



Universitat
de les Illes Balears

TRABAJO DE FIN DE GRADO

EXPLORACIÓN DEL COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL Y LOS HÁBITOS DE AHORRO HÍDRICO DE TURISTAS ALOJADOS EN MALLORCA

Jana Kasten

Grado de Turismo

Facultad de Turismo

Año Académico 2021-22

[Hier eingeben]

EXPLORACIÓN DEL COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL Y LOS HÁBITOS DE AHORRO HÍDRICO DE TURISTAS ALOJADOS EN MALLORCA

Jana Kasten

Trabajo de Fin de Grado

Facultad de Turismo

Universidad de las Illes Balears

Año Académico 2021-22

Palabras clave del trabajo:

Ahorro de agua, Cambio climático, Turismo de masas, Comportamiento del consumo de agua

Nombre Tutor/Tutora del Trabajo *Ariadna Garbada Mallorquí*

Nombre Tutor/Tutora (si procede)

Autor		Tutor	
Sí	No	Sí	No

[Hier eingeben]

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con fines exclusivamente académicos y de investigación

|

[Hier eingeben]

Resumen

El objetivo de este trabajo es averiguar en qué medida difiere el comportamiento de consumo de agua de los distintos segmentos turísticos (turistas de sol y playa, turistas de naturaleza, turistas de fiesta, turistas deportivos y turistas culturales) en Mallorca.

Para responder a esta pregunta, la Facultad de Turismo de la Universidad de las Islas Baleares (España) desarrolló un estudio cuantitativo en colaboración con la Facultad de Ciencias Sociales y del Comportamiento de la Universidad de Groningen (Países Bajos). Las encuestas se realizaron diariamente en el aeropuerto de Palma de Mallorca y en un hotel de Capdepera, entre noviembre y diciembre de 2021.

En el estudio, la mayoría de los encuestados procedían de Alemania, España e Inglaterra, los principales turistas clásicos de la isla. El análisis del estudio demostró que la mayoría de los segmentos que se encontraban en Mallorca en otoño estaban concienciados con el ahorro de agua y una gran mayoría se comportó de esta manera. Los dos segmentos más importantes en esta época del año eran los turistas culturales y de naturaleza. En las preguntas sobre las normas personales en materia de ahorro de agua, la mayoría de todos los segmentos se situó en el rango afirmativo. En el segmento de turistas de fiesta, hubo fuertes extremos dentro del grupo en el rango afirmativo, así como en el rango negativo para las preguntas sobre las normas de ahorro de agua durante la estancia.

The aim of this work is to find out to what extent the water consumption behaviour of the different tourism segments (sun and beach tourists, nature tourists, party tourists, sports tourists, and cultural tourists) on Mallorca differs.

To answer this question, a quantitative study was developed by the Faculty of Tourism of the University of the Balearic Islands (Spain) in collaboration with the Faculty of Social and Behavioural Sciences of the University of Groningen (Netherlands). Surveys were conducted daily at Palma de Mallorca Airport and a hotel in Capdepera, between November and December 2021.

In the study, most of the respondents came from Germany, Spain and England, the classic main tourists on the island. The analysis of the study showed that the majority of the segments that were in Mallorca in autumn were aware of saving water and a large majority behaved in this way. The two largest segments at this time of year were cultural and nature tourists. In the questions about personal norms on the subject of saving water, the majority of all segments were in the affirmative range. In the party tourist segment, there were strong extremes within the group in the affirmative range, as well as in the negative range for questions about the norms for saving water during the stay.

[Hier eingeben]

Índice

1.Introducción	7
2. Objetos del documento	7
3. Estructura del TFG	7
4. Caso de estudio	7
4.1 Datos sobre Mallorca	7
4.2. Proyección del cambio climático en Mallorca.....	8
5. Metodología	8
5.1 Muestra e instrumentación.....	8
5.2 Variables de estudio	9
6. Resultados	13
6.1 Segmentos turísticos analizados	14
6.2. Perfil sociodemográfico	14
7.3 Características de la estancia	18
7.4. Normas personales relativas al consumo de agua.....	21
7.5. Hábitos de consumo de agua.....	25
8. Conclusión.....	28
Bibliografía	30

[Hier eingeben]

1. Introducción

Con este trabajo queremos demostrar también que no existe un solo turismo, sino que debemos tener en cuenta los distintos segmentos que lo conforman. Las diferencias entre un tipo de turismo y el otro deben ser consideradas en cualquier ámbito de gestión del destino.

2. Objetos del documento

El objetivo de este trabajo es conocer si existen diferencias en el comportamiento de consumo de agua de los distintos segmentos turísticos de Mallorca. Si es así, en qué medida se expresan. Además, se pregunta por la actitud personal de los distintos segmentos ante el tema del ahorro de agua. El trabajo también tiene el objetivo lejano de contribuir al desarrollo del turismo sostenible en Mallorca.

3. Estructura del TFG

La primera parte de este documento tratará el problema básico general del turismo de masas y el cambio climático, especialmente la escasez de agua, y examinará los argumentos de diferentes autores. También se analizará específicamente el turismo en Mallorca y los efectos del cambio climático sobre el terreno.

La segunda parte tratará en detalle el estudio realizado sobre el tema del consumo de agua, el cambio climático y las posibles medidas. Este trabajo se centrará principalmente en los diferentes segmentos turísticos de Mallorca y en su comportamiento de consumo de agua y normas personales sobre el ahorro de agua. En primer lugar, se analizarán los antecedentes sociodemográficos de los segmentos antes de examinar las características de su estancia. Con estos conocimientos previos, se analizan las normas y el comportamiento del consumo de agua durante la estancia en Mallorca.

Por último, se extrae una conclusión de mis resultados.

4. Caso de estudio

4.1 Datos sobre Mallorca

Mallorca está situada en el mar Mediterráneo occidental y forma parte de las Islas Baleares junto con Menorca, Ibiza y Formentera. Tiene una extensión de unos 3.600 km² y cuenta con 923.000 habitantes. El clima es suave en invierno y cálido y seco en verano. Mallorca depende fuertemente del turismo y es el principal factor económico de la isla, Die Art von Tourismus auf Mallorca ist hauptsächlich Massentourismus. En el año 2009, las Islas Baleares ocuparon el segundo lugar (después de Cataluña) en el número

[Hier eingeben]

de turistas recibidos (8,9 millones de turistas internacionales y 2,629 millones de turistas nacionales), lo que representa un total de 11,6 millones de turistas ((Deyà Tortella B., Tirado D. (2011)).

4.2. Proyección del cambio climático en Mallorca

Debido a los inviernos suaves y a los veranos calurosos y secos, Mallorca tiene precipitaciones irregulares que difieren a lo largo del año. Además, la topografía de la isla impide la formación de ríos u otras fuentes de agua subterránea. Las aguas subterráneas son la principal fuente de agua (80% del suministro total de agua). Debido a la irregularidad de las lluvias y a los periodos secos cada vez más largos provocados por el cambio climático, las reservas pueden disminuir entre un 30 y un 50% con respecto a la media (Deyà Tortella B., Tirado D. (2011)). La estacionalidad del turismo en Mallorca también es un problema. Aunque las precipitaciones son irregulares, el 60% de ellas se concentran entre octubre y enero. Exactamente el período de la temporada baja. Durante la temporada alta, las precipitaciones sólo son inferiores al 10% (Deyà Tortella B., Tirado D. (2011)).

Otro problema es que, debido al cambio climático, los veranos y los inviernos son cada vez más largos y las estaciones, como la primavera y el otoño, más cortas.

5. Metodología

La siguiente parte del documento tratará del estudio realizado. En primer lugar, se analizará el método con el que se realizó el estudio. En la siguiente parte, se presentarán las preguntas y los valores que pueden asumir las variables.

5.1 Muestra e instrumentación

Este trabajo se ha desarrollado a partir de metodologías cuantitativas basadas en datos procedentes de encuestas. Estas encuestas derivan del proyecto de investigación titulado "Turismo y ahorro de agua. Evaluación de la capacidad de adaptación del sector al cambio climático" dirigido por la investigadora postdoctoral Ariadna Gabarda-Mallorquí y desarrollado por la Facultad de Turismo de la Universidad de las Illes Balears (España) en colaboración con la Facultad de Ciencias Sociales y del Comportamiento de la Universidad de Groningen (Países Bajos). Durante los meses de noviembre y diciembre, un equipo de seis miembros (cuatro españoles y dos alemanes) realizó encuestas todos los días en el aeropuerto de Palma de Mallorca y en un hotel de Capdepera.

La encuesta se diseñó y realizó con el software Qualtrics© y estaba disponible en español, inglés, alemán y francés. Los encuestados podían responder fácilmente al cuestionario en sus teléfonos móviles mediante un código QR. Recibimos un total de 456 respuestas a nuestra encuesta, de las cuales 449 se

[Hier eingeben]

incluyen en mi análisis, ya que los visitantes menores de edad debían ser excluidos de este estudio.

5.2 Variables de estudio

Al principio del estudio, se pidió a los turistas que se asignaran a un segmento turístico de Mallorca. Pueden elegir entre los segmentos: turistas de sol y playa, turistas nocturnos, turistas deportivos, turistas de naturaleza y turistas culturales. En la parte posterior del estudio, se les hicieron preguntas según el grupo elegido. El estudio puede dividirse en cuatro secciones de preguntas. La primera parte trata de la afiliación al grupo del encuestado, sus propios valores y los valores del grupo. En la segunda parte se pregunta por las normas personales y del grupo sobre el tema del ahorro de agua. También se pregunta por el comportamiento específico de ahorro de agua del entrevistado durante su estancia en Mallorca. La siguiente sección trata de la actitud de los encuestados hacia el cambio climático y la aceptación de posibles medidas. En la última parte de la encuesta, se pidió a los encuestados información sobre sus datos sociodemográficos, como la edad y el origen, así como sobre su estancia en Mallorca.

Este trabajo se centra exclusivamente en los diferentes segmentos turísticos de Mallorca en relación con su comportamiento de consumo de agua durante su estancia y sus normas personales sobre el ahorro de agua. Por lo tanto, se consideran las siguientes variables para la evaluación:

En primer lugar, el segmento turístico seleccionado. Como se describe en la parte superior, los turistas podían elegir entre los cinco segmentos turísticos conocidos. Además, se tuvieron en cuenta los datos sociodemográficos, como la edad o el país de origen, que los turistas podían introducir manualmente, y su sexo. La pregunta sobre el nivel de estudios ofrecía las siguientes opciones: menos de Bachillerato, Graduado de Bachillerato, Licenciatura, Máster, Título profesional, Doctorado y prefiero no decirlo. Para la información sobre la situación sociolaboral, las opciones eran: Empresario, autónomo, empleado del sector público, reemplazo, estudiante, desempleado que busca trabajo y prefiere no decirlo. A partir de esta pregunta, se preguntó a los encuestados sobre sus ingresos, con varias opciones de rango salarial para elegir.

La siguiente parte trata de las características de la estancia en Mallorca. Al preguntar por la región de la estancia, el encuestado podía elegir entre las diez regiones Ponent, Tramuntana, Pla de Mallorca, Palma ciudad, Palma Playa - Lluçmajor, Sud, Llevant, Capdepera Muro, Santa Margalida y Artà, Pollença y Alcúdia, que se mostraban en un mapa de Mallorca. El número de noches puede introducirse manual y posteriormente se subdividirá en la evaluación en interruptores de corta duración (<_ 5 noches) y en interruptores de larga duración (>5 noches). El tipo de alojamiento puede tomar las siguientes variables: hotel,

[Hier eingeben]

casa de alquiler turístico, apartamento turístico, agroturismo, en casa de familia/amigos, alojamiento de turismo rural, otro y sin respuesta. Cuando se preguntaba con quién había viajado el encuestado, podía elegir entre solo/a, con mi pareja (sin hijos/as), con mi familia, con amigos, con compañeros de trabajo, otro grupo y sin respuesta. La última pregunta de la sección se refiere a la organización del viaje. Las opciones eran: vía mediante tour operadores, mediante agencia de viajes, lo he organizado yo (vía web, mail, telf...) o sin información.

Las preguntas sobre las normas personales tenían cuatro subpreguntas, a las que se podía responder mediante una escala de Likert, en la que 1 significaba absolutamente en desacuerdo y 7 absolutamente en acuerdo. La primera pregunta se refiere a si el turista se siente responsable de ahorrar agua durante sus vacaciones. A partir de ahí, se pregunta si se siente culpable si no lo hace. La tercera y la cuarta subpregunta se refieren respectivamente a si el encuestado se siente orgulloso y si se siente moralmente obligado si ahorra agua.

En el bloque de preguntas sobre el comportamiento de ahorro de agua, se pregunta con qué frecuencia el encuestado cierra el grifo mientras se enjabona en la ducha, se lava las manos o se cepilla los dientes. También se les preguntó si utilizaban el pequeño botón de aclarado o si seguían las instrucciones de utilizar la toalla varias veces. Las cinco preguntas se combinarán en una sola variable en la evaluación posterior, tomando la media de todas ellas. Para las preguntas sobre la frecuencia con la que el turista se duchaba o bañaba, podían elegir entre nunca, menos que en días alternos, en días alternos, una vez al día, dos veces al día y Más de dos veces al día (podían introducir manualmente la frecuencia). Cuando se preguntaba por el nivel de llenado, había una escala desde menos de la mitad hasta casi lleno o la opción de que el turista no tuviera bañera en su habitación.

Perfil sociodemográfico		
Edad		Años (> 18)
Residencia		País
Genero	Norminal	Hombre = 1 Mujer = 2 Otros = 3 NA = 0
Situación socio-laboral	Norminal	Empresario = 1 Profesional autónomo = 2 Empleado sector público = 3 Empleado sector privado = 4 Estudiante = 5 Desempleado = 6 Jubilado = 7

[Hier eingeben]

		NA = 0
Nivel de estudios	Norminal	Sin estudios = 1 Primaria = 2 Secundaria = 3 Bachillerato = 4 Grado/licenciatura = 5 Estudios de Máster/Doctorado = 6 NA = 0
Rango de ingresos brutos mensuales	Norminal	Sin ingresos = 1 <950€ = 2 950-1.200€ = 3 1.200-1.800€ = 4 1.800-2.400€ = 5 2.400-3.000€ = 6 >3.000€ = 7 NA = 0
Características de la estancia		
Zona se aloja (mapa de Mallorca)	Norminal	Ponent (1) Tramuntana (2) Pla de Mallorca (3) Palma city (4) Palma Beach - Lluçmajor (5) Sud (6) Llevant (7) Capdepera (8) Muro, Santa Margalida y Artà (9) Pollença y Alcúdia (10)
Número de pernoctaciones en Mallorca	Ordinal	- Short-time breakers (<_5 noches) - Long-term breakers (>5 noches)
Tipo de alojamiento	Norminal	Hotel = 1 Casa de alquiler turístico = 2 Apartamento turístico = 3 Agroturismo = 4 En casa de familia/amigos = 5 Alojamiento de turismo rural = 6 Otro = 7 NA = 0
¿Con quién está viajando?	Norminal	Solo/a = 1 Con mi pareja (sin hijos/as) = 2 Con mi familia = 3

[Hier eingeben]

		Con amigos = 4 Con compañeros de trabajo = 5 Otro grupo = 6 NA = 0
¿Cómo ha organizado Ud. este viaje a Mallorca?	Norminal	Mediante touroperadores = 1 Mediante agencia de viajes = 2 Lo he organizado yo (vía web, mail, telf ...) = 3 NA = 0
Normas personales		
Durante mi estancia en Mallorca... <ul style="list-style-type: none">• ...me siento responsable de ahorrar agua.• ... me siento culpable si no ahorro agua.• ...me siento orgulloso/a de ahorrar agua.• ...me siento moralmente obligado/a a ahorrar agua.	Norminal	Escala Likert (1-7) 1 = absolutamente en desacuerdo; 7=absolutamente de acuerdo.
Comportamiento personal en el consumo de agua		
Durante su estancia en Mallorca, ¿con qué frecuencia Ud... <ul style="list-style-type: none">• ...cierra el grifo mientras se enjabona en la ducha?• ...cierra el grifo cuando se lava los dientes?• ...cierra el grifo cuando se enjabona las manos?• ...hace uso del botón de tamaño menor (para ahorrar agua) cuando	Norminal	Escala Likert (1-7) 1 = nunca; 7 = siempre.

[Hier eingeben]

descarga la cisterna del WC? • ...sigue las instrucciones para reutilizar la toalla más de un día?		
¿Con qué frecuencia se ducha?	Norminal	Nunca = 1 Menos que en días alternos = 2 En días alternos = 3 Una vez al día = 4 Dos veces al día = 5 Más de dos veces al día = 6 (¿Cuántas veces?)
¿Cuántos minutos suelen durar las duchas?	measurement	Minutos (0 si NA)
¿Con qué frecuencia se toma un baño en la bañera de la habitación?	Norminal	Nunca = 1 Menos que días alternos = 2 Días alternos = 3 Una vez al día = 4 Dos veces al día = 5 Más de dos veces al día = 6 (¿Cuántas veces?)
¿Cuánto llena la bañera antes de entrar en ella?	Norminal	Menos de la mitad = 1 La mitad = 2 Más de la mitad = 3 Casi llena = 4 NA = 0

6. Resultados

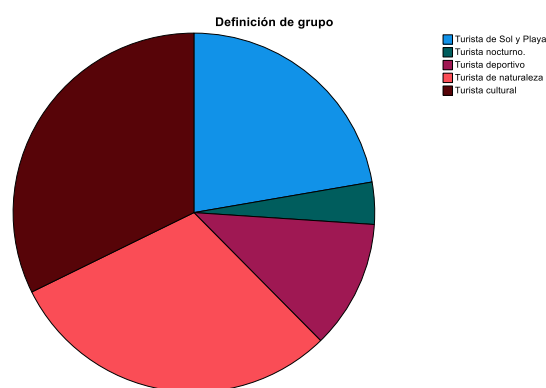
En la siguiente parte, se presentan los resultados del estudio y, concretamente, se comparan los diferentes segmentos turísticos entre sí en cuanto a su comportamiento de consumo de agua. En primer lugar, se analizan y comparan los datos sociodemográficos y la información proporcionada por los turistas sobre su estancia en Mallorca. A continuación, se presentan los datos sobre las normas personales de consumo de agua y el comportamiento de consumo de agua de los encuestados durante su estancia. Los resultados y los gráficos se elaboraron con Excel y el programa SPSS.

[Hier eingeben]

6.1 Segmentos turísticos analizados

El desglose de los turistas por segmentos muestra que la mayoría de los turistas eran culturales y de naturaleza, con un 32,3% y un 30,1% respectivamente. En tercer lugar están los turistas de sol y playa y en último lugar los turistas de fiesta (3,8%). La razón es probablemente la temporada, ya que la mayoría de los turistas de fiesta y de sol y playa vienen de primavera a otoño y no en noviembre o diciembre.

Definición de grupo	Frecuencia	Porcentaje
Turista de Sol y Playa	100	22,3%
Turista nocturno	17	3,8%
Turista deportivo	52	11,6%
Turista de naturaleza	135	30,1%
Turista cultural	145	32,3%



6.2. Perfil sociodemográfico

Genero

El reparto por sexos está muy igualado entre los Turistas de Sol y Playa, con un 46% de hombres y un 52% de mujeres y un 2% de abstención. La situación es similar para los turistas de naturaleza, donde el 44% son hombres, el 54% mujeres, el 1% diversos y el 1% se abstiene. Entre los turistas de fiesta, hay casi el doble de hombres (65%) que de mujeres (35%). Es casi exactamente lo contrario con los turistas culturales, donde el 37% de los encuestados son hombres, el 63% mujeres y el 1% se abstiene. La mayor diferencia entre la proporción de hombres y mujeres se da en el grupo de turistas deportivos. En este grupo, el 67% de los encuestados son hombres, el 29% son mujeres y el 4% se ha abstenido.

	Hombre	Mujer	Otros	NA
Turista de Sol y Playa	46%	52%	0%	2%
Turista nocturno	65%	35%	0%	0%
Turista deportivo	67%	29%	0%	4%
Turista de naturaleza	44%	54%	1%	1%

[Hier eingeben]

Turista cultural	37%	63%	0%	1%
------------------	-----	-----	----	----

Edad

La mayoría de los encuestados en todos los segmentos turísticos tienen entre 21 y 30 años y entre 31 y 40 años. Los pensionistas (mayores de 65 años) suelen estar muy poco representados en la encuesta. Una posible razón es que la encuesta se realizó en línea. Mientras que los demás segmentos fuera de la franja de edad de 20 a 40 años están algo repartidos, existe una fuerte concentración de turistas de fiesta en los dos grupos de edad. Más de la mitad de los encuestados tienen entre 21 y 30 años y el 24% entre 31 y 40.

Edad en años	Turista de Sol y Playa	Turista nocturno	Turista deportivo	Turista de naturaleza	Turista cultural
18-20	10%	6%	8%	1%	6%
21-30	37%	65%	38%	41%	46%
31-40	36%	24%	31%	33%	27%
41-50	8%	6%	8%	13%	9%
51-60	9%	0%	10%	7%	8%
61-70	1%	0%	6%	4%	6%
70-80	0%	6%	0%	1%	0%

Residencia

Los tres principales países de origen de los turistas son los mismos para la mayoría de los segmentos y también difieren sólo ligeramente en el orden. Para casi todos los segmentos, Alemania es el país del que proceden más turistas. Sólo para los turistas culturales, España ocupa el primer lugar y Alemania el segundo. En el resto de los segmentos, España ocupa el segundo lugar y Gran Bretaña el tercero. El cuarto país principal de origen de los turistas es diferente, con Francia y Suecia en dos ocasiones, además de los Países Bajos. Esto no es sorprendente, ya que los principales turistas en Mallorca son alemanes, españoles e ingleses.

Top 4 países	Turista de Sol y Playa	Turista nocturno	Turista deportivo	Turista de naturaleza	Turista cultural
1.	Alemania 55%	Alemania 29%	Alemania 44%	Alemania 56%	España 37%
2.	España 13%	España 29%	España 15%	España 19%	Alemania 28%

[Hier eingeben]

3.	Reino Unido 10%	Reino Unido 12%	Reino Unido 10%	Reino Unido 7%	Reino Unido 10%
4.	Suecia 6%	Francia 12%	Suecia 8%	Francia 4%	Países Bajos 4%
Otros países	16%	18%	23%	14%	21%

Situación socio-laboral

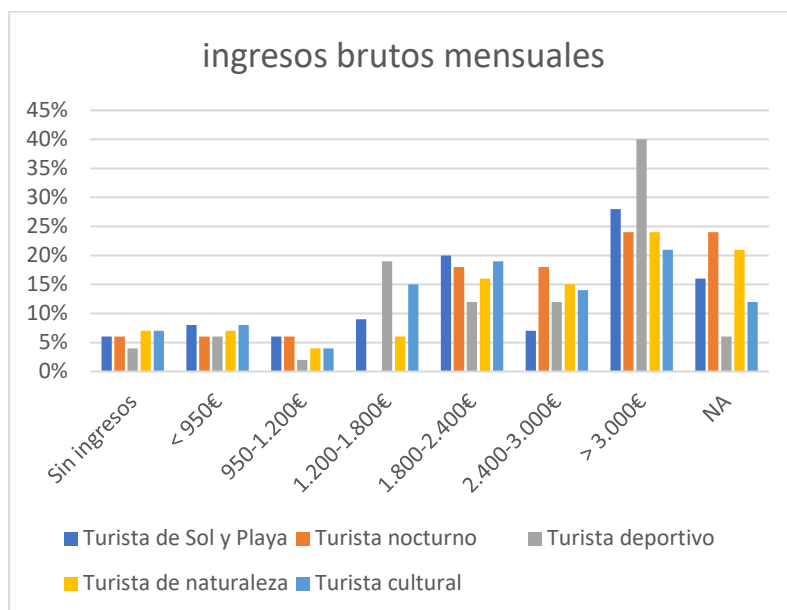
La mayoría de todos los segmentos turísticos han indicado que son empleados del sector privado. El desglose es el siguiente: turistas de Sol y playa (41%), turistas nocturnos (29%), turistas deportivos (40%), turistas de naturaleza (35%), turistas culturales (37%). En segundo lugar para la mayoría de los segmentos se encuentra el empleo en el sector público, los turistas nocturnos (29%), los turistas de naturaleza (24%) y los turistas culturales (18%).

	Empresario	Profesional autónomo	Empleado sector público	Empleado sector privado	Estudiante	Desempleado	Jubilado	NA
Turista de Sol y Playa	8%	8%	16%	41%	0%	19%	2%	6%
Turista nocturno	6%	18%	29%	29%	6%	6%	6%	0%
Turista deportivo	12%	12%	12%	40%	17%	0%	4%	4%
Turista de naturaleza	6%	11%	24%	35%	15%	0%	4%	5%
Turista cultural	10%	12%	18%	37%	3%	16%	3%	3%

Ingresos

En todos los segmentos, la mayoría de los encuestados indicaron que ganan más de 3000€ al mes (turistas de sol y playa (28%), turistas nocturnos (24%), turistas deportivos (40%), turistas de naturaleza (24%) y turistas culturales (21%). Una de las razones puede ser que la mayoría de los turistas proceden de los países nórdicos, cuyos ingresos son comparativamente más altos que los de los países del sur. En el siguiente gráfico se puede ver claramente que la gama va desde 1.200 euros hasta más de 3.000 euros al mes.

[Hier eingeben]



Nivel de estudios

La mayoría de los turistas de sol y playa han cursado Secundaria (33%), la segunda es Primaria (22%) y la tercera Bachillerato. Entre los turistas de nocturno, la mayoría ha completado también la Secundaria (29%), con Grado/Licencia en segundo lugar. Los estudios de Master o Doctorado no están representados entre los turistas de fiesta, probablemente también debido a la edad (el 65% de los encuestados tienen entre 20 y 30 años). En el segmento de turistas deportivos, el 37% de los encuestados tiene Bachillerato, el 25% Primaria y el 19% Secundaria. También son el segmento con más Estudios de Master/Doctorado con un 12%. El bachillerato es también el grado más alto para la mayoría de los turistas de naturaleza. En segundo lugar están Secundaria (29%) y Primaria (16%). Entre los turistas culturales, Secundaria es la titulación más alta para la mayoría, seguida de Bachillerato (32%) y Primaria (14%).

	Sin estudios	Primaria	Secundaria	Bachillerato	Grado/Licenciatura	Estudios de Master/Doctorado	NA
Turista de Sol y Playa	2%	22%	33%	20%	18%	2%	3%
Turista nocturno	6%	18%	29%	18%	24%	0%	6%
Turista deportivo	2%	25%	19%	37%	4%	12%	2%

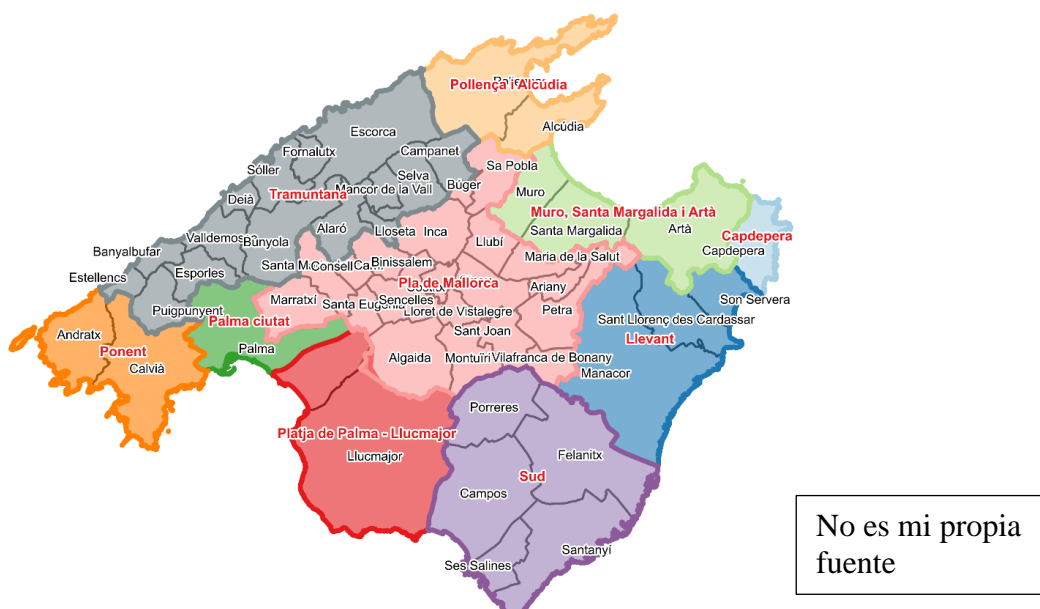
[Hier eingeben]

Turista de naturaleza	0%	16%	29%	33%	13%	8%	1%
Turista cultural	2%	14%	35%	32%	10%	3%	4%

7.3 Características de la estancia

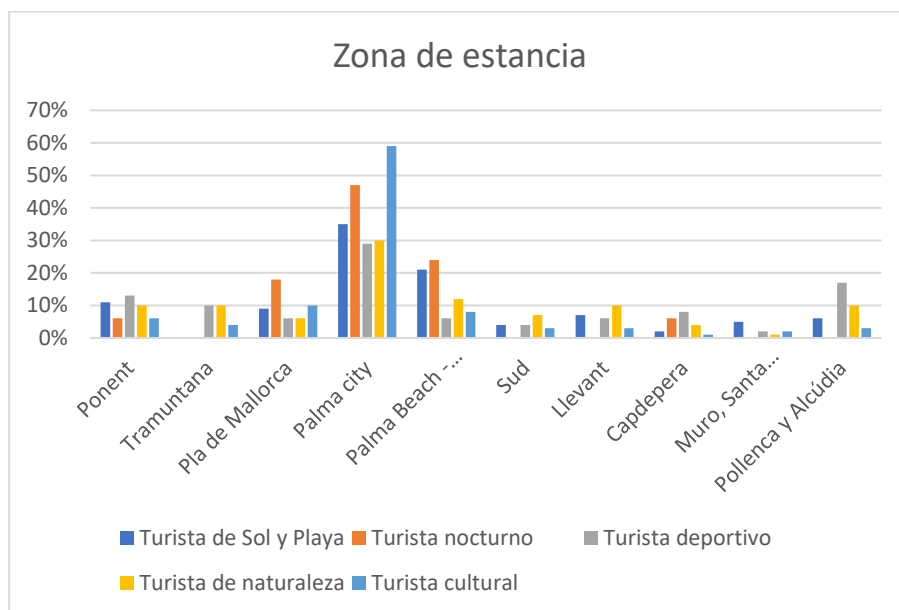
Zona de estancia

Para conocer la zona en la que se encontraban los encuestados en Mallorca, se les mostró el siguiente mapa, a través del cual podían indicar su zona.



En todos los casos, la mayoría de todos los segmentos se encontraban en la ciudad de Palma: turistas de sol y playa (35%), turistas nocturnos (47%), turistas deportivos (29%), turistas de naturaleza (30%) y turistas culturales (59%). La siguiente más popular fue la Playa de Palma – Lluçmajor. Aquí había un 21% de turistas de sol y playa, un 24% de turistas nocturnos, un 6% de turistas deportivos, un 12% de turistas de naturaleza y un 8% de turistas culturales. Así que hay una fuerte concentración de turistas en la zona de Palma y la Playa de Palma. Se observa que los turistas deportivos, de sol y playa y de naturaleza están más repartidos por la isla que otros segmentos turísticos, como los turistas culturales o los nocturnos.

[Hier eingeben]



Número de noches

El número de noches se dividió en las categorías de escapadas de corta duración (estancias de hasta 5 noches) y escapadas de larga duración (más de 5 noches). Es interesante observar que, salvo los turistas deportivos, la mayoría estaba en la isla para una estancia corta. Entre los turistas de naturaleza, la proporción es muy equilibrada, con un 50,4% de ruptura a corto plazo y un 49,6% de ruptura a largo plazo.

	escapadas de corta duración (hasta 5 noches)	escapadas de larga duración (más de 5 noches)
Turista de Sol y Playa	57%	43%
Turista nocturno	71%	29%
Turista deportivo	35%	65%
Turista de naturaleza	50,4%	49,6%
Turista cultural	66%	34%

Tipo de alojamiento

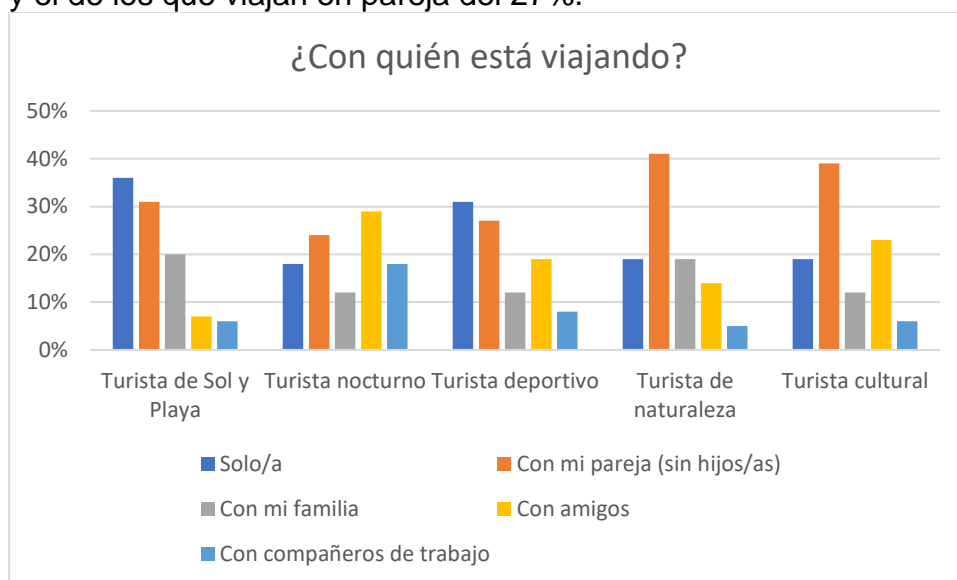
El hotel clásico fue el tipo de alojamiento más popular en todos los segmentos. En general, el 45% de los turistas de sol y playa, el 59% de los turistas nocturnos, el 42% de los turistas deportivos, el 52% de los turistas de naturaleza y el 49% de los turistas culturales se alojaron en un hotel. El alojamiento con amigos o familiares ocupa el segundo lugar en todos los segmentos. Los turistas son los que menos alquilan una casa de vacaciones (sólo el 7% de todos los segmentos).

[Hier eingeben]

	Hotel	Casa de alquiler turístico	Apartamento turístico	Agroturismo	En casa de familia/amigos	Alojamiento de turismo rural	Otro
Turista de Sol y Playa	45%	1%	12%	0%	35%	0%	7%
Turista nocturno	59%	0%	6%	0%	18%	0%	18%
Turista deportivo	42%	0%	21%	0%	25%	4%	8%
Turista de naturaleza	52%	3%	14%	1%	17%	3%	10%
Turista cultural	49%	3%	12%	1%	23%	1%	12%

Con quién está viajando

Entre los turistas de sol y playa, la mayoría viajó sola (36%) o con su pareja (31%). La mayoría de los turistas de fiesta viajaron con amigos (29%) o con su pareja (24%). Entre los turistas culturales, la mayor frecuencia se da también entre los viajeros con pareja (39%) o con amigos (23%). Los encuestados del segmento de turismo de naturaleza viajaron primero con su pareja (41%). En segundo lugar, viajaron con su familia (19%) o solos (19%). Lo mismo ocurre con los turistas deportivos, donde el número de personas que viajan solas es del 27% y el de los que viajan en pareja del 27%.



Forma de organizar el viaje

En todos los segmentos, más del 70% de los encuestados organizó su viaje por sí mismo a través de Internet, correo o teléfono. Sólo unos pocos reservaron a través de un operador turístico o una agencia de viajes.

[Hier eingeben]

	Mediante touroperadores	Mediante agencia de viajes	Lo he organizado yo (vía web, mail, telf....)	NA
Turista de Sol y Playa	10%	4%	77%	9%
Turista nocturno	6%	0%	76%	18%
Turista deportivo	4%	4%	75%	17%
Turista de naturaleza	6%	8%	74%	12%
Turista cultural	4%	6%	79%	10%

7.4. Normas personales relativas al consumo de agua

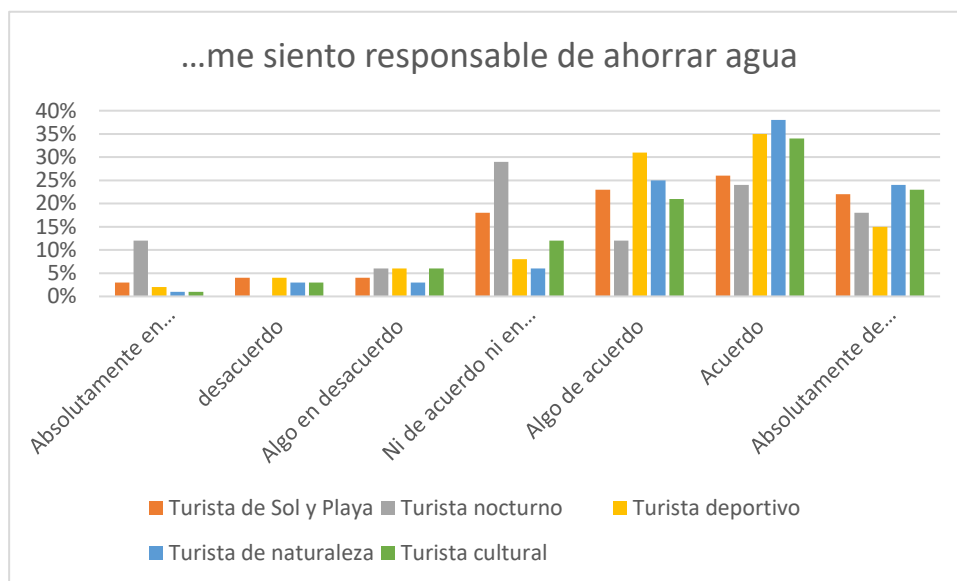
Para conocer las normas de los turistas sobre el ahorro de agua, se les plantearon cuatro subpreguntas. La primera pregunta se refería a si el encuestado se sentía responsable de ahorrar agua durante su estancia en Mallorca. Había que elegir entre absolutamente de acuerdo y absolutamente en desacuerdo.

En primer lugar, se puede ver que la mayoría de todos los segmentos están en el rango afirmativo. Entre los turistas nocturnos el 12% votó absolutamente en desacuerdo, entre los turistas de sol y playa es el 3%. Los turistas de naturaleza y los turistas deportivos, en particular, se sitúan fuertemente en la franja afirmativa. Entre los turistas de naturaleza, el 25% votó con algo de acuerdo, el 38% con acuerdo y el 24% con absolutamente de acuerdo. En el segmento de los turistas deportivos, el 31% votó algo de acuerdo, el 35% con acuerdo y el 15% con absolutamente de acuerdo. La mayoría de los turistas culturales también votaron por el acuerdo con un 34% y absolutamente de acuerdo con un 23%. Llama la atención que la mayoría de los turistas de noche voten que no les importa (ni de acuerdo ni en desacuerdo 29%). Sólo en segundo lugar está el acuerdo, con un 24%. Entre los turistas de sol y playa, la mayoría también está de acuerdo, pero las opiniones están más repartidas en comparación con los turistas de naturaleza. Aquí, el 18% votó con ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 23% con algo de acuerdo, el 26% con acuerdo y el 22% con absolutamente de acuerdo.

[Hier eingeben]

La segunda subpregunta preguntaba si el encuestado se siente culpable si no ahorra agua durante su estancia en Mallorca.

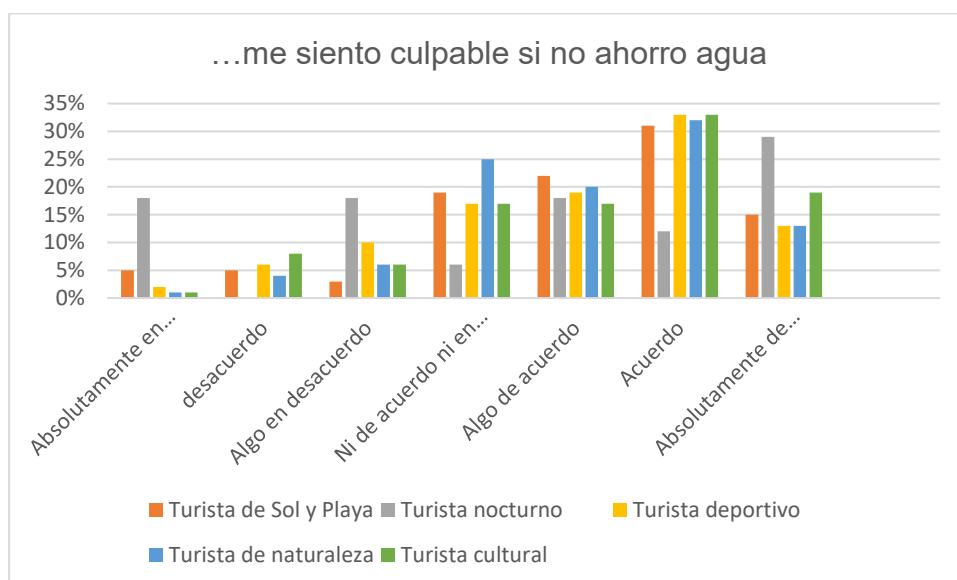
Al igual que en la primera pregunta, la mayoría de los encuestados está de acuerdo con la pregunta, pero en comparación es menor. Es especialmente llamativo que el 18% de los turistas nocturnos haya votado absolutamente en desacuerdo y el 29% haya votado absolutamente de acuerdo. Los extremos divergen mucho en este segmento.



La segunda subpregunta preguntaba si el encuestado se siente culpable si no ahorra agua durante su estancia en Mallorca.

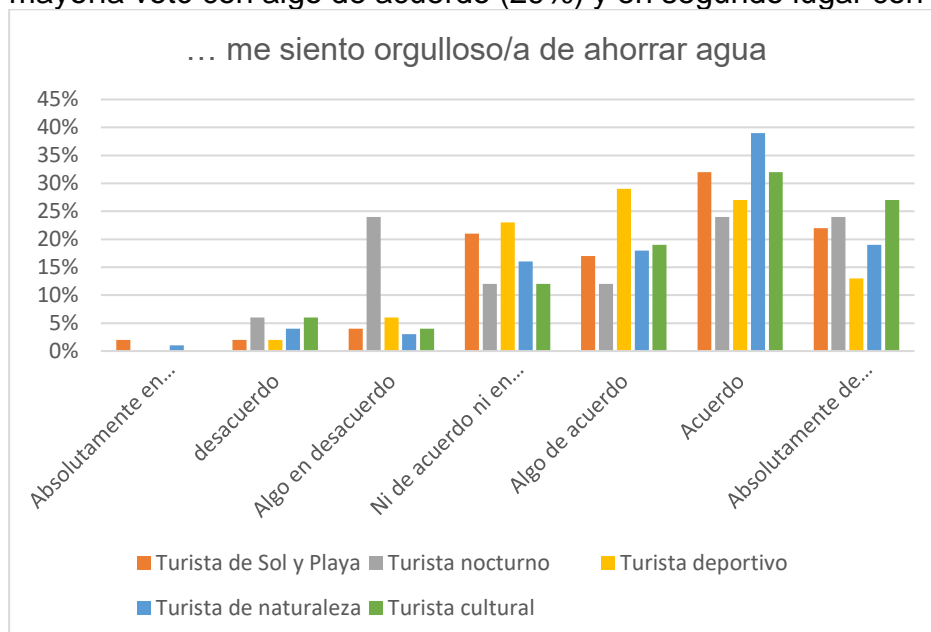
Al igual que en la primera pregunta, la mayoría de los encuestados está de acuerdo con la pregunta, pero en comparación es menor. Es especialmente llamativo que el 18% de los turistas nocturnos haya votado absolutamente en desacuerdo y el 29% haya votado absolutamente de acuerdo. Los extremos divergen mucho en este segmento.

[Hier eingeben]



La siguiente pregunta se refería a si el encuestado se siente orgulloso cuando ahorra agua durante sus vacaciones en Mallorca.

En comparación con la pregunta anterior, el acuerdo aquí es de nuevo más fuerte. En casi todos los segmentos, la mayoría votó con acuerdo y en segundo lugar con absolutamente de acuerdo, excepto en el de turistas deportivos, donde la mayoría votó con algo de acuerdo (29%) y en segundo lugar con acuerdo (27%).

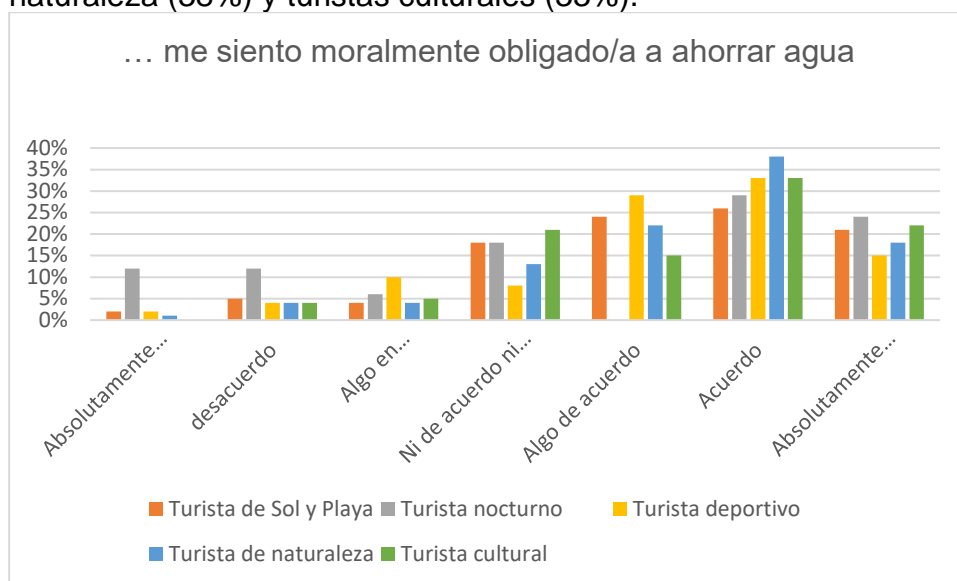


La última pregunta de las normas se refería a si la persona se sentía moralmente obligada a ahorrar agua durante su estancia en Mallorca.

También en este caso, la mayoría fue afirmativa. Los turistas de noc-turno fueron una excepción. Aquí, el 12% votó absolutamente en desacuerdo y otro 12% votó

[Hier eingeben]

en desacuerdo. Por otro lado, el 29% de los turistas nocturnos votó con acuerdo y el 24% con absolutamente de acuerdo. Estos extremos pueden deberse a que se trata de un grupo relativamente pequeño en comparación con los demás segmentos. La mayoría de todos los segmentos votó con acuerdo (turistas de sol y playa (26%), turistas nocturnos (29%), turistas deportivos (33%), turistas de naturaleza (38%) y turistas culturales (33%).



Si se observan las cuatro estadísticas, se puede concluir que la mayoría de los turistas son conscientes del problema de la escasez de agua en Mallorca y, por tanto, ahorran agua durante sus vacaciones. Sin embargo, también hay que tener en cuenta el fenómeno de la deseabilidad social. La deseabilidad social se define como "la tendencia de los individuos a negar acciones y comportamientos socialmente indeseables y a admitir los socialmente deseables". El sesgo de deseabilidad social es la tendencia de los individuos a subestimar (sobreestimar) la probabilidad de que realicen una acción indeseable (deseable)". (Chung & Monroe 2003). Por lo tanto, en el caso del estudio, hay que considerar que algunos de los encuestados se presentan mejor para adaptarse a las expectativas existentes en las sociedades y, posiblemente, para no tener ellos mismos mala conciencia.

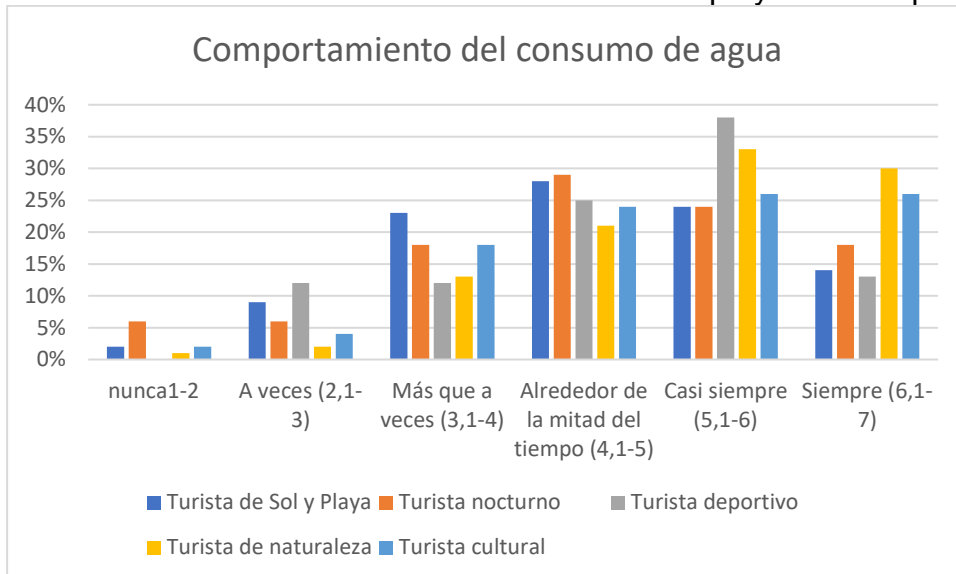
Sin embargo, llama la atención que los turistas nocturnos fueran el segmento con los extremos más fuertes en las preguntas sobre normas personales. Una de las posibles razones por las que es tan extremo es el tamaño del grupo, que es muy pequeño con 17 personas. Por otro lado, es interesante que se encuentre más en el rango negativo en comparación con los otros segmentos. Una posible teoría es que una parte del segmento no se preocupa por cuestiones como la escasez de agua o el cambio climático porque están de vacaciones y quieren despreocuparse mientras están de fiesta.

[Hier eingeben]

7.5. Hábitos de consumo de agua

En la siguiente parte, se plantearon cinco preguntas a los turistas sobre su comportamiento de consumo de agua durante sus vacaciones. Se les preguntó con qué frecuencia el encuestado cerraba el grifo cuando se enjabonaba en la ducha, se lavaba las manos o se cepillaba los dientes. Las otras dos incluían la pregunta de si la toalla se utilizaba varias veces como se pedía y si se utilizaba el pequeño botón de descarga del inodoro. Las opciones de respuesta variaban entre nunca = 1 y siempre = 7. Se tomó la media de las cinco preguntas y así se creó una nueva variable.

Los resultados muestran que la mayoría prestó atención al consumo de agua durante su estancia. Nunca fue contestado por el 2% de los turistas de sol y playa, el 6% de los turistas nocturno, ningún turista deportivo, el 1% de los turistas de naturaleza y el 2% de los turistas culturales. En el rango de a veces están el 9% de los turistas de sol y playa, el 6% de los turistas nocturnos, el 12% de los turistas deportivos y el 4% de los turistas culturales. La rúbrica más que a veces podría ser acordada por el 23% de los turistas de sol y playa, el 18% de los turistas nocturnos, el 12% de los turistas deportivos, el 13% de los turistas de naturaleza y el 18% de los turistas culturales. La mayoría de los turistas están entre alrededor de la mitad del tiempo y casi siempre.



	Turista de Sol y Playa	Turista nocturno	Turista deportivo	Turista de naturaleza	Turista cultural
Nunca 1-2	2%	6%	0%	1%	2%
A veces (2,1-3)	9%	6%	12%	2%	4%

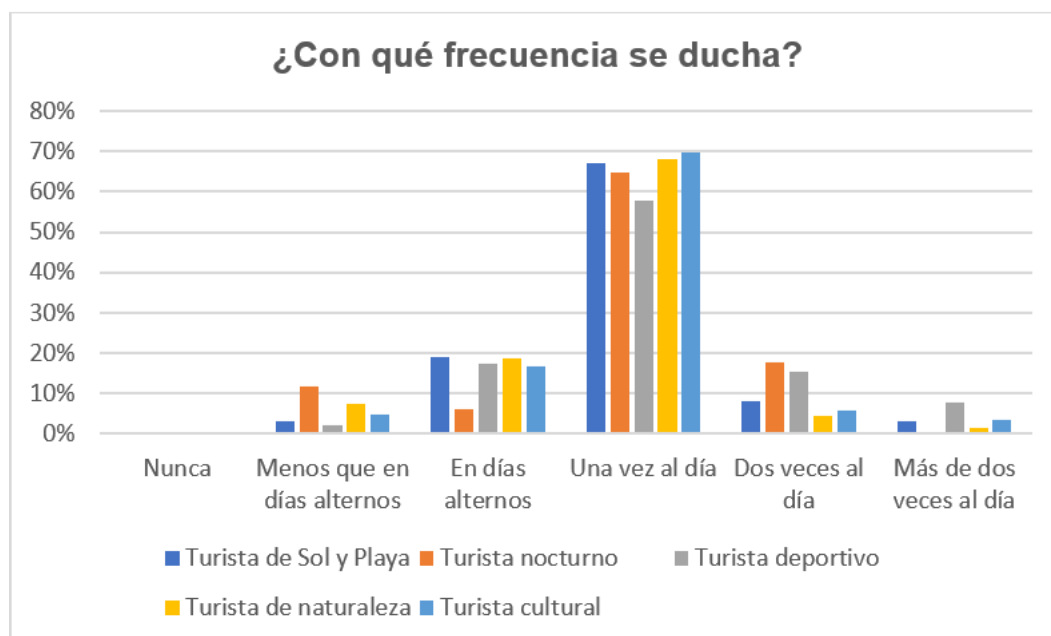
[Hier eingeben]

Más que a veces (3,1-4)	23%	18%	12%	13%	18%
Alrededor de la mitad del tiempo (4,1-5)	28%	29%	25%	21%	24%
Casi siempre (5,1-6)	24%	24%	38%	33%	26%
Siempre (6,1-7)	14%	18%	13%	30%	26%

Las posibles razones por las que las personas no cierran el grifo es si, por ejemplo, tienen el pelo muy corto y, por tanto, no necesitan mucho tiempo para apisonarse.

Frecuencia se ducha

La mayoría de los segmentos turísticos se duchaban una vez al día. En segundo lugar está ducharse cada dos días. Sólo unos pocos encuestados dijeron que se duchaban más de dos veces al día.

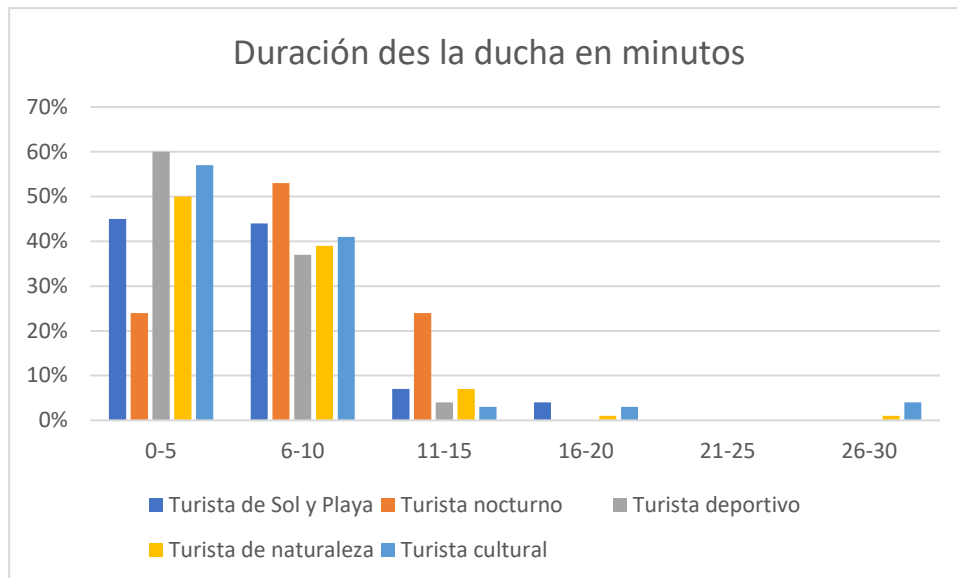


Duración de la ducha en minutos

El siguiente gráfico muestra que la ducha duró entre 0 y 10 minutos para todos los segmentos turísticos. Llama la atención que los turistas de nocturno

[Hier eingeben]

prefieran tomar duchas más largas. En la categoría de 0 a 5 minutos, la cifra es sólo del 24%, relativamente baja en comparación con los demás segmentos. Por el contrario, muy pocos turistas de los demás segmentos se duchan entre 11 y 15 minutos, excepto los turistas nocturnos, cuya cifra es del 24%. Sólo hay unos pocos casos que se duchan hasta 30 minutos, pero la mayoría se limita a un máximo de 10 minutos.



Frecuencia se toma un baño en la bañera

Cuando se les preguntó con qué frecuencia se bañaban los encuestados durante su estancia, la clara mayoría respondió que nunca para todos. Alrededor de una cuarta parte dijo que no tenía bañera en su habitación. El 8% de los turistas de sol y playa dijo haberse bañado menos de un día sí y otro no, y el 6% de los turistas de naturaleza y culturales. El 12% de los turistas nocturnos, el 6% de los turistas culturales y el 4% de los turistas deportivos se bañan una vez al día. Se trata de personas solas, la mayoría de los turistas no utilizaron la bañera o no tenían una en su alojamiento.

[Hier eingeben]

	Turista de Sol y Playa	Turista nocturno	Turista deportivo	Turista de naturaleza	Turista cultural
Nunca	58%	65%	62%	57%	57%
Menos que días alternos	8%	0%	2%	6%	6%
Días alternos	2%	0%	6%	4%	3%
Una vez al día	2%	12%	4%	1%	6%
Más de dos veces al día	1%	0%	4%	1%	1%
NA	29%	24%	23%	32%	27%

Siguiendo con la pregunta anterior, se pidió a los turistas que dijeran lo llena que estaba la bañera antes de meterse en ella. Una vez más, la mayoría dijo que no tenía o no había utilizado una bañera.

	Turista de Sol y Playa	Turista nocturno	Turista deportivo	Turista de naturaleza	Turista cultural
Menos de la mitad	9%	6%	8%	12%	10%
La mitad	7%	6%	8%	13%	6%
Más de la mitad	14%	12%	4%	8%	10%
Casi llena	10%	18%	0%	5%	3%
NA	60%	59%	81%	61%	71%

8. Conclusión

The study shows that the majority of tourists in the respective segments are aware of the water issue on Mallorca. In the case of personal norms, the clear majority was always in the affirmative range. Even if one has to include social desirability, it can be said that the majority in all segments are inclined to save money during their stay on Mallorca.

[Hier eingeben]

However, one segment that stood out were the party tourists. As mentioned above, the extremes of disapproval and approval may be due to the low number of groups. If the study had been conducted in the summer, a larger group of party tourists would have been reached and thus perhaps more differentiated answers.

With regard to the questions about norms, it is also interesting to observe that for the questions about whether one feels responsible, proud or morally obliged to do so, the agreement was very strong. However, when asked if the person feels guilty if they do not do so, there was a lot of drop-off in strong agreement. This is also due to social desirability.

The individual questions about water consumption showed that most tourists make sure to turn off the tap or take other measures to save water. Furthermore, it became clear that most tourists on Mallorca take a shower once a day, which takes up to 10 minutes. Only a minority of the respondents took a bath, most of them either did not have a bathtub in their accommodation or did not use it. In summary, there were no major differences in the tourist segments that spent their holidays in Mallorca during the months of November and December. Except for the party tourists, who had a strong diversity within the segment with regard to the norms on the subject of water saving. It is conceivable, however, that when the study is conducted in summer during the high season, the results will be quite different from those during the low season.

[Hier eingeben]

Bibliografía

1. Chung, J, & Monroe G.S (2003). Exploring Social Desirability Bias Journal of Business Ethics, vol. 44: 291–302
2. Deyà Tortella B., Tirado D. (2011). Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca.