sean personas responsables y consideradas con el entorno, se evitarán futuras crisis medioambientales que conllevaran grandes consecuencias para el planeta.

8. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En esta última sección se procede a analizar la relación entre los objetivos del trabajo y lo conseguido.

8.1. CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación analizó en qué medida las variables sociodemográficas influyen en la intención de reservar un alojamiento hotelero con gestión eficiente de agua.

Los resultados obtenidos revelan que los estudios de los clientes no son nada significativos a la hora de reservar un hotel con gestión responsable del agua, y el género de los turistas apenas es relevante, siendo las mujeres y solo en la actitud de estas.

Sin embargo, la edad resulta una de las pocas variables sociodemográficas que presenta ciertas diferencias en la intención de reservar un hotel con gestión eficiente del agua, resultando que las personas de mayor edad son más responsables con el medioambiente y así lo demuestran a la hora de realizar prácticas turísticas.

8.2. LIMITACIONES

En primer lugar, este estudio se limita al análisis del comportamiento de los turistas respecto al medioambiente de un lugar determinado (la isla de Tenerife), por lo que sería recomendable hacer nuevas investigaciones en mercados más amplios o simplemente distintos para ver si los resultados que se obtienen son similares. De este modo, se podría hablar de un patrón que se repite sin importar el lugar objeto de estudio.

En segundo lugar, este trabajo de investigación se ha realizado a una muestra que ha resultado desequilibrada por género y edad con respecto a la población. Aunque es una muestra amplia y se ha ponderado, es posible la existencia de algún sesgo debido al método de muestreo.

Por último, debido a la segmentación antes nombrada, se puede considerar la necesidad del estudio de otras variables, para ampliar el análisis sobre la intención y tener en cuenta otros factores importantes a la hora de reservar un hotel con gestión responsable con el medioambiente.

BIBLIOGRAFÍA

Anónimo. *Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos*. Naciones Unidas. Recuperado el 2 de junio de 2022 de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/>

Agag, G. y El-Masry, A. (2016). Understanding the determinants of hotel booking intentions and moderating role of habit. *International Journal of Hospitality Management*, 54. DOI: 10.1016/j.ijhm.2016.01.007.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2), 179–211.

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. En P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 438–459). Sage Publications Ltd.

Allport, G. (1935). Attitudes. *A Handbook of Social Psychology* (pp. 798-844). Clark University Press.

Amaro, S. y Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46, 64-79. DOI: 10.1016/j.tourman.2014.06.006.

Duarte R.E., Cosio, M., Correa, E. y Velasco, E. (2020). Exploración de creencias, actitudes, norma social y control percibido sobre el deporte en universitarios mexicanos: comparando deportistas y practicantes de actividad física. *REDNUTRICIÓN*, 11 (2), 708-715.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (2009). Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach (1st ed.). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>.

Freitas, D., Van Eeden, T. y 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, Special Edition Food and Nutrition Challenges in South Africa*, 5.

García, R. (1986). Intención e intencionalidad: estudio comparativo. *Anales de filosofía IV*, 147-156.

Gössling, S. (2015). New performance indicators for water management in tourism. *Tourism Management*, 46, 233–244. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.018>.

Gössling, S., Hall, M. y Scott, D. (2015). Tourism and Water. *Tourism Essentials*, 2. <https://doi.org/10.21832/9781845415006>.

Han, H., Hsu, L. y Lee, J. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (4), 519-528. DOI: 10.1016/j.ijhm.2009.02.004.

Kasim, A., Gursoy, D., Okumus, F. y Wong, A. (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.

Keaveney, S. y 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* 29 (374). <https://doi.org/10.1177/03079450094225>.

Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S., Leong, S., Tan, C. y Yau, O. (2008). Principles of marketing: An global perspective. Research Collection Lee Kong Chian School of Business.

Kumar, R., Ramendran, C. y Yacob, P. (2012). A study on turnover intention in Fast food industry: - Employees' fit to the organizational culture and the important of their commitment. *International Journal-Academy Research in Business & Social Science*, 2 (5).

Kwon, J. y Ahn, J. (2020). Socio-demographic characteristics and green consumption behavior in developing countries: the case of Malaysia. *Social Responsibility Journal*.

Mas'od, A. y Chin, T. (2014). Determining Socio-demographic, Psychographic and Religiosity of Green Consumer in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 479-489. DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.04.056.

Mendoza, E., Ferrero, G., Slokar, Y., Amores, X., Azzellino, A. y Buttiglieri, G. (2022). Water management practices in EuroMediterranean hotels and resorts. *International Journal of Water Resources Development*. DOI: 10.1080/07900627.2021.2015683.

Moise, M.S., Gil-Saura, I. y Ruiz-Molina, M.E. (2021). "Green" practices as antecedents of functional value, guest satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 4(5), 722-738. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2020-0130>.

Straughan, R.D. y Roberts, J.A. (1999). Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. *Journal of Consumer Marketing*, 16 (6), 558-575. <https://doi.org/10.1108/07363769910297506>.

Torres, T. y Vidal, M. (2019). MOOC y modelos de aprendizaje combinado. Una aproximación práctica. *RIED, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22 (2), 325-343. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24093>.

Tortella, B.D. y Tirado, D. (2011). Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca. *Journal of Environmental Management*, 92(10), 2568-2579.

Yeh, S., Guan, X., Chiang, T., Ho, J. y Huan, T. (2021). Reinterpreting the theory of planned behavior and its application to green hotel consumption intention. *International Journal of Hospitality Management*, 94 (2). DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102827.

ANEXO: CUESTIONARIO

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

	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"/>

[P4] ¿Podría indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? 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 mí.
- Para mí es importante alojarme en un hotel que gestione el agua de manera eficiente.
- 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.

[P5] ¿Podría indicar su nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones? 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:

- Tengo suficiente información para identificar un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua.
- Puedo permitirme un precio ligeramente superior para alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua.
- Tengo tiempo para viajar a una zona algo más alejada y así poder alojarme en un hotel comprometido con la gestión eficiente del agua.
- 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.

[CL1] Sexo. Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

- Femenino.
- Masculino.
- Otro.

[CL2] Edad. Por favor, escriba su respuesta aquí:

[CL3] ¿Cuál es su ocupación? Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

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

[CL4] Estudios realizados. Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

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

[CL5] ¿Como considera su nivel económico familiar? Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

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

[CL6] ¿Lugar de residencia? 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?). Por favor seleccione sólo una de las siguientes opciones:

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