



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE
MAESTRIA EN GESTION SUSTENTABLE DEL TURISMO

**La influencia de los valores de la sostenibilidad y comportamientos
ambientales del viajero sobre la elección de servicios de
hospitalidad con carácter sostenible**

TESIS

Que para optar por el título de Maestro en Gestión
Sustentable del Turismo

P R E S E N T A:

Lic. Anastacio Gustavo Fernández Rodríguez

Comité Revisor de Tesis

Dr. Alejandro Alvarado Herrera
Director

Dr. Alfonso González Damián.

Asesor

Dr. Alejandro Palafox Muñoz

Asesor

Dra. María Walesska Schlesinger Díaz

Asesor

Dra. Judith Cavazos Arroyo

Asesor

Cozumel Quintana Roo, 10 de Agosto de 2015

Agradecimientos

Agradezco la participación de todas las personas que permitieron la realización de este material académico, para ellos mi admiración por la dedicación y el apoyo brindado que fue demostrado durante todo el proceso de mi formación en el programa de Maestría en Gestión Sustentable del Turismo en la Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Cozumel. En primer lugar, quiero agradecer al Dr. Alejandro Alvarado Herrera por haber dirigido esta tesis y por haberme demostrado la exigencia que demanda esta formación como investigador, así como la importancia de la calidad en cada trabajo realizado. Del mismo modo, quiero agradecer a los docentes del programa de calidad de esta misma institución: al Dr. Alejandro Alvarado Herrera, Dr. Alejandro Palafox Muñoz, el Dr. Alfonso González Damián, Dr. Luis Manuel Mejía-Ortiz, Dr. Alejandro Collantes Chávez-Costa por permitirme la oportunidad de cursar este grado académico. Por otra parte, quisiera agradecer al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por el apoyo brindado para poder cursar esta etapa académica.

En segundo lugar, el agradecimiento profundo y sincero hacia mis padres Diana Rodríguez Álvarez, quién siempre me impulsó y me dio un ejemplo de vida para conseguir mis objetivos, Gustavo Fernández Baez, mi padre que no dudó de mí para conseguir este logro, me brindó toda su confianza y siempre me apoyó para cualquier decisión que tomara, a mi hermana Diana Fernández Rodríguez, quien me otorgó toda su confianza y apoyo incondicional.

Quiero agradecer a Mirna Yasmin Pacheco Cocom por todo el soporte que nos hemos brindado como pareja y el entendimiento mutuo de nuestra formación académica. Asimismo, le agradezco por haber cuidado durante nueve meses a Nathan Gustavo quién es el regalo más grande que he recibido y sin duda será la persona que nos motive a seguir consiguiendo más logros.

*A mis padres: Diana, Gustavo, y a mi hermana Diana.
A mi familia, Yasmin y mi hijo Nathan*

Índice

Agradecimientos.....	i
Índice	v
Lista de tablas	xi
Lista de figuras	xiv
Capítulo 0. Introducción.....	18
0.1. Planteamiento del problema.....	19
0.2. Justificación	20
0.3. Pregunta de investigación	22
0.4. Objetivo general.....	22
0.5. Objetivos específicos	22
0.6. Hipótesis	22
0.7. Metodología.....	23
0.8. Contribuciones esperadas	25
Capítulo 1. Marco teórico.....	27
1.1. Turismo y sostenibilidad.....	28
1.1.1. Tipos de turismo	33
1.1.2. Turismo alternativo	35
1.1.3. Ecoturismo	37
1.2. Viajeros y su tipificación	43
1.2.1. Viajeros con características sostenibles: Eco-viajeros.....	45
1.3. Valores del individuo.....	47
1.3.1. Valores sostenibles.....	51
1.3.1.1. Estudios empíricos acerca de los valores sostenibles de los viajeros	53
1.4. Comportamiento ambiental.....	55
1.5. Elección del viajero sobre los servicios de hospitalidad.....	62
1.5.1. Prácticas de carácter sostenible de los servicios de alojamiento	66
1.5.2. Estudios empíricos acerca de las estrategias de competitividad de acuerdo con la implementación de operaciones sostenibles.....	70
1.6. Planteamiento de las hipótesis y desarrollo del modelo hipotético	74
1.6.1. Hipótesis 1. Los valores sostenibles del viajero y su relación con la elección del servicio de pernocta.....	74

1.6.2. Hipótesis 2. Los valores de la sustentabilidad y el comportamiento ambiental del viajero.....	75
1.6.3. El comportamiento ambientalista de los viajeros y la relación existente con su elección de pernocta	76
1.6.4. Modelo hipotético	76
Capítulo 2. Metodología.....	79
2.1. Diseño de la investigación.....	80
2.2. Procedimiento de la metodología	81
2.3. Contexto del área de estudio	85
2.3.1. Información general de los destinos: Hopkins, Dangriga, Isla de Flores, Tulum y Bacalar.....	85
2.4. Determinación de la muestra	100
2.4.1. Formato de respuesta.....	103
2.4.2. Escalas de medición	104
2.4.3. Validación de la traducción.....	105
2.4.4. Recolección de la información y trabajo de campo	105
2.5. Codificación de la información	106
Capítulo 3. Análisis y discusión de los resultados.....	108
3.1. Resultados descriptivos: datos sociodemográficos	109
3.2. Análisis de la contrastación del modelo hipotético	119
3.2.1. Validez convergente y discriminante: Análisis Factoriales Confirmatorios	119
3.2.2. Sistema de Ecuaciones Estructurales y contrastación de las hipótesis.....	127
Conclusiones	132
Limitaciones y futuras líneas de investigación.....	138
Referencias	142
Anexos	157

Lista de tablas

Capítulo 1.

Tabla 1.1. Motivaciones de los viajeros para viajar	36
Tabla 1.2. Estudios en ecoturismo.....	38
Tabla 1.3. Definiciones acerca de qué son los viajeros	43
Tabla 1.4. Valores sostenibles	51
Tabla 1.5. Investigaciones de los valores sostenibles.....	54
Tabla 1.6. Investigaciones realizadas en materia de turismo desde el enfoque de competitividad y posicionamiento	71

Capítulo 2.

Tabla 2.1. Destinos turísticos garígunas.....	89
Tabla 2.2. Revisión y validez de las escalas utilizadas en el estudio	104

Capítulo 3.

Tabla 3.1. Resultados sociodemográficos	110
Tabla 3.2. Resultados descriptivos: Dangriga, Belice	112
Tabla 3.3. Resultados descriptivos: Hopkins, Belice	114
Tabla 3.4. Resultados descriptivos: Isla de Flores, Guatemala	116
Tabla 3.5. Resultados descriptivos: Bacalar, México.....	117
Tabla 3.6. Resultados descriptivos: Tulum, México	119
Tabla 3.7. AFC de primer orden, resultados y mediciones del modelo psicométrico	120
Tabla 3.8. Validez discriminante, AVE, corr^2 e intervalo de confianza.....	121
Tabla 3.9. AFC de primer orden, resultados y mediciones del modelo psicométrico.....	123
Tabla 3.10. Validez discriminante, AVE, corr^2 e intervalos de confianza	124
Tabla 3.11. AFC de segundo orden, resultados y mediciones del modelo psicométrico ...	125
Tabla 3.12. Validez discriminante, AVE, corr^2 e intervalos de confianza	126
Tabla 3.13. Resultados y comprobación de las hipótesis	128

Lista de figuras

Capítulo 1.

Figura 1.1. Tipos de turismo en función del lugar de residencia de los turistas.....	33
Figura 1.2. Modelos analíticos acerca del estudio del comportamiento ambiental en función de los valores	57
Figura 1.3. Entorno de los operadores turísticos	67

Capítulo 2.

Figura 2.1. Procedimiento de la investigación	84
Figura 2.2. Mapa de la expansión de la cultura garífuna	86
Figura 2.3. Imágenes de la comunidad Dangriga, Belice	88
Figura 2.4. Calle principal de la comunidad de Hopkins, Belice	91
Figura 2.5. Participante del estudio en la línea costera de Hopkins, Belice	91
Figura 2.6. Ubicación geográfica de Isla de Flores, Petén, Guatemala.	93
Figura 2.7. Entrada principal: conexión de Isla de Flores con Santa Elena	94
Figura 2.8. Isla de Flores y el lago de Petén Itzá.....	94
Figura 2.9. Servicios turísticos de Isla de Flores	95
Figura 2.10. Hotel Casona de la Isla, Isla de Flores, Guatemala.....	96
Figura 2.11. Ubicación geográfica de Tulum y Bacalar, Quintana Roo, México	98
Figura 2.12. Delimitación de la muestra.....	100

Capítulo 3.

Figura 3.1. Nuevo modelo hipotético	127
---	-----

Capítulo 0. Introducción

0.1. Planteamiento del problema

La degradación del medio ambiente (Latif et al., 2012), como consecuencia de las actividades antropogénicas ha generado un agotamiento de los recursos naturales, así como la contaminación y aumento de gases de efecto invernadero (Kaiser et al., 1999). Ante esta problemática ambiental, la creciente industria turística ha contribuido al deterioro del entorno ambiental (Ho et al., 2012). Por ejemplo: la composición de los materiales que se utilizan para las amenidades en los cuartos, la calefacción de las albercas de los servicios hoteleros, el uso de la electricidad (Millar, 2008), la calidad del agua, el consumo excesivo de insumos procesados, uso de energía no renovable, la elección de medios de transporte (Nordlund y Garvill, 2002) y generación de basura sin un proceso de reciclaje (De Young, 1986).

En respuesta ante estos impactos negativos del turismo, los empresarios hoteleros han optado por tomar decisiones respecto a la responsabilidad social desde una perspectiva sostenible, con la finalidad de convertir esta problemática en una estrategia de gestión competitiva de posicionamiento sólido en el mercado (Myung et al., 2012; Dolnicar, 2004; Hernández, 2012). Es evidente entonces, que la iniciativa por parte de los corporativos hoteleros hacia una inversión de prácticas sostenibles y de mejorar su imagen corporativa (Prud'homme & Raymond, 2013), resulta ser una opción para la apertura de una tendencia turística en el presente, donde no sólo las empresas de alojamiento se benefician, sino también las comunidades en las que operan de manera indirecta (Budeanu, 2007). Así como satisfacer las necesidades emocionales de sus consumidores respecto a los motivos de su elección (Lam y Hsu, 2006; Ho et al., 2012; Budeanu, 2007; Bilsky y Schwartz, 1994; Mehmetoglu et al., 2010) de acuerdo con las orientaciones biosféricas (Schultz y Zelesny, 1999). De igual manera, estos motivos se relacionan con los valores y comportamientos ambientalistas del individuo. Visto a estos valores como representaciones cognitivas de la persona (Bilsky & Schwartz, 1994; Karp, 1996), o bien motivaciones que lo inducen a comportarse de una manera específica con su entorno y cómo estos valores han ido visualizando el futuro del viajero (Asamblea general, 2000; Bilsky y Schwartz, 1994; Shepherd et al. 2009; Schwartz y Rubel-Lifschitz, 2009).

Respecto a la problemática planteada, referida al impacto negativo de la industria hotelera y la gestión de las prácticas responsables en materia de medio ambiente, podría estudiarse en función de la influencia de los valores y comportamientos asociados con la sustentabilidad que toman los viajeros sobre su elección de alojamiento, es decir, como una fuente de información válida y confiable de su consumidor, o bien como un dato fiable para la inversión sobre prácticas sostenibles por parte de los empresarios de la industria turística. En ese mismo sentido, un estudio elaborado por Sirakaya, Baloglu y Mercado en 2013 demuestra la relación positiva que existe entre los valores sostenibles y el comportamiento ambiental de los turistas, y a su vez la relación directa y positiva de estas dos variables sobre su elección de pernocta con características sostenibles (Hansla et al., 2009). En donde sugieren abordar una línea de investigación de su estudio en servicios de alojamiento y de restaurantes en diferentes contextos, regiones o países (Schwartz y Bardi, 2001).

Por otro lado, se hace énfasis en los pocos hallazgos que se han realizado de acuerdo con los valores sostenibles que presentan los viajeros sobre sus decisiones finales, como una fuente de motivación (Bilsky y Schwartz, 1994) para adquirir servicios turísticos de hospitalidad con características sostenibles. Por último, la documentación escasa de este tipo de estudios en la gestión del turismo y el desarrollo sostenible, ha sido un motivo para aportar nuevos conocimientos en estas áreas de estudio, desde la perspectiva de los valores sostenibles y el comportamiento ambiental de los viajeros, y cómo podría presentarse como una estrategia de marketing para las empresas prestadoras de servicios turísticos a través de los resultados positivos que pudieran hallarse.

0.2. Justificación

Una de las consecuencias ante la falta de información científica, es que los individuos y los viajeros poseen información casi obsoleta ante los problemas socio-ambientales y culturales, como un sistema complejo de entendimiento (Spash, 2002). Ante esta postura presentada por Spash, el estudio del turismo desde la perspectiva de valores sostenibles (Shepherd et al. 2009) y comportamientos ambientales en la elección de un servicio de alojamiento por parte del viajero resulta escasa. Cabe mencionar que se han realizado

estudios aplicados al sector hotelero (Kaiser et al., 1999; Ho et al., 2012; Millar, 2008; Nordlund y Garvill, 2002; Myung et al., 2012; Dolnicar, 2004; Prud'homme y Raymond, 2013; Lam y Hsu, 2006; Ho et al., 2012; Budeanu, 2007; Bilsky y Schwartz, 1994; Mehmetoglu et al., 2010; Spash, 2002), donde se mencionan las orientaciones ambientales (Schultz y Zelesny, 1999), los valores de los viajeros, las nuevas tendencias de la industria turística y las oportunidades de mercado del turismo como estrategias competitivas para mitigar sus impactos generados sobre el medio ambiente

La validación o refutación del modelo propuesto por Sirakaya et al. (2013) se presenta como una contribución a la investigación turística. No obstante, el estudio sólo se enfocará al sector de alojamiento debido a que la disposición económica (Hedlund, 2011) que poseen los viajeros resulta mayor respecto al consumo de alimentos y bebidas. Dicho lo anterior, se podría inferir que los precios de alojamiento son más representativos sobre la elección de los viajeros a comparación de los precios de restaurantes, respecto a sus valores y comportamientos (Leiserowitz, Kates y Parris, 2004).

Respecto al contexto analizado, se brinda una aportación ante la escasa investigación en los destinos centroamericanos, en cuanto a la gestión turística, comportamientos ambientalistas de los turistas, valores sostenibles de los viajeros, la elección del destino y de pernocta y finalmente del desarrollo sostenible. Siendo una oportunidad de brindar nuevos conocimientos acerca de un segmento de mercado que dice poseer características sostenibles respecto a sus valores y comportamientos ambientales, al momento de optar por un servicio de alojamiento con prácticas sostenibles. El estudio podría presentar una aportación teórica del concepto de sostenibilidad, el cual establece un aprovechamiento sostenible de los recursos (López, 2004) utilizados en el sector de servicios de alojamiento, así como brindar un bienestar social y ecológico hacia la comunidad receptora donde operan las organizaciones de servicios de pernocta, y finalmente visto como una oportunidad de inversión de las empresas hoteleras respecto a sus buenas prácticas sostenibles. Por lo tanto, se pretende conocer la motivación intrínseca de los viajeros, midiendo las influencias ejercidas entre sus valores asociados con la sostenibilidad sobre el comportamiento ambiental y de igual forma sobre su toma de decisión final acerca de los servicios turísticos de pernocta.

0.3. Pregunta de investigación

¿Cuál es la influencia que ejercen los valores sostenibles y comportamientos ambientales de los viajeros sobre su elección de un servicio de alojamiento de características sostenibles?

0.4. Objetivo general

Determinar las influencias de los valores sostenibles y los comportamientos ambientalistas de un viajero, en la elección de un servicio de alojamiento con prácticas sostenibles en Dangriga y Hopkins, Belice; Isla de Flores en Guatemala y por último Tulum y Bacalar, México.

0.5. Objetivos específicos

- Determinar la influencia de los valores sostenibles sobre la elección del servicio de alojamiento con prácticas sostenibles.
- Determinar la influencia de los valores de la sostenibilidad sobre el comportamiento ambientalista.
- Determinar la influencia del comportamiento ambientalista sobre la elección del viajero en cuanto al servicio de hospitalidad sostenible.
- Contrastar empíricamente el modelo propuesto por Sirakaya y colaboradores en un contexto cultural distinto al empleado en el estudio original y en el subsector de servicios de alojamiento.
- Establecer una comparación entre los diferentes contextos analizados sobre el estudio presentado por Sirakaya y copartícipes.

0.6. Hipótesis

Una hipótesis de trabajo es un enunciado que pretende explicar un fenómeno que se desea estudiar, dicho postulado debe construirse de acuerdo con un pleno conocimiento de la

problemática (Méndez, 1988) que se desee abordar, de igual forma un correcto control de la información en el marco teórico del trabajo. Lo que se pretende al elaborar una hipótesis de trabajo es: proporcionar una respuesta plausible del problema estudiado, para establecer relaciones, ya sean directamente positivas o negativas entre las variables a investigar. El caso del trabajo abordado es para validar o refutar externamente el modelo propuesto por Sirakaya et al. (2013) y construir una comparación entre cada destino propuesto, siendo estos últimos, destinos alternativos con características ecoturísticas que brindan servicios turísticos de alojamiento posiblemente con prácticas ecológicas en Tulum y Bacalar, México, en Dangriga y Hopkins, Belice e isla de Flores en Guatemala.

Las hipótesis que se desprendieron del estudio fueron las siguientes:

H₁: Los valores sostenibles influyen directa, positiva y significativamente sobre la elección del viajero al optar por un servicio de alojamiento con características sostenibles.

H₂: Los valores sostenibles influyen directa, positiva y significativamente sobre el comportamiento ambientalista.

H₃: El comportamiento ambientalista de los viajeros influye influyen directa, positiva y significativamente sobre su elección de un servicio de alojamiento con características sostenibles.

0.7. Metodología

El apartado metodológico se realizará de la siguiente manera: en primer lugar se analizará cada artículo a través de una revisión de la literatura de investigaciones seleccionadas y analizadas en base a su estudio. Respecto a dicha revisión, las investigaciones se analizarán de acuerdo con los temas correspondientes a los valores, el comportamiento del consumidor, las actitudes ambientalistas, sustentabilidad, valores sostenibles, medio ambiente, turismo sostenible, ecoturismo y marketing turístico. Por otro lado, la lectura de cada artículo y la recopilación de ideas principales que aportarán sustento al texto, se analizarán a través del programa Mendeley, siendo este último un material de apoyo para la investigación.

En segunda instancia, el procedimiento que se seguirá a lo largo del estudio, se abordará de la siguiente manera: se tomará una muestra representativa de los viajeros que visiten los destinos: Hopkins y Dangriga, Belice; Isla de Flores en Guatemala y finalmente Tulum y Bacalar, México. Sitios seleccionados de acuerdo con el marketing promocionado en los destinos turísticos centroamericanos como destinos alternativos de contacto con la naturaleza. Ciertamente, destinos con prácticas ecoturísticas como una de sus principales actividades y que probablemente podrían operar de manera sostenible y amigable con el medio ambiente. En estos destinos se aplicará el instrumento de investigación diseñado por el investigador.

En tercer lugar se seleccionarán las escalas con la cuales se trabajará, como apoyo al diseño del instrumento de investigación. Se utilizarán escalas de actitudes cuasi-métricas tipo Likert para poder poseer información numérica que pueda ser analizada cuantitativamente (Cortés, 2012) en el software utilizado: EQS por sus siglas en inglés. Cabe mencionar que las escalas a utilizar deberán estar estandarizadas, esto con la finalidad de no perder información valiosa. Por otro lado, se recopilará toda la información de las escalas medidas y sus cuestionarios respectivos, para depositar estos datos en el software que ayudará a la interpretación para un mejor entendimiento del problema, y a su vez se explicarán y contrastarán empíricamente las hipótesis planteadas.

Se aplicará un análisis factorial confirmatorio (AFC) así como un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) dónde a través de la medición de cada una de las variables del estudio, se contrastará cada una de las hipótesis descritas. Asimismo Sirakaya et al. (2013) sugieren replicar el estudio en diferentes contextos, y así establecer una comparación entre estos, y determinar si estos valores influyen directamente de manera positiva o viceversa. Lo anterior mencionado se llevará a cabo con la finalidad de aportar un conocimiento entre las diversas comparaciones entre los destinos analizados anteriormente mencionados y contrastar el modelo utilizado en la investigación (Sirakaya et al., 2013).

0.8. Contribuciones esperadas

Estas contribuciones estarán orientadas a los proyectos que se realicen a futuro en materia de gestión turística, únicamente acerca de los valores sostenibles y comportamientos ambientales del viajero, así como su influencia sobre la elección de pernocta del mismo, visualizado como una aportación académica de corte científico en el turismo. Por lo tanto, algunas de estas contribuciones son las siguientes:

- Se aportará conocimiento al estudio del turismo acerca de las influencias de los valores sostenibles y comportamientos ambientales de los viajeros en su elección de servicios de alojamiento con características sostenibles, como referencia para diversas aportaciones que se lleguen a realizar en un futuro.
- Se entenderán a los valores de la sostenibilidad (Shepherd et al. 2009) como una característica que poseen los viajeros y en qué medida influyen en su comportamiento.
- Se identificarán las acciones sociales de los turistas con el concepto de sustentabilidad de acuerdo con el comportamiento. Asimismo, identificar un segmento de mercado visto como una ventaja competitiva y de estrategias mercadológicas (Dolnicar, 2004) para las empresas turísticas de servicios de alojamiento que pretendan implantar operaciones sostenibles, en comunidades con prácticas ecoturísticas.
- Por último, se podrá medir la representatividad de estos valores y comportamientos de los viajeros en cada destino señalado, como referencia para futuras investigaciones con base en la elección del viajero al momento de demandar algún servicio turístico con características sostenibles.

Capítulo 1. Marco teórico

1.1. Turismo y sostenibilidad

El siguiente capítulo comprende el marco teórico de la investigación realizada en el periodo 2013-2015. Apartado que comprende los temas de turismo, sostenibilidad, tipos de turismo, viajeros con características sostenibles, ecoturismo, el estudio de los valores sostenibles y su reciente aparición en la investigación turística, el comportamiento ambiental, los servicios turísticos con características sostenibles y la toma de decisiones de los turistas en base a sus valores sostenibles y el comportamiento ambiental. Por último, se presentan las hipótesis planteadas y el modelo hipotético a contrastar.

El turismo de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo “es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentren fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

Ciertamente, un fenómeno existente “desde los orígenes del hombre” (Sancho, 2006: 11) con la finalidad de desplazarse de un lugar a otro, hacia otras regiones. Por otra parte, en la Edad media se concebía como un deseo de viajar de muchos exploradores, su objetivo era de hallar paraísos terrenales (Rubio, 2003). Para otros individuos existía una necesidad de pernoctar o adquirir un servicio de hospitalidad (Ascanio, 2010) y así lograr concretar un intercambio de mercancías. De este modo, el turismo comenzaba a ser visto como un fenómeno de carácter económico. Sin embargo, el turismo no sólo se ha estudiado desde ese enfoque, la sociología y su asociación con este término han ido analizando varios factores, tales como: el comportamiento de los viajeros y anfitriones, impactos sociales y ambientales, oferta y demanda turística, entre otros. Esto con el propósito de ampliar la definición del turismo, puntualizado desde la teoría general de los sistemas (Segrado, González, Arroyo y Palafox, 2010). Es decir, como un sistema complejo, apoyado de diversas disciplinas, las cuales incluyeran a todos los múltiples subsistemas (Álvarez, 2005; Osorio, 2007) y de esta forma estudiar por apartados los fenómenos del turismo: espaciales, sociales y económicos (Sanagustín, Moseñe y Gómez, 2011; Segrado, et al., 2010).

El estudio del turismo en busca de una definición para describir este fenómeno, aún sigue desarrollándose principalmente desde dos perspectivas: por un lado, los impactos negativos

que ha causado el turismo de masas, y por otro en busca de un equilibrio que traiga consigo beneficios para las comunidades donde operan diversas empresas de servicios turísticos (Ascanio, 2010). A partir de los hechos mencionados, en el siglo XX con la inclusión de los sistemas de información se comienzan a gestionar muchas de las operaciones en las empresas, concibiendo a este fenómeno de estudio como una manera de ocio comercializada (Korstanje, 2011), en donde se brindan servicios personalizados dentro de un sistema de precios (Francesch, 2004) dirigidos a los turistas que se desplazan fuera de su lugar de origen y deciden volver de forma voluntaria.

El turismo puede entenderse como un acto comunicativo entre el turista y el residente, donde se establecen relaciones interaccionales de trabajo y ocio (Osorio, 2007; Vásquez, 2010). De manera análoga, el turista realiza un intercambio económico mientras que el residente brinda un servicio a cambio de ese valor monetario. No obstante, referirse al aspecto económico del turismo no sólo se habla del uso monetario, sino también de los impactos sociales que genera esta actividad al implantarse en un espacio geográfico, a lo que De Almeida (2006) sostuvo que “el turismo es uno de los sectores más dinámicos de la estructuración espacial, una de las actividades que más ha estimulado la diversidad territorial, a través de la valorización y de la recreación que penetra en la región” (p.23) o bien la apropiación del espacio para el consumo turístico.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es oportuno remarcar que el turismo es un sistema profundamente complejo, por lo que definir cada uno de sus elementos resulta complicado. Baste como muestra, la inclusión del ocio sobre la definición del turismo, es considerado como un concepto bifurcado, ya que expresa o denota calma para desarrollar habilidades cognitivas, así como actividades de esparcimiento y descanso. Y por otra parte, es visto como una problemática de índole social y moral (Vásquez, 2010). Como consecuencia de esta denotación del ocio, existen grupos de interés o *stakeholders* que complementan la definición del turismo, como son las empresas, los turistas, los residentes, el medio ambiente, entre otras. Elementos que no pueden ser conceptualizados desde una simple teoría, lo cual sería un propósito anhelado (Molina, 1988). Por consiguiente, el estudio del turismo se ha apoyado de diversas disciplinas para generar mayor conocimiento

y entendimiento del mismo y así poseer “una mayor contribución a la comprensión del turismo como un sistema global” (Wallingre, 2011: 166).

La diversidad de modelos que explican los elementos del turismo como: el tiempo libre, los comportamientos de las empresas de servicios y turistas, los efectos políticos, impactos ambientales, por mencionar algunos, aún no ha sido esclarecida, ya que muchos detallan y desmenuzan sus elementos para explicar a esta industria turística (De Oliveira, 2007). Por tanto, el turismo es considerado como un fenómeno socio-cultural que depende de las estructuras económicas para lograr un desarrollo o mejoramiento de la corriente turística (Ramírez, 1981). No obstante, el turismo no puede ser visto como un producto, en el que intervienen servicios facilitadores e incentivadores (Francesch, 2004), sino que es necesario visualizarlo como una cohesión de factores que brinden un desplazamiento placentero dentro de un destino turístico seleccionado por los viajeros, es decir, conocer la demanda para cubrir y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Es evidente entonces que, el turismo no sólo debería de evocarse al estudio del ocio, la oferta y la demanda, los desplazamientos o incluso la publicidad de los destinos. La esencia de este fenómeno, debería estudiarse desde la motivación que dirige el desplazamiento de los viajeros, es decir, de donde surge la idea de planear un viaje basado en decisiones racionales (Mitchell, 1979) estudiado desde el sistema de valores que conforman al individuo (Schwartz, 1992) y los comportamientos que presentan, es decir, desde el componente cognitivo. Partiendo de esta concepción, el estudio del turismo tendría más capacidad explicativa y entendimiento estudiado como sistema complejo.

En un principio se comenzó generalizando algunos aspectos del turismo a partir de estudios cronológicos, y a falta de conocimiento y estudios empíricos en el pasado, fue en declive su seriedad como uno de los fenómenos con mayores impactos negativos en donde logra asentarse. Asimismo, el turismo ha creado una dependencia que con anterioridad no existía en los consumidores (Guzmán, Garduño y Zizumbo, 2009) aunado a esto los impactos ambientales causados por la industria turística, tales como: destrucción de ecosistemas y habitats, contaminación de recursos hídricos, acumulación de basura, consumo de energía y efectos de gases invernadero (Latif et al., 2012; Kaiser, Ranney, Hartig y Bowler, 1999;

Ho, Stein, Yoonjoung y Lee, 2012). Impactos que fueron quitándole credibilidad al concepto del turismo en lugar de considerarlo como una ciencia, que pudiera explicar su funcionalidad, sus movimientos en cada economía, su esencia como fenómeno predictor de estos movimientos alterotrópicos (Pedregal, 1995).

Para entender el estudio del turismo en conjunto con el desarrollo sostenible, es importante remarcar la definición de este concepto. Por tanto, se entiende como desarrollo sostenible “aquel que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Naciones Unidas, 1987). Concepto que ha causado controversia dentro de la actividad tan dinámica del turismo, sus efectos del mismo y su “falta de concreción” (Bringas y González, 2004: 557). Sin embargo, la sostenibilidad junto con el turismo han encarado retos bastante complejos como el disminuir el nivel de consumo de las turistas implementando políticas y medidas sostenibles en algunos servicios turísticos que tratan de atraer un mercado comprometido con el medio ambiente.

Hay que destacar, que para entender a estos fenómenos entre el turismo y la sustentabilidad, a partir de 1980 se comienzan a realizar estudios “acerca del comportamiento del viajero y los valores [con el uso del Modelo de Ecuaciones Estructurales] en el campo de la psicología, sociología las ciencias biológicas investigación en educación, ciencias políticas e investigación de mercados” (Golob, 2003:2). Por otra parte, con la teoría de los valores desarrollada por Schwartz (1992) continua esta línea de investigación a partir de elementos cognitivos del individuo. En particular, con el estudio de los valores culturales y desde la teoría de los valores (Schwartz, 1992; Bilsky y Schwartz, 1994; Karp, 1996; Schultz, Wesley y Zelezny, 1999; Asamblea general, 2000; Schwartz y Bardi, 2001; Schwartz y Rubel-Lifschitz, 2009; Shepherd, Kuskova y Patzelt, 2009; Sirakaya-Turk, Baloglu y Mercado, 2013). Entonces, a partir de esta perspectiva se podría estar aportando conocimiento objetivo para realizar análisis que refuercen la semántica del turismo y no ser visto como una actividad que genera regularmente pérdida (Pastor y Torres, 2010). Todo esto se menciona, para reforzar la problemática planteada en el capítulo cero, con la finalidad de comenzar una nueva línea de investigaciones turísticas abordada desde los valores del viajero y la relación de estos valores con la sustentabilidad. Partiendo que el

desarrollo sostenible deba ser visto como un sistema complejo que pueda adaptarse a las necesidades de las comunidades receptoras donde el turismo opere (Farrel, B. y Twining-Ward, 2005) estudiado a este último desde los valores sostenibles.

Cabe señalar que la industria turística como parte de un modelo económico de los países subdesarrollados (Palafox, 2013) se ha estudiado para entender la dependencia que presentan estos países con los organismos internacionales y los oligopolios de las empresas transnacionales. Así que, un ejemplo de estudio probable el turismo debe ser contextualizado y comprendido desde la vulnerabilidad de las empresas y de los individuos, encontrada en los comportamientos que reflejan cada uno de los valores adquiridos, y de esta forma mejorar las limitaciones metodológicas en el concepto del turismo (Molina, 1988) para entender y gestionar las políticas que rigen en cada nación. De esta forma, encontrar un modelo turístico adecuado para “representar el mundo real [de la actividad turística] con precisión” (De Oliveira, 2007). Y de esta forma dejar de ver al turismo como una actividad de desplazamiento y socio-económica (Ramírez, 1981) regida por una estructura institucional.

En resumen, el estudio de la sustentabilidad y el turismo se refieren principalmente al grado de cohesión, adaptación e innovación en la oferta y la demanda. No obstante, Alipour, Vaziri y Ligay (2011) argumentaron que el desarrollo sostenible “requiere prudencia y capacidad de adaptación” (p.36) ante una actividad tan dinámica como lo es el turismo. Esta adaptabilidad en el turismo se refiere a la volatilidad en el sector y las nuevas tendencias del mismo, generando nuevos programas dentro del sistema turístico. Tendencias que van ampliando la cosmovisión del individuo, ya no sólo en el enfoque económico, como uno de los indicadores más importantes del desarrollo sostenible (Leiserowitz, Kates & Parris, 2004) sino desde el enfoque social, convirtiéndose en uno de los conceptos más sobresalientes en los estudios, abarcando aspectos como: Las decisiones de los viajeros, los comportamientos ambientales tanto de los viajero como de los destinos receptores, satisfacción de los turistas (Chiu et al., 2014), la adaptación de modelos ecoturísticos (Youdelis, 2013) y la relación que guardan con el compromiso ambiental, estudiado desde los tipos de motivación que presenta el viajeros representado a través de sus valores que poseen (Shepherd et al, 2009; Sirakaya et al., 2013).

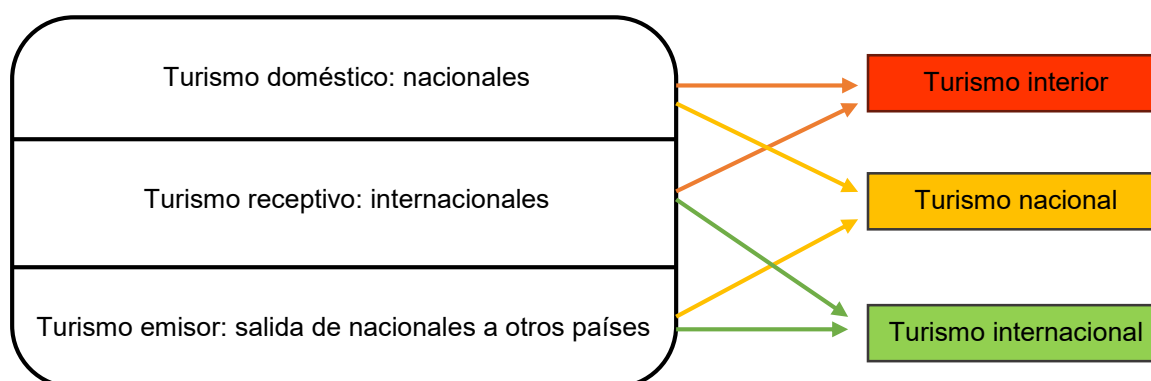
1.1.1. Tipos de turismo

Como se mencionó en el apartado anterior, el turismo es presentado como un sistema complejo, sin una definición totalizadora, por lo que es importante establecer un punto de partida, que sirva para establecer una definición de este fenómeno. Por consiguiente, la siguiente aportación parte del estudio de los valores y comportamientos ambientales de las unidades básicas del turismo, es decir, los viajeros (Sancho, 2006) en un acercamiento hacia la sustentabilidad el cual propone dar alternativas de gestión para los empresarios hoteleros. Aportación generada con la finalidad de mejorar el entendimiento de los consumidores desde un enfoque cuantitativo, a partir del enfoque cognitivo de los viajeros. Es decir, información válida para ser aprovechada por los inversionistas de las empresas de servicios turísticos de alojamiento.

Así pues, los viajeros son definidos como agentes de conocimiento (Rubio, 2003) que presentan un distanciamiento cultural (Guzmán et al., 2009) para sumergirse en otras culturas, y se trasladan fuera de su lugar de origen por un tiempo menor a un año. Por consiguiente, el turismo representa las actividades humanas y los fenómenos sociales (Francesch, 2004; Portillo, 2002) que crean estos agentes.

Los viajeros pueden realizar diversos tipos de turismo en función a su demanda de servicios. Así que, se puede hablar de turismo doméstico, emisor y receptivo (Ver Figura 1.1.).

Figura 1.1. Tipos de turismo en función del lugar de residencia de los turistas



Elaboración propia basado en Sancho, 2006.

El turismo a partir de la oferta turística, representa todos los servicios turísticos que se ofertan para cubrir las necesidades de la demanda, es decir, de acuerdo con Guzmán et al. (2009) sostuvo que es “la producción de bienes y servicios turísticos del mundo capitalista se consolida convirtiendo los espacios turísticos en nichos de mercado los cuales quedan determinados por la demanda de los consumidores” (p. 699). Dentro de los destinos donde se ofertan estos servicios turísticos se encuentran los destinos metropolitanos, los urbanos periféricos, los rurales periféricos y lo de ambiente natural (De Oliveira, 2007).

El turismo alternativo, señalado en el siguiente apartado, contiene diversas ramas del turismo, como son: el turismo rural, de aventura, cultural, social, recreativo, de salud y ético (Rubio, 2003; Zamorano, 2009). Se aborda como unos de los tipos de turismo más relevantes del estudio, junto con el ecoturismo. Es decir, destinos de contacto con la naturaleza donde se pudieran gestionar los recursos culturales y naturales (Monterroso y Zizumbo, 2009) para poder crear proyectos con una visión sostenible. Este tipo de turismo, y uno de sus elementos que se ajustan más al estudio: el ecoturismo, son el motivo o razón por la cual se seleccionaron los destinos analizados: en primer lugar los destinos de Tulum y Bacalar, México; seguidos de Dangriga y Hopkins, Belice e isla de Flores, Guatemala.

El ecoturismo al ser una clasificación del turismo alternativo representa un contacto con el entorno natural de los destinos turísticos. Principalmente, los viajeros adquieren servicios con características sostenibles y se comportan de forma amigable con el medio ambiente. Por lo cual, el turismo alternativo es el tipo de turismo que más se ajusta y más relevancia representa para cada uno de los destinos seleccionados. Es importante mencionar que estos destinos aún son manejados por empresas locales, en algunos casos, esto no quiere decir que no sean masificados, al contrario se han modificado los paisajes para fines turísticos en beneficio de los residentes y del turismo. Por lo tanto, comenzar a analizar las influencias que presentan los viajeros sobre la elección de hospedaje en estos destinos, desde este tipo de turismo podría generar o llevar a cabo planificaciones idóneas (Pedregal, 1995) para lograr un desarrollo y aprovechamiento sostenible.

1.1.2. Turismo alternativo

El turismo alternativo es percibido como las experiencias aún no concebidas por los turistas que buscan interactuar en un entorno diferente a su actividad rutinaria, también visualizado como un turismo que implica calidad (Zamorano, 2009) y busca entender a los paradigmas de la sustentabilidad. Dentro de estos paradigmas, los factores antrópicos o antropocéntricos son analizados como un pilar o base para comprender que son parte del sistema complejo del turismo y del desarrollo sostenible, ya que finalmente son los agentes que modifican los ecosistemas y se adaptan a diversos factores tanto regionales, culturales y naturales (Farrel y Twining-Ward, 2005). Un tipo de turismo al que Bringas y González (2004) denominaron “nuevas formas de hacer y pensar el turismo, desde las cuales se aprovechan los recursos culturales y naturales de manera sostenible” (p. 552).

Esta rama del turismo podría considerarse una de las más acercadas a generar más beneficios y aumentar la calidad de vida (Ascanio, 2010) en los destinos receptores que practican este tipo de turismo. Aunque, no siempre se plantean ventajas en su práctica, ya que en algunas ocasiones los problemas de pobreza y repartición inequitativa de los beneficios como consecuencia del mismo, terminan en la acumulación de riqueza (Zizumbo y Monterroso, 2009; Palafox, 2013) desposesión de tierras, transformación etnográfica (Pedregal, 1995) por parte de empresas trasnacionales. Otro punto es que al fomentar inversiones privadas se tiene como consecuencia la edificación en estos destinos, donde si al principio comenzó como un entorno de actividades hedonistas ahora crea nuevas identidades (Aledo, 2008) para satisfacer nuevos segmentos de mercado arrastrados por la globalización, trayendo problemáticas ambientales y deterioro del entorno. Y en muchas ocasiones cambios paisajísticos que devastan las culturas autóctonas.

Ahora bien, a través del turismo rural, como uno de los más importantes dentro del turismo alternativo, busca contactos con comunidades que aún conservan una identidad local. Las actividades y los servicios que se brindan son un reflejo de la forma de vida de los pobladores, de como ellos subsisten y como se identifican con el medio ambiente. El turismo rural es una tipificación del turismo alternativo, en oposición al turismo masivo de sol y playa, que busca rescatar la herencia patrimonial histórica, y conservar el entorno natural (Sanagustín et al., 2010; Monterrubio, 2014). Cabe aclarar que, los estudios en

diversos continentes, el turismo rural varía por el contexto que atraviesa cada país. Esto es, su práctica es menos concurrida en comparación con destinos altamente masificados. Así pues, los viajeros que buscan nuevas experiencias a través de diversas motivaciones, crean una imagen o buscan nuevas experiencias acerca de este tipo de turismo.

Para un mejor entendimiento del turismo alternativo, se debe hacer énfasis en que surge como una necesidad dentro de los tipos de turismo, mencionando al turismo rural y el cultural como clasificaciones que buscan un “conocimiento mutuo” (Rubio, 2003) entre las estrategias de sensibilización de las empresas turísticas hacia el viajero, para un reencuentro espiritual entre los recursos naturales y culturales del destino receptor con el turista. Es decir, surgen motivaciones y necesidades de los viajeros que buscan este tipo de turismo (Ver Tabla 1.1.) en el que previamente ya fueron mentalizados con ataques publicitarios dentro de los medios de comunicación (Osorio, 2007; Aledo, 2008) y no sólo se satisfacen estas necesidades a través del consumo final, sino que las empresas buscan crear comportamientos y actitudes (Guzmán et al., 2009) de satisfacción después de haber experimentado el servicio, para poseer clientes fieles o consumidores potenciales.

Tabla 1.1. Motivaciones de los viajeros para viajar

Principales Motivaciones	Actividades
Diversión de noche y espectáculos	Representaciones culturales de la región, bares, ferias, por mencionar algunos puntos de entretenimientos.
Culturales y gastronómicas	Visita a museos, muestras gastronómicas, exposiciones culturales.
Actividades deportivas	Turismo de aventura, senderismo, deportes de la región, paseos motorizados, deportes alternativos.
Médicas	Principalmente surgen por mejorar la salud.
Ocio y relajación	Obtención de tranquilidad, calma (Vásquez, 2010).
Contacto con la naturaleza	Que incluye la convivencia con el entorno natural.

Elaboración propia basado en Zamorano, 2009.

Sirva de ejemplo acerca de la inserción del turismo alternativo de forma óptima y eficaz: la planificación y evaluación en el parque nacional Büyük Menderes Delta en Turquía (Kılıçaslan et al, 2011). En primer lugar se crea un análisis de la capacidad de carga de lugar, en segundo lugar se plantean diversos factores de riesgo y oportunidad en cuanto a la

infraestructura, organización, mantenimiento, seguridad y comodidad hacia los visitantes. Con la finalidad de poner en práctica actividades como paseos a caballo, rutas ciclistas, observación de aves, pesca para principiantes, estadía en las villas comunitarias (Raimer y Walter, 2013). Y cómo pueden ser implementadas estas últimas, para una práctica de aprovechamiento recreacional sostenible dentro de la Península de Dilek. Estudio que enfatiza no sólo se implementación de nuevos espacios de explotación para la satisfacción de los viajeros, sino es evidente el análisis integral de la inmersión de actividades del turismo alternativo. Todo esto, estudiado y analizado con base en la toma de decisiones altamente planificadas (Mitchell, 1979). Y de esta forma generar beneficios para las comunidades que albergan esta tipificación del turismo. De esta forma, la comunidad debe mantener y promover su singularidad e integración (Bringas y González, 2004) para diferenciarse del resto del mercado, es decir, el turismo convencional.

1.1.3. Ecoturismo

El ecoturismo como parte fundamental del turismo alternativo se refiere a los desplazamientos de los viajeros donde existe una responsabilidad a favor de la conservación del medio ambiente (Zamorano, 2009). Además, se entiende por la conservación del entorno, generar un bienestar de respeto, económico, y social hacia las comunidades donde se practiquen actividades ecoturísticas, es decir, que ya se encuentran implementadas en la localidad, y se manejan por empresas turísticas locales o referente a la nueva ruralidad (Monterroso y Zizumbo, 2009) donde el ecoturismo surge como una complemento para combatir la pobreza y las actividades culturales y agrícolas, que ahora son representadas como un complemento de subsistencia como una de las alternativas dentro del turismo rural.

Otros aspectos del ecoturismo es que, se pueden estudiar diversas áreas de trabajo, como son los beneficios generados, los nuevos nichos de mercado, las actitudes de los viajeros, las motivaciones para el posible consumo de actividades (Lu y Stepchenkova, 2012) los impactos sociales y ambientales (Ahmad, 2014) la oferta y la demanda, así como las empresas ecoturísticas y sus prácticas ecológicas. Por lo regular, los sitios donde se ponen

en prácticas actividades de ecoturismo hacen referencia hacia alguna Área Protegida en donde Centro América y algunas parte de África (Weaver y Lawton, 2007; Coria y Calfucura, 2012) ha tenido relevancia este tipo de turismo.

A continuación la Tabla 1.2. se exponen algunos estudios que se han elaborado en cuanto al manejo, control, participación de las comunidades, capital social y el comportamiento ambiental que adquieren estas regiones, donde logra asentarse este concepto del ecoturismo en los periodos de 2012, 2013 y 2014. Además se hace hincapié en cómo se han ido beneficiando o alterando la personalidad y la identidad de muchas comunidades que optan por el ecoturismo en diversos contextos y su posible desarrollo como una actividad sostenible. Simultáneamente se presentan los resultados obtenidos, con la intención de poder reforzar de forma teórica este concepto ecoturístico como uno de los tipos de turismo que se considera de bajo impacto para los destinos que albergan este tipo de actividades turísticas. Considerando que su escasa aportación científica desde 2012 no ha sugerido un modelo óptimo para su implantación como una de los tipos de turismo que más beneficie a las comunidades donde ejercen y promueven su práctica los operadores turísticos.

Tabla 1.2. Estudios en ecoturismo

Autores	Objetivo	Resultado
Ahmad, A. (2014)	Encontrar como las organizaciones de servicios turísticos perciben el desarrollo del turismo en Brunei Darussalam y que compromiso existe con el cuidado del medio ambiente.	A través de un estudio cuantitativo, donde se aplicaron encuestas hacia los propietarios e involucrados de las empresas dedicadas a los servicios turísticos, se encontró que el ecoturismo es uno de los productos principales para el desarrollo según los empresarios, por encima de turismo de masas. Es decir, que existe un compromiso ambiental, sin embargo, no se cuenta con el conocimiento adecuado para la operación de prácticas verdes, por lo que el autor sugiere incentivar a través de certificaciones, capacitaciones del capital humano por parte del sector gubernamental sobre cómo poner en marcha operaciones sostenibles dentro de las organizaciones que pudieran dedicarse a la actividad turística.

Elaboración propia.

Tabla 1.2. Estudios en ecoturismo (continuación)

Autores	Objetivo	Resultado
Chiu, Y., Lee, W. y Chen, T. (2014)	Proponer un nuevo modelo que describa la relación entre los valores percibidos, la importancia que le den a las actividades, la satisfacción y el comportamiento ambiental de los ecoturistas. O bien que este modelo proponga la siguiente hipótesis: las actitudes ambientales pueden cambiar como resultado de una experiencia de viaje ecológica.	El modelo propuesto por los autores, es validado a través de un modelo de ecuaciones estructurales, donde se prueba lo siguiente: la experiencia de la práctica del ecoturismo tiene una gran relevancia y relación con el comportamiento ambiental que presentan los ecoturistas. Por una parte, cabe mencionar que los valores influyen de manera positiva en la satisfacción, así como en la importancia y compromiso que poseen los viajeros, y a su vez influye con el comportamiento ambiental. Sin embargo, el compromiso de los viajeros con las actividades no posee la capacidad explicativa sobre su satisfacción, mientras que el compromiso guarda una relación directa con el comportamiento ambiental. Esto es, que la práctica del ecoturismo influye en las actitudes y comportamientos ambientalistas de los ecoturistas, y a su vez con la responsabilidad y consciencia ambiental que se posee con el entorno natural.
Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X. y Liang, Z. (2014)	Integrar perspectivas teóricas del capital social en la investigación de las comunidades que toma como base el ecoturismo. Por otro lado, examinar si las comunidades toman acciones recíprocas sobre los beneficios y obligaciones que les brinda el ecoturismo. Finalmente, investigar el capital social en el rol que obtienen los locales sobre su comportamiento ambiental.	El análisis se llevó a cabo a través de un modelo de ecuaciones estructurales que refleja un ajuste muy bueno ($X^2=72.33$ $df=67$; $GFI=0.98$; $CFI=0.999$; $NFI=0.96$; $NNFI=0.99$; $RMSEA=0.011$). Donde los resultados entre las variables indica lo siguiente: se confirma que existe una relación positiva entre la participación comunitaria y el beneficio económico generado, el capital social cognitivo y estructural. Por otro lado, los beneficios económicos guardan una relación directa y positiva con el capital social estructural y cognitivo así como con el comportamiento ambiental. Por último, se puede inferir que el sentir de las personas o referente al capital cognitivo se relaciona con el comportamiento ambientalista, sin embargo los hechos dejan mucho que desear, al poseer diferencias significativas con su relación con las demás.
Dhami, I., Deng, J., Burns, R. y Pierskalla, C. (2014)	Identificar y mapear áreas forestales potenciales para el ecoturismo en el oeste de Virginia, a través de las preferencias de los visitantes.	A través de una investigación cuantitativa aplicada a 777 participantes. Donde se clasifican las áreas para la práctica ecoturística a través de un sistema de información geográfica. En primera instancia existe la clase I referente a los servicios turísticos comunes cerca de las ciudades, mientras que la clase V se refiere a la cercanía que existe con la naturaleza y servicios más básicos de ecoturismo. Por lo que, las clasificaciones IV y V de este estudio muestran mayor preferencia por los turistas, sugiriendo a los planeadores que son las mejores áreas para poner en marcha actividades ecoturísticas.
Tran, L. y Walter, P. (2014).	Aplicar marcos analíticos en cuanto a estudios de género y desarrollo, con el fin de analizar las dimensiones de género del proyecto aplicado en Vietnam, sobre comunidades ecoturísticas, que se visualizó para aumentar la participación de las mujeres en condiciones de pobreza.	El estudio que se hace de la aplicación de dos modelos sobre la comunidad de Giao Xuan en Vietnam, muestra resultados positivos en cuanto a la participación comunitaria de las mujeres, a través de la ejecución del proyecto de comunidades ecoturísticas. Se remarcan los beneficios generados en cuanto a control, toma de decisiones, acceso, concientización, y bienestar de las mujeres pobres que con anterioridad se dedicaban a labores domésticas, cultivo de arroz y acuocultivos. La implementación de acciones de mejora y la buena planeación a través del ecoturismo, en este estudio refleja un resultado positivo, donde se podría argumentar que el ecoturismo podría señalarse como una actividad sostenible si es llevada a cabo de buena forma.

Elaboración propia.

Tabla 1.2. Estudios en ecoturismo (continuación)

Autores	Objetivo	Resultado
Reimer, J.K. y Walter, P. (2013)	Brindar conocimiento entre la relación existente sobre las comunidades ecoturísticas y el desarrollo sostenible, usando como modelo analítico de estudio el de Honey's.	Para el siguiente estudio se estableció una investigación cualitativa de tipo exploratorio para probar esta relación planteada en las comunidades ecoturísticas de Chiphat, Camboya. Teniendo como resultado un modelo implementado que arroja datos positivos y de éxito en la comunidad en cuestiones de interés de viajar a lugares naturales, preocupación por el medio ambiente, desarrollo económico de las comunidades, reducción del impacto generado por el ecoturismo, y la participación comunitaria.
Youdelis, M. (2013)	Explicar las incongruencias y tensiones gubernamentales concernientes a la política ecológica en la adaptación del ecoturismo en las comunidades como una estrategia más de conservación.	Un estudio de caso que se realiza en Ban Mae Klang Luang en el norte de Tailandia. Se realizaron 30 entrevistas de profundidad a miembros de la comunidad y se halló lo siguiente: las personas muestran un mayor interés en desarrollo de servicios de alojamiento refiriéndose a un mejor beneficio económico, en lugar de optar por negocios pequeños, como lo eran en un principio las actividades de subsistencia. Por otro lado, el ecoturismo se ha planteado como una alternativa estratégica de conservación de acuerdo con el modelo neoliberal, por lo que el doble discurso del desarrollo sostenible se plantea como una solución para salvar a las comunidades rurales, con esto se da paso a la inserción del libre mercado, la pérdida de libertad de las comunidades indígenas así como poner en peligro su identidad. Es decir, que el ecoturismo se ha visualizado como una acumulación de riqueza económica (Portillo, 2002).
Coria, J. y Calfucura, E. (2012)	Revisar estudios que empíricamente poseen una relación entre los problemas económicos, sociales, políticos, geográficos y antropológicos con la conservación de la biodiversidad, el desarrollo de las comunidades locales y el ecoturismo.	A través de esta revisión de estudios se concluye que: el ecoturismo no debe de presentarse como el mejor remedio para el desarrollo de las comunidades indígenas, en primera instancia se fundamenta que existen problemas sobre estas asociaciones que se plantean con lo económico, lo social, lo ambiental, etc. Y no se puede llevar a cabo un desarrollo sostenible a falta de un mal manejo de los recursos por parte de las comunidades que por un lado no poseen la habilidad de control, y por otro lado las empresas y el gobierno aún no equilibran sus beneficios viéndose como acaparadores de tierras (Palafox, 2013) con la justificación del ecoturismo.
Chaminuka, P., Groeneveld, R., Selomane, A.O. y van Ierland, E.C. (2012)	Analizar el posible potencial de la implementación del ecoturismo a través de las preferencias de los visitantes y su capacidad económica para consumir actividades ecoturísticas para el desarrollo de las comunidades rurales cercanas al parque nacional Kruger en Sudáfrica.	La aplicación de 319 cuestionarios en diversas áreas del parque nacional de forma aleatoria, arrojó como resultado lo siguiente: con base en el ingreso percibido varía la elección del turista, los que perciben más ingresos prefieren quedarse en las empresas locales dentro del parque aunque su valor sea más alto. Sin embargo, se encontraron diferencias significativas en cuanto a obtener un servicio de alojamiento dentro del parque nacional Kruger en lugar de hospedarse en las comunidades rurales cercanas, esto podría deberse a la seguridad. Aunque en efecto existe un gran interés por la compra de artesanías y consumo de actividades ecoturísticas dentro del parque y sus alrededores. Por otro lado, algunos turistas opinan que es más importante el desarrollo rural que la conservación, ya que plantean que sin desarrollo no podría existir la conservación. Finalmente los autores sugieren que podría invertirse en servicios de alojamiento cercanos al parque nacional para un mejor desarrollo local.

Elaboración propia.

En la Tabla 1.2. presentada se puede notar lo siguiente: no existe un modelo analítico del ecoturismo que pueda implementarse por igual en diversos destinos (Raimer y Walter, 2013) ya que, los contextos en los países de estudio son diferentes y las condiciones de vida, laborales, de justicia y de derechos humanos cambian con base en sus diferentes legislaciones. Por consiguiente, en muchos destinos aún no se puede comprobar un desarrollo en beneficio de las comunidades a partir de actividades ecoturísticas, y existen pocos investigaciones que demuestren un comportamiento a favor del medio ambiente, y en donde la actividad turística se ha visto como la panacea de las comunidades. Adicionalmente, una las limitaciones que podrían presentarse en el estudio del ecoturismo como actividad de mejora en los destinos, es que se carece de estudios empíricos en el análisis sobre la elección del visitante (Chaminuka et al., 2012) y la necesidad de entender a los viajeros potenciales con características ecológicas para establecer nuevos nichos de mercado para las empresas de servicios turísticos es evidente.

Con respecto a algunos de los principios ecoturísticos de acuerdo con Ahmad (2014) encontró que los participantes de su investigación se refieren principalmente a “la construcción de una mentalidad de respeto, cuidado ambiental y concientización cultural (60%); proveer experiencias positivas tanto para el visitante como para el anfitrión (49%); proveer beneficios económicos a la localidad (24%)” (p.3). Principios que tratan de concientizar a todos los actores que intervengan en el proceso turístico, con base en la problemática ambiental que ha venido dejando la industria turística. Hay que hacer notar que lo referente a generar una conciencia ambiental y cultural, dentro de estos principios ecoturísticos explicados con anterioridad, Coria y Calfucura (2012) remarcaron que son el motivo principal para obtener un goce visual de la biodiversidad y poder incrementar el bienestar y el desarrollo de las comunidades. Dentro de esta idea es importante mencionar, que la práctica del ecoturismo no sólo se realiza por la conservación del entorno natural y cultural, sino que podría reforzar el concepto de sustentabilidad para poder hablar de comunidades con un aprovechamiento sostenible.

El análisis de las investigaciones realizadas en el periodo de 2012-2014 complementan y vuelven aún más compleja la definición del ecoturismo. Por consiguiente, Raimer y Walter (2013) establecieron que:

El ecoturismo se desplaza más allá de ser un negocio de turismo simple con los agentes de viajes, operadores, visitantes, atracciones y demás, sino que se comienzan a reflejar debates más amplios sobre la conservación del medio ambiente, los derechos de los pueblos indígenas [...] (p.123).

Postulado que refleja un avance académico en cómo se ha ampliado el concepto y no sólo ser visto como una alternativa ecológica, en donde lo primordial se refiere al conservar el recurso natural, sino que ahora se entienden las necesidades naturales tanto culturales y sus posibles impactos en cada contexto. Y de esta forma comprender las relaciones existentes de la inmersión del ecoturismo dentro del estilo de vida de las comunidades.

Por otra parte, Youdelis (2013) afirmó que existen contradicciones entre las empresas que buscan implantar el ecoturismo como una forma de desarrollo para las comunidades donde sólo genera tensiones y presiones entre los miembros de las comunidades, debido al mal manejo de los recursos y los beneficios prometidos hacia la población. De esta manera los planeadores ecológicos de las empresas “ecoturísticas” se evocan en tomar beneficios paisajísticos y naturales (Aledo, 2008) promocionando el consumo a través de la inmersión del ecoturismo en las comunidades.

Finalmente, uno de los temas con mayor relevancia que se mencionaron en algunos estudios, hacen referencia a un inadecuada planeación de la actividad ecoturística, ya que, al brindar demasiados incentivos hacia la población por parte de las empresas interesadas en la práctica del ecoturismo (Coria y Calfucura, 2012) se visualiza una intención de comprar la credibilidad de la comunidad. En un principio, las comunidades quedan satisfechas, visualizando al ecoturismo como una vía de poder combatir algunos problemas comunitarios: la pobreza (Ascanio, 2010). Posteriormente ante una falta de habilidad de los habitantes locales de poder manejar sus tierras, estas son vendidas y pasan a ser parte de empresas privadas, donde evidentemente se comienza una acumulación de riqueza que ya no se encuentra distribuida de forma equitativa. Por tanto, el ecoturismo para las empresas turísticas se visualiza como la preservación del paisaje a través de la actividad ecoturística, vendiendo a la actividad como una experiencia inigualable (Raimer y Walter, 2013) que

traerá beneficios para la población y un desarrollo, que hasta el momento no se ha comprobado.

1.2. Viajeros y su tipificación

Los viajeros, como sujetos de la actividad turística, se conceptualizan como los individuos que adquieren los servicios tangibles e intangibles (Budeanu, 2007) que se ofertan durante su visita en un destino turístico, siendo estos los sujetos de estudio, analizados como actores sociales que contribuyen al desarrollo a favor o en desventaja de un destino. Para Guzmán et al. (2009) los viajeros son considerados como consumidores que adquieren productos previamente analizados a través de los medios de comunicación, con la finalidad de cubrir sus necesidades básicas. En otras palabras, los viajeros o turistas realizan movimientos alterotrópicos (Pedregal, 1995) para descubrir nuevos espacios turísticos de recreación y esparcimiento. En la tabla 1.3. se presentan algunas definiciones de los viajeros desde distintos puntos de vista de algunos autores en diversos estudios.

Tabla 1.3. Definiciones acerca de qué son los viajeros

Autor (es)	Definición
Ascanio, A. (2010)	“Visitante temporal que permanecen al menos 24 horas en el país de destino y cuyo propósito puede ser entretenimiento (tiempo libre), negocios, viaje familiar, misión y reuniones” (p.638).
De Oliveira, G. (2007)	Son los actores principales de la oferta y la demanda, que se desplazan fuera de su lugar de residencia por cierto tiempo (mayor a un día) y regresan de forma voluntaria a su lugar de origen.
Sancho, A. (2006)	Se denominan visitantes a todos los viajeros que practiquen turismo dentro de un espacio turístico, es decir, los sujetos que forman parte de la demanda. Entre estos se encuentran los turistas, que pernoctan por lo general un día o más y por otro lado los excursionistas, quienes sólo son visitantes por un día.
Portillo, A. (2002)	Los viajeros son las personas que ejecutan desplazamientos para establecer relaciones con los diversos servicios turísticos o atractivos, cada uno de estos cumple con un perfil establecido desde diversos enfoques, como puede ser el cultural, el económico, el altruista o simplemente de diversión.
Ramírez, M. (1981)	Las personas que viajan por un tiempo determinado con “la intención de regresar a su domicilio habitual” (p.29).

Elaboración propia.

Estos viajeros de acuerdo con la tipología pueden ser: El migrante alternante (Zembri, 2005); el viajero deportivo, de negocios, de salud, que se relacionan con el tipo de turistas que presentan motivaciones hedonistas (Boullón, 1983); por otro lado el turista comunitario

(Güemes-Ricalde & Herrera-Ruiz, 2010); los ecoturistas (Helena et al., 2014) quienes se relacionan más con actividades de contacto con la naturaleza y conocimiento de las comunidades; el turista de eventos programados (Portillo, 2002); el turista urbano (Pedregal, 1995), el cual a través de ataques publicitarios se le incita a dejar su vida rutinaria citadina a cambio de experiencias hacia el turismo de naturaleza o alternativo; el turista explorador y de élite (Sancho, 2006), entre otros.

Cada una de las definiciones citadas en la tabla 1.3. contienen palabras clave con las cuales se pueden construir diversas definiciones. Dicho lo anterior, el viajero como un actor principal de la oferta y la demanda (De Oliveira, 2007) se convierte en visitante al poner en práctica actividades turísticas a través de diferentes tipos de motivación (la demanda) y se ve reflejado en el consumo de bienes y servicios (la oferta turística) con la finalidad de satisfacer sus necesidades, todo esto ejecutado en su tiempo libre dedicado a realizar turismo. Los viajeros pueden ser turistas si su estadía es de una o más noches en el destino de visita, y excursionistas los que visitan por menos de veinticuatro horas.

Para algunos viajeros lo más importante de practicar turismo es sólo poseer una “ruptura de la rutina y de los deberes” (Vásquez, 2010: 11), y “pasar un rato de calma al lado de su familia” (Chaminuka et al., 2012: 174) mientras que para otros Rubio (2003) afirmó que se enfocan a poner en práctica “las actividades encaminadas a la conservación del entorno ambiental y el patrimonio histórico-artístico” (p.9). De esta forma se hace énfasis en la importancia que cobran los viajeros dentro del sistema turístico, como parte esencial del turismo, de igual forma Francesch argumentó que el “turismo aluda al conjunto de unidades productivas vinculadas a la actividad del turista, con lo que mantendremos la existencia de un sector económico y un conjunto de actividades, tanto empresariales como del turista” (2004: s/n).

En ese mismo sentido, los eco-viajeros, sujetos de estudio de la presente investigación, serán analizados con más detalle en el siguiente apartado, para mencionar la importancia que presentan estos sujetos en el estudio desde el enfoque de los valores sostenibles, el comportamiento ambiental y su elección de características sostenible de pernocta.

1.2.1. Viajeros con características sostenibles: Eco-viajeros

Los viajeros son vistos como los consumidores potenciales de los servicios y atractivos turísticos (Guzmán et al., 2009; Pedregal, 1995; Portillo, 2002). Es entonces que, dentro de los tipos de visitantes que diferencian al turista, se encuentra el turista con características sostenibles, que se asocia más con el perfil de los ecoturistas. Éstos, son aquellos que no sólo buscan consumir los servicios ofertados sino que tratan de “realizar un tipo de viaje más profundo y participativo, que no se quede en la recopilación de tópicos e imágenes, y que recabe en una búsqueda más activa del exotismo y las diferencias culturales” (Rubio, 2003:7). Es decir, que el viajero respete el entorno natural de los destinos o comunidades, practicando actividades de bajo impacto hacia el entorno, así como “estar en contacto con la naturaleza y con la comunidad local” (Monterroso y Zizumbo, 2009: 139). Además, la aproximación en la concepción de estos eco-viajeros se visualiza como una aportación al conocimiento de la singularización que representan los viajeros con particularidades sostenibles, ante la escasa fundamentación teórica de los mismos (Sirakaya et al., 2013).

Estos viajeros se pueden clasificar de acuerdo con el grado en que practican actividades alternativas y/o ecológicas en función de sus preferencias y comportamientos. En este sentido la educación es un factor relevante (Lu y Stepchenkova, 2012), el ingreso económico (Weaver y Lawton, 2007) y el rol de género de los viajeros determina las actitudes que toman los viajeros al realizar estas actividades mencionadas. Tan sobresaliente es el factor sexo que Schwartz y Rubel-Lifschitz (2009) demostraron que las mujeres tienden a estar más apegadas a preferir actividades ecoturísticas de acuerdo con los valores de benevolencia y universalismo, en donde el contacto con la naturaleza es una de las motivaciones de estos valores, mientras que los hombres se inclinan más hacia los valores de poder y logro, donde los principales tipos de motivación son el dominio, el prestigio, la autoridad, la ambición y el éxito (Bilsky y Schwartz, 1994). Por otra parte, a través de estos datos sociodemográficos se pueden notar las preferencias de los viajeros hacia la elección de su destino de visita (Dhami et al., 2014) como una estrategia mercadológica de las empresas turísticas, creando así una segmentación que cubra las necesidades de lo que están buscando los eco-viajeros.

Los eco-viajeros prefieren optar por hospedarse en lugares cercanos a donde se vayan a ejecutar las actividades ecoturísticas, en especial deciden pernoctar cerca de Áreas Naturales Protegidas (ANP), que sería uno de los principales intereses por conocer, sumergirse en una ANP y realizar algunas actividades de bajo impacto. Así pues el eco-viajero está dispuesto a pagar altos costos por su visita a estos sitios, ya que conoce los beneficios que estaría generando su desplazamiento (Chaminuka et al., 2012; Coria y Calfucura, 2012; Barr et al., 2010) tanto hacia la comunidad receptora como al sitio natural. No obstante, no todos los viajeros que practican ecoturismo poseen un comportamiento ambiental adecuado, ya que algunas experiencias que hayan tenido en el pasado respecto a ciertas actividades turísticas generan recuerdos acerca de los sitios de visita, creando actitudes y comportamientos de afección hacia el medio ambiente (Chiu et al., 2014) en busca de paisajes totalmente ecológicos (Lu y Stepchenkova, 2012) o simplemente se convierten en viajeros en busca de nuevas experiencias, sin importar los impactos que pudiera generar su visita (Barr et al., 2010).

Con referencia a lo anterior, los viajeros con características sostenibles, en su mayoría gente adulta, prefieren viajar a destinos alternativos, de contacto con la naturaleza. La investigación elaborada por Dolnicar (2004) argumentó que no sólo se conforman con practicar una actividad turística, suelen recomendar un destino cuando haya sobrepasado sus expectativas y tienden a desplazarse a través de transportes que favorezcan el medio ambiente. Constructo en el cual se encontraron diferencias significativas, ya que muchos prefieren viajar en automóvil privado, aumentando la quema de dióxido de carbono. Por otro lado, Budeanu (2007) estableció que el consumo por parte de los turistas con características sostenibles sólo se da cuando el viaje se reduce sólo a esa dimensión, es decir, que la elección de viajar es por un motivo premeditado, el de cuidar el entorno natural. Por tanto, Budeanu argumentó que hace falta la implementación de herramientas para adquirir un comportamiento a favor del medio ambiente, tales como: “aumentar los costos de conductas destructivas hacia el entorno; proporcionar educación para mostrar de qué manera se puede contribuir, dar retroalimentación a las personas acerca de su comportamiento y las consecuencias que pudiera generar” (2007: 504). Por último, los

viajeros sostenibles tienden a comportarse de acuerdo con sus valores adquiridos a lo largo de su formación familiar y académica, mismos que se analizarán en el siguiente apartado.

1.3. Valores del individuo

Los valores se definen como representaciones cognitivas (Bilsky y Schwartz, 1994; Schultz y Zelesny, 1999; Schwartz et al., 2000) que posee el individuo, donde los tipos de motivación que surgen de cada valor, sirven para cumplir los objetivos propuestos por la persona, mostrando un comportamiento determinado. En otras palabras, Karp (1996) determinó que “los valores influyen en el comportamiento cuando estos últimos son activados por las preocupaciones del individuo” (p.112). Por otro lado, Schwartz y Bardi (2001) atribuyeron que estos valores varían de acuerdo con las diferencias genéticas entre diversos “ambientes y contextos culturales” (Corraliza y Berenguer, 2000: 833).

En relación a cómo cuantificar los valores del individuo Schwartz (1992) propuso la siguiente clasificación: en primer lugar se encuentran los valores que poseen una apertura de cambio, de conservación, el universalismo y la benevolencia, los cuales pertenecen a la categoría de los valores de la auto-trascendencia, que se encuentran ligados principalmente con los valores altruistas; y en segundo lugar los valores de auto-realce, donde el poder y el logro son los principales actores de esta categoría, los cuales buscan un reconocimiento individual.

Estos dos grupos señalados fueron analizados a través de clústers por Sirakaya et al. (2013), donde se obtuvo que: refiriéndose al primer grupo de auto-trascendencia se encontró una relación significativa que se adquiere con el bienestar de todas las personas (Schwartz et al. 2000) de igual forma se refleja el compromiso ambiental al momento de optar por pagar un servicio de alojamiento. No obstante, los valores inmersos en la categoría de auto-realce, se comprobó que existe un comportamiento no tan apegado a la conciencia ambiental. Para una mejor comprensión de esta categorización de los valores (Bilsky y Schwartz, 1994; Schwartz, 1992; Schwartz et al., 2000), los autores Schultz y Zelesny los definieron de la siguiente manera:

La Auto-transcendencia es una medida de grado, el cual una persona valora objetivos e ideales que directamente no son vinculados a su noción de él mismo (p.ej. liberal, un mundo de belleza, leal, honesta, misericordioso) mientras que el Auto-realce es el grado, el cual una persona valora objetivos e ideales que directamente son unidos con recompensas tangibles por sí mismo (p.ej. acertado, ambicioso, la riqueza, bienestar y el poder) (1999: 263).

Resulta indudable que los valores pueden variar de acuerdo con los estilos de vida de otras naciones, y cada una de las motivaciones presentadas en los valores refleja un comportamiento determinado. Como prueba de esto, Hansla et al. (2008) realizaron un estudio en el que uno de los objetivos fue estudiar la relación que poseen las siguientes variables: el universalismo, los valores biosféricos y la benevolencia en cuanto a la conciencia de las consecuencias (Protección del medio ambiente, empatía con la naturaleza y un mundo de belleza), de igual forma su relación con los factores altruistas y la preocupación ambiental. Una muestra de 494 participantes suecos a través de la aplicación de escalas cuasi-métricas (Likert) indican que los valores de benevolencia y universalismo se encuentran altamente relacionados a los factores altruistas, así como con el comportamiento ambiental y los valores biosféricos. Es decir, que en este estudio se constata lo propuesto por Schwartz (1992); Schwartz y Bardi (2001); Shepherd et al. (2009); Sirakaya et al. (2013); Norlund y Garvill (2002), pudiendo establecer ciertas aproximaciones a plantear una definición de los valores sostenibles. No obstante, estos valores pueden variar de acuerdo con las situaciones de tensión a causa de factores de impacto como la globalización y el “contacto con otras culturas” (Schwartz, 2006) en que puedan encontrarse las diversas naciones.

Dicho lo anterior, una de las variables a estudiar es: cómo estos valores pueden ejercer cierta influencia en el comportamiento del individuo. Comportamiento que se refleja como el sentimiento de pertenencia a los grupos sociales, ya que de acuerdo con la sociedad moderna las personas se sienten más seguras al pertenecer a un grupo y de esta forma, imitar la conducta de los grupos que influyen directamente con esa persona que se integra como nuevo miembro a la sociedad. Ante esta situación planteada, Aledo (2008) denominó un Nuevo Turismo Residencial (NTR) el cual pretende explicar los procesos neoliberales de

un sistema o modelo económico de un país, para acceder a los lujos de modelos de vida o bien la simulación de mini ciudades, o conocidos como complejos turísticos, principalmente costeros, donde se deben de atender el mantenimiento y control de campos de golf, canchas de fútbol, lujosos departamentos de segunda residencia, en donde se realiza un uso sin medida de los recursos, para la satisfacción de sus clientes. En donde se evidencian malos hábitos dentro del comportamiento ambiental tanto de las empresas como de los individuos, por lo que De Young (1986) hizo referencia a la acumulación en los depósitos de basura, que para 1990 se convirtió en 200 millones de toneladas donde indudablemente seguirá creciendo de acuerdo con el incremento de las poblaciones.

Los valores conforman una base fundamental para determinar el comportamiento de las personas. Con base en Dietz, Stern y Guagnano (1998) afirmaron que los “valores y las actitudes generales son predictivos de los específicos” (p. 453) atribuyendo a que los valores más arraigados por un individuo determinarán su comportamiento dentro de un grupo social. En ese mismo sentido, Schwartz (2006) estableció que los valores culturales son visualizados como orientaciones para pertenecer a un grupo social, y de acuerdo con las creencias, normas, objetivos, y metas que se proponga el individuo, tendrán que ver con la motivación que lo mueve para comportarse de determinada manera, en función de las necesidades de crecimiento personal o necesidades de deficiencia (Bilsky & Schwartz, 1994). Estas orientaciones se reflejan a través de los siguientes puntos:

- Qué tanto un individuo, de acuerdo con su auto-dependencia o dependencia de otros influye al pertenecer a un grupo social, visto a este grupo como un conjunto colectivo de relaciones.
- Cómo mantener una estabilidad coordinada con las otras personas, con la finalidad de alcanzar un bien común.
- Por último, el comportamiento del individuo con su entorno natural y social.

Los comportamientos del individuo pueden diferenciarse dependiendo el sexo de cada persona de acuerdo con cada valor adquirido, es decir, se enmarcan las prioridades que toma cada individuo de acuerdo con la convicción individual. Schwartz y Rubel-Lifschitz (2009) plantearon diversas hipótesis en su estudio relacionando el factor sexo con cada uno

de los valores, suponiendo que los valores de auto-realce (poder y logro) se encuentran asociados a los varones (Dietz et al., 1998). Por consiguiente, los hombres buscan un status dentro de un grupo social, mientras que las mujeres se dedican más a las labores de la familia, preocupadas por el bienestar de sus cercanos. De modo que, los valores de universalismo y benevolencia son los más sobresalientes, ya que buscan el entendimiento de protección, conservación, bienestar común, de igual forma son relacionados con el respeto hacia la naturaleza. Este valor de respeto hacia el medio ambiente, que se encuentra más arraigado en el género femenino se relaciona de forma implícita en el comportamiento del individuo, de acuerdo con las problemáticas ambientales Norlund & Garvill (2002).

En cuanto a los valores del individuo y su comportamiento deseado, se afirma que a través de estos se puede determinar las preocupaciones de las personas desde un objeto o enfoque macro (donde se generaliza las problemáticas generada y la empatía con las demás personas) y micro (correspondiente a lado egoísta del individuo) Schwartz et al. (2000). La diferencia entre los valores y las preocupaciones recae en los estados deseados a través de ciertos eventos, mientras que los valores son guías a seguir para comportarse de cierta forma, por lo que Schwartz et al. (2000) establecieron que: “Si los valores definen el estado deseado que persigue una persona, y las preocupaciones perciben discrepancias de estos estados deseados, entonces las preocupaciones del individuo deben estar en función de sus valores” (p.312).

Recapitulando, es evidente que a través de los valores y comportamientos que poseen las personas, servirán como apoyo de la presente investigación para medir cada una de las variables y determinar la influencia que poseen estos últimos sobre la elección del viajero al optar por un servicio de alojamiento con características sostenibles. Partiendo así, de la categorización: los valores de auto-trascendencia, y los valores de auto-realce, descrito previamente. Donde cada segmentación se ha demostrado hacia qué factores altruistas o egoístas se inclinan las personas y así poder predecir el comportamiento de los consumidores en el ámbito turístico. Por lo cual, a través de sus motivaciones que alientan y sostienen de forma constante al individuo para comportarse de cierta forma Mehmetoglu et al. (2010) y así poder elegir las actividades y servicios turísticos.

El siguiente apartado hace referencia a los estudios empíricos de los valores sostenibles, un nuevo concepto que si bien ya se habían esclarecido algunos valores que pudiera estar asociados a la sustentabilidad, su estudio a profundidad ha sido muy limitado.

1.3.1. Valores sostenibles

Enfatizando acerca del escaso estudio acerca de los valores sostenibles es relevante mencionar algunas aproximaciones teóricas acerca de los valores que se relacionan con el desarrollo sostenible (Ver tabla 1.4.) de acuerdo con la declaración del Milenio, aprobada por la Asamblea General (2000).

Tabla 1.4. Valores sostenibles

Valores	Definición
Libertad	Los hombres y las mujeres poseen el derecho de criar a sus sucesores de manera digna, libres de violencia, vestido y hambre, sin temor a la opresión o la injusticia.
Igualdad	Garantizar igualdad de oportunidades y derechos entre hombres y mujeres.
Tolerancia	El respeto debe existir entre los seres humanos, de acuerdo con su diversidad de creencias, culturas e idiomas. No se deben temer ni reprimir las diferencias dentro de las sociedades ni entre éstas; antes bien, deben apreciarse como preciados bienes de la humanidad. La paz y el dialogo entre naciones es recomendable para vivir en armonía.
Solidaridad	Empatía ante los problemas mundiales, tal que deban de abordarse con justicia y equidad, es decir, lo menos beneficiados necesitan la ayuda de los beneficiados.
Respeto hacia la naturaleza	Fomentar la conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales, como vías de gestión para del desarrollo sostenible, y como educación hacia las futuras generaciones, con el fin de respetar lo que brinda la naturaleza.
Responsabilidad compartida	La responsabilidad de la gestión del desarrollo económico y social en el mundo, lo mismo que en lo que hace a las amenazas que pesan sobre la paz y la seguridad internacionales, debe ser compartida por las naciones del mundo y ejercerse multilateralmente. Por ser la organización más universal y más representativa de todo el mundo, las Naciones Unidas deben desempeñar un papel central a ese respecto.

Elaboración propia basado en Asamblea General, 2000.

De igual manera, es relevante analizar los comportamientos ambientales que poseen los viajeros, a través de estudios empíricos que verifiquen si realmente estos valores se encuentran asociados con la sostenibilidad, comprobando sus comportamientos ambientales dentro de la actividad turística como una variable de estudio. Hechos que pudieran aportar conocimiento en materia de investigación turística, ya que se conocen pocos estudios que aborden a los valores sostenibles, los comportamientos ambientales y la elección del viajero

de alojamiento. Por lo tanto, la medición de estas variables (valores sostenibles y comportamiento ambiental) en función de la demanda de servicios ecológicos y sostenibles se presenta como una alternativa de gestión a favor del medio ambiente, forzando a las empresas a operar de forma comprometida con su entorno natural. De esta forma llegar a entender el fenómeno del turismo desde una base psicológica que esboce “un nuevo escenario de investigación en el turismo con la pretensión de salir de la esfera factual de las actividades turísticas y redimensionar la comprensión del turismo como fenómeno” (Wallingre, 2011:157).

Respecto a las posibles relaciones entre los valores sostenibles y el comportamiento ambiental, existen tres orientaciones de estos valores que afectan las actitudes y comportamiento ambientales de los individuos. Así pues, Sirakaya et al. (2013) establecieron que estas orientaciones son:

- Una orientación de manera egoísta, pensando solamente en el mismo beneficiado.
- En segundo lugar, una orientación de forma altruista y social, que contenga importancia sobre el prójimo, como puede ser la empatía.
- En tercer lugar, una orientación biosférica, donde el medio ambiente sea un factor de influencia. Las motivaciones principales de este tipo de valores son: unidad con la naturaleza, protección del medio ambiente, un mundo de belleza, respeto hacia la tierra, y evitando los procesos de contaminación (Schultz y Zelesny, 1999).

Estas orientaciones se encuentran relacionadas con los valores de auto-trascendencia, así como de auto-realce. Con referencia a los primeros, Hansla et al. (2008), demostraron la representatividad que poseen las orientaciones de forma altruista y biosférica sobre los valores de auto-trascendencia. Por otro lado, la benevolencia se encuentra identificada con la orientación altruista, mientras que la orientación biosférica recae en el lado del universalismo, siendo los valores más sobresalientes de esta categoría. En cuanto a los segundos valores de auto-realce, la orientación de forma egoísta recae del lado de los valores de poder y logro.

Los valores sostenibles benefician de la preservación del medio ambiente y mejoran el bienestar y estilo de vida de los individuos entre diversas naciones. De acuerdo con Shepherd et al. (2009) sostuvieron que estos valores:

Son esenciales para las relaciones internacionales en el siglo XXI, ya que presentan probabilidad en la orientación en cuanto a la toma de decisiones en las políticas [...], las acciones de organización y comportamiento de los clientes y de los usuarios” (p. 247)

Ahora bien, las orientaciones de los valores (y para el presente estudio de los valores sostenibles se toman como base a las orientación biosféricas) pueden ser causa de los comportamientos y las actitudes en el individuo (Stern y Dietz, 1994). Cabe destacar, como antecedente de la parte cognitiva del individuo, a partir de 1994 se comenzaron a realizar estudios acerca de la relación entre los valores y los comportamientos ambientales que adquieren los individuos en diversas acciones a ejecutar en su vida diaria. Mismos que se describirán más adelante en el siguiente apartado.

1.3.1.1. Estudios empíricos acerca de los valores sostenibles de los viajeros

La investigación acerca de los valores sostenibles resulta ser escasa su aplicación en el campo de la investigación turística (Ver tabla 1.5.). Sin embargo, existe evidencia empírica de estudios que los incluyen como un antecedente del comportamiento ambiental, siendo uno de los factores más relevantes para establecer una definición aproximada de estos valores en relación con el desarrollo sostenible. Respecto a esto, los valores para Stern y Dietz (1994) fueron definidos como los que “actúan como filtros de información, así como su influencia sobre las creencias de las personas para aceptar información de forma selectiva cuando parece consonante con sus valores” (p. 68). Es decir, que la preocupación ambiental vista como una aceptación social ante la problemática del deterioro ambiental, guarda una relación con los valores que posee el individuo. Entonces, comportarse a favor del medio ambiente o por lo contrario, optar por no prestar atención a este factor, se encuentra en función de los valores de cada persona.

Por otro lado, Karp (1996) demostró las influencias ejercidas entre los valores de auto-trascendencia, las dimensiones de apertura de cambio y conservación (Schwartz, 1992; Bilsky y Schwartz, 1994) sobre el comportamiento ambiental. Seguidamente de medir las influencias entre los valores de auto-mejora y las dimensiones planteadas sobre la misma variable. Como resultado la única dimensión que ejerció una influencia positiva con el comportamiento ambiental es la de los valores de auto-trascendencia y la apertura de cambio, siendo el universalismo el valor que más sobresale para distinguir este comportamiento, mientras que la otra dimensión ejerce una influencia de forma negativa, infiriendo que no son valores asociados con el comportamiento ambiental para posteriores estudios. No obstante, algunos autores comprueban estas influencias desde diversas orientaciones de los valores (Schwartz, 1992; Dietz et al., 1998; Schultz y Zelesny, 1999; Schwartz et al., 2000; Norlund & Garvill, 2002; Schwartz, 2006; Hansla et al., 2008; Schwartz y Rubel-Lifschitz, 2009; Shepherd et al., 2009; Mehmetoglu et al., 2010; Hedlund, 2011 y Sirakaya et al., 2013).

La tabla 1.5. presenta las investigaciones que se han realizado en materia de turismo respecto a cómo estos valores de la sustentabilidad influyen sobre otras variables. Lo que demuestra la escasa evidencia tanto teórica como metodológica acerca de estos valores sostenibles y su relación con el fenómeno turístico.

Tabla 1.5. Investigaciones de los valores sostenibles

Autores	Journal	Objetivo
Shepherd, D. A., Kuskova, V. & Patzelt, H. (2009)	Journal of Economic Psychology	Presentar un esfuerzo inicial para la creación de una medición válida y fiable de los valores en relación con el desarrollo sostenible, con la finalidad de seguir trabajando en esta área para futuras investigaciones.
Sirakaya-Turk, E., Baloglu, S. & Mercado, H. (2013)	Cornell Hospitality Quarterly	Entender el rol que toman los valores sostenibles para predecir a los viajeros potenciales respecto a su elección de alojamientos que características sostenibles.

Elaboración propia.

Es importante mencionar que no se había trabajado con la escala generada por Shepherd et al. (2009) en materia de turismo y específicamente con viajeros que pernocten en los

destinos anteriormente mencionados. Sin embargo, Sirakaya et al. (2013) elaboraron un estudio, donde comienzan una nueva línea de investigación turística, empleando la escala de los valores sostenibles, esta vez determinando un modelo hipotético para encontrar las influencias que toman estos valores con el comportamiento ambiental y a su vez con la elección de pernoctar los viajeros norteamericanos que hallan viajada a otros países. Por su parte como futura línea de investigación propone replicar su modelo analítico, pero esta vez aplicado a diferentes contextos, con la finalidad de contrastar los diversos resultados que se pudieran obtener con su investigación, y de esta forma poder ampliar la investigación entre los valores sostenibles como predictores de los viajeros y su potencial consumo como turistas sobre los diferentes bienes y servicios ofertados por los destinos.

En resumen, el estudio señala que existe un nuevo segmento de mercado (Kotler, 2011) orientado hacia un compromiso con el medio ambiente. De esta manera la función del marketing turístico sirve como una herramienta para conocer las necesidades y preferencias de los viajeros. Y de esta forma, implementar prácticas sostenibles en las empresas de servicios turísticos. Además de generar conocimiento científico e información válida en el área del marketing turístico, ya que Bigné (1996) expresó la escasa contribución en esta área de estudio. Asimismo, conocer los posibles beneficios generados para las comunidades donde opere la industria turística a través de las variables de estudio.

1.4. Comportamiento ambiental

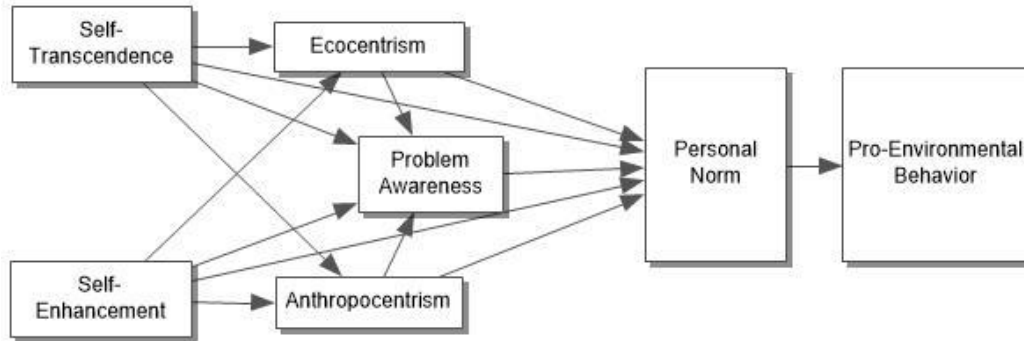
El comportamiento ambiental se refiere al compromiso que se tiene con el cuidado del medio ambiente. En el ámbito turístico se ve reflejado cuando el viajero conoce los impactos que pudiera generar su desplazamiento hacia algún destino (Chiu et al., 2014). Por otro parte, el modelo propuesto por Honey (2008) estableció que el involucramiento que se tiene al viajar a destinos con paisajes naturales, puede mitigar su impacto negativo sobre él mismo, en el que se pueda respetar a las tradiciones y cultura de las comunidades locales y acrecentar la conciencia ambiental (Raimer y Walter, 2013). Por el contrario, no todos los turistas poseen este tipo de comportamiento al viajar, algunos viajeros opinan que es importante poner la basura en su lugar, sin embargo pocos ejecutan esta acción (Juvan y

Dolnicar, 2014). Así pues, estos comportamientos se deben a la relación que guardan con los valores que caracterizan al individuo.

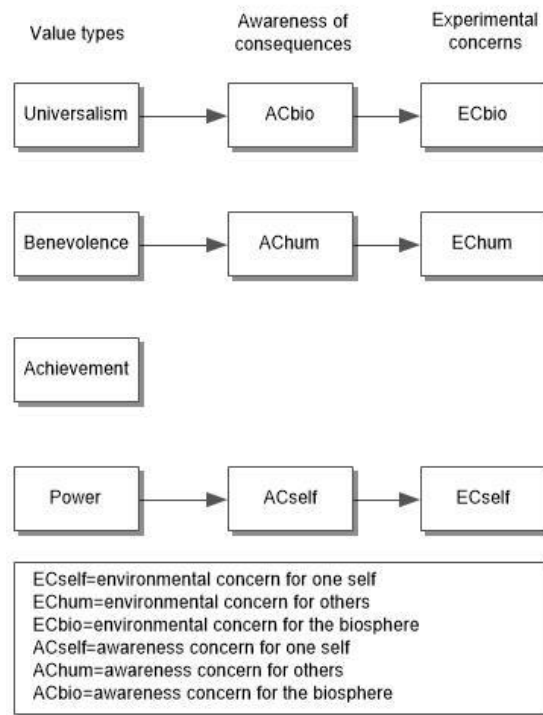
Se han comprobado empíricamente modelos analíticos referentes a la influencia que ejercen los valores sostenibles sobre el comportamiento ambiental y la elección de adquirir un servicio turístico de carácter sostenible (Ver figura 1.2.) en los cuales se puede interpretar de acuerdo con los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas acerca de los valores y el comportamiento ambiental, que los valores de auto-trascendencia, en específico los valores de universalismo y benevolencia ejerce una influencia positiva sobre el comportamiento ambiental del individuo (Hansla et al., 2008; Hedlund, 2011). En este sentido, esta relación entre los valores sostenibles del individuo y su comportamiento ambiental crea un segmento de mercado que puede ser aprovechado por las empresas turísticas, tal y como: consumidores saludables, un buen ciudadano y activistas a favor del medio ambiente (Karp, 1996) que buscan destinos turísticos alternativos a favor de la reducción de contaminación. Por otro lado, los valores de auto-mejora se encuentran negativamente relacionados con este comportamiento ambiental.

El comportamiento ambiental no sólo depende de los valores que posee el individuo. Por tanto, Corraliza y Berenguer (2000) argumentaron que “el comportamiento ambiental depende de los valores relativos de las variables personales y de la situación en la cual interactúan, más que en valor de cada uno en sí mismo” (p.846). En dicha situación de interacción de los valores con los cuales se identifica una persona; las normas, creencias y obligaciones personales predicen el comportamiento ecológico del individuo (Kaiser et al., 1999; Latif et al., 2012).

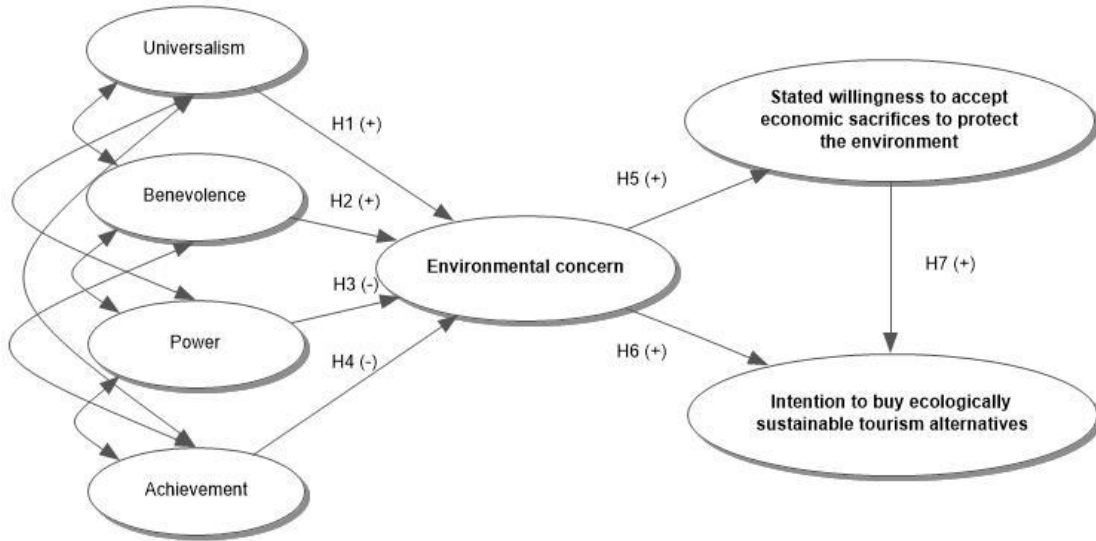
Figura 1.2. Modelos analíticos acerca del estudio del comportamiento ambiental en función de los valores



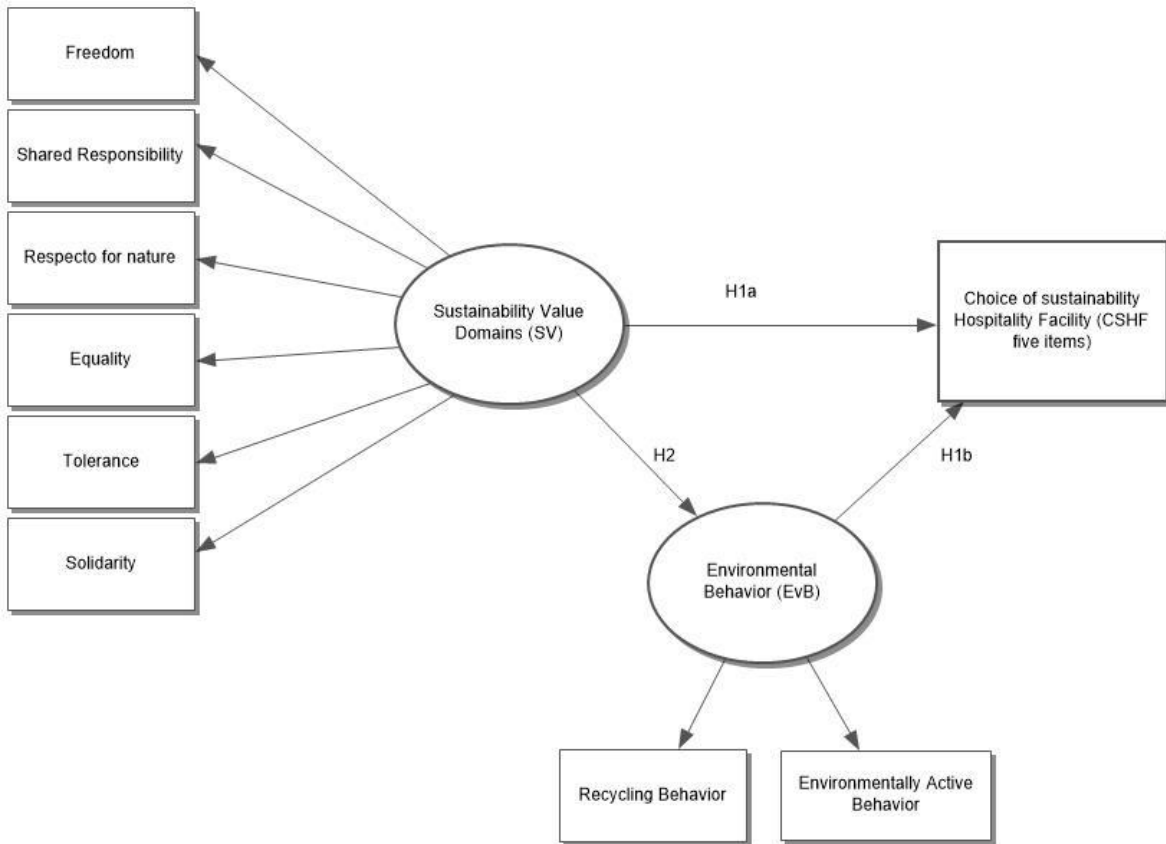
Elaboración propia basado en Norlund y Garvill, 2002



Elaboración propia basado en Hansla et al., 2008



Elaboración propia basado en Hedlund, 2011



Elaboración propia basado en Sirakaya et al., 2013

Con base en lo anterior, los valores anteceden al comportamiento ambiental, teniendo en cuenta que todos los valores no predicen la forma de actuar. Por lo tanto, la figura 1.2. demuestra cómo se fueron discriminando algunas dimensiones de los valores como los de auto-mejora que no poseen alguna relación positiva sobre este comportamiento ambiental. De manera que, Sirakaya et al. (2013) sólo toma a los valores sostenibles (Ver apartado 1.3.1.) como los que demuestran estadísticamente la relación que existe con el comportamiento ambiental. Un avance en la investigación turística acerca de la opinión de los viajeros en cuanto a su comportamiento ambiental. Sin embargo, esto no quiere decir que realmente elijan comportarse de forma amigable con el medio ambiente durante sus vacaciones, desde este enfoque cuantitativo.

En cuanto a la explicación del fenómeno del turismo, se puede constatar que la parte cuantitativa resulta ser un tipo de investigación que se aproxima más a comprobar la realidad de los fenómenos. Sin embargo, la investigación cualitativa puede terminar de corroborar esta realidad en la industria turística. Por un lado, los modelos propuestos para predecir el comportamiento ambiental, muestran que se ve afectado por los valores y por las experiencias que se hayan adquirido durante un viaje (Miller, Rathouse, Scarles et al., 2010). Por otra parte, los métodos cualitativos en cuanto a la técnica de recolección de la información de entrevistas semi-estructuradas poseen mucha relevancia, ya que los estudios mixtos ofrece más capacidad explicativa a la variable de estudio del comportamiento ambiental de los viajeros.

Ante la situación planteada, Juvan y Dolnicar (2014) realizaron una investigación cualitativa para entender la actitud y el comportamiento ambiental dentro de las prácticas del turismo sostenible. Entrevistaron a 25 miembros activistas de una organización a favor de la protección y conservación del medio ambiente y sorprendentemente, se encontró que existen muchos contrastes entre las actitudes, normas sociales, conductas y creencias por parte de los activistas que en principio se cree que conocen los impactos negativos que el turismo genera. Entonces, partiendo del supuesto que los activistas poseen mayor información acerca del turismo y que se comportan de forma amigable con el medio ambiente, en la aplicación de una investigación cuantitativa hacia este sector los resultados serían positivos y muy favorables. Sin embargo, al momento de aplicar técnicas de la

investigación cualitativa, se arrojan resultados opuestos, ya que los grados escolares, comportamientos ambientales en casa, comportamientos ambientales durante el viaje, la edad y posición socioeconómica pueden ejercer influencia sobre su comportamiento ambiental de los viajeros (Budeanu, 2007).

De acuerdo con Barr et al. (2010) dentro de su investigación mixta, dividieron en tres grupos a través de un clúster a 202 participantes de acuerdo con su edad. La elaboración de un *focus group* sirvió para discutir temas acerca del aumento en los impuestos en los vuelos y su uso constante durante las vacaciones. Los resultados expusieron que los viajeros más comprometidos con el comportamiento ambiental se encuentran más dispuestos a pagar un incremento sobre impuestos aéreos para contribuir menos a la contaminación que emiten los vuelos (Holden, 2009). Por otro lado, los que poseen un comportamiento ambiental en casa no están a favor de la alza de los impuestos en los vuelos y tampoco en gastar su tiempo libre en casa durante sus vacaciones.

En definitiva se puede notar a través de este estudio, que no todo lo que dicen ser los viajeros, lo llevan a cabo durante sus vacaciones. Con base en Miller et al. (2010) argumentaron a través de los sujetos de estudio que “En vacaciones, no existen incentivos para la conservación” (p.636), por lo que los viajeros aún no logran captar sus impactos sociales de practicar turismo: una industria devastadora, de sueños burgueses (Aledo, 2008) y de milagros hoteleros (Segrado et al., 2010). Por consiguiente, si los individuos deciden optar por un comportamiento ambiental en casa, no están dispuestos a cambiar su comportamiento durante sus viajes, sacrificando sus vacaciones a favor de la problemática ambiental. Así pues, algunos viajeros “no están listos para reducir su impacto sobre el cambio climático” (Barr et al., 2010: 480). De igual forma no optarán por otras alternativas de transportación para mitigar el impacto sobre la contaminación del aire (Van Vugt, Meertens y Van Lange, 1995; De Groot y Steg, 2006).

En cuanto al comportamiento ambiental activo y de reciclaje se tiene que, el consumo excesivo de recursos crea más desperdicio (Andersson y von Borgstede, 2010), especialmente en las áreas urbanas. Para esta problemática, se han puesto en marcha diversos programas de participación social en el sentido de la separación de basura, Vicente

y Reis (2012) midieron las actitudes, los incentivos, los comportamientos de los participantes ante su participación en estos programas de separación de residuos. Teniendo como resultado, la baja participación de las familias en este proceso de reciclaje, ya que a través de la segmentación de tres grupos se encontró lo siguiente: los integrantes del grupo que les da igual el comportamiento de reciclaje y el de los que no participan por falta de información (Andersson y von Borgstede, 2010) acerca de los beneficios ecológicos que se pueden obtener a partir de este procedimiento. Desafortunadamente los resultados arrojaron que para comenzar un proceso de reciclaje las familias necesitan de incentivos para que valga la pena la recolección y separación de basura en sus hogares. Sin embargo, existe un grupo que está altamente interesado sobre este comportamiento de reciclaje y es importante mencionar un dato relevante dentro de este grupo: el 59.9% de los participantes del grupo que se interesan en este proceso son mujeres, en un promedio de edad de 41 años, lo cual muestra una relación con la teoría de los valores y el rol de género que cada dimensión de los valores representa para los varones y las mujeres (Schwartz, 1992; Schwartz y Bardi, 2001). Hallazgo que comprueba una vez más el compromiso que adquieren las mujeres a través de sus valores, en función de su comportamiento de reciclaje. La intención de adquirir este comportamiento se ve influenciado por los valores que se relacionan con la sustentabilidad Latif et al. (2012).

Hasta el momento sólo se ha establecido el comportamiento ambiental que optan los individuos y los viajeros, sin embargo también existe la toma de decisiones que realizan las empresas prestadoras de servicios de alojamiento para adquirir un comportamiento ambiental. Bajo esta misma idea, son pocos los estudios que se han abordado desde esta perspectiva (Tzschentke et al., 2008) en el que las empresas invierten, gestionan, innovan y operan sus recursos de forma responsable a favor del medio ambiente. Es entonces que, la toma de decisiones en los servicios de pernoctación en la industria turística se refleja en el tipo de producto que ofertan, y al mostrarse alguna experiencia positiva en cuanto al servicio ofertado, se recomiendan los destinos, haciendo de la elección del viajero un proceso menos complicado, ya que esta información generada a partir de la recomendación, posee una imagen percibida del lugar de visita, haciendo de la parte cognitiva, un indicador en el que se pudiera medir la probabilidad de elección de los viajeros en base con sus

valores en principio y sus motivaciones. Subtema perteneciente a una de las variables del estudio que se analizará en el siguiente apartado.

1.5. Elección del viajero sobre los servicios de hospitalidad

Previamente se argumentó que los turistas son visualizados como consumidores potenciales de los servicios ofertados por los operadores turísticos en donde el ocio de acuerdo con Vázquez (2010) “se convirtió en un elemento importante del discurso social para mover la economía de muchos países” (p.12) siendo un elemento primordial a favor de la industria turística. La toma de decisiones de los viajeros va en función de la oferta turística emitida a través de los medios de comunicación, como medio principal, por lo tanto, se adentran de forma anticipada a la información general del lugar de agrado (Mattila, 2004). Ante esta función de los medios publicitarios Chan (2013) estableció que “Los hoteles probablemente pueden tomar ventaja sobre el marketing y la publicidad como resultado de las certificaciones de las eco-etiquetas” (p.459). Esta estrategia publicitaria hacia los consumidores acerca de la problemática ecológica, hace de este proceso de elección, un proceso de vulnerabilidad, en donde los turistas se vuelven un poco conscientes de manera indirecta acerca de los impactos tanto negativos como positivos de la industria turística, principalmente los de índole ambiental (Budeanu, 2007) ante su elección final. Vulnerabilidad generada por los medios de comunicación, por lo general el internet, como uno de los factores de gran envergadura en el proceso de elección de los viajeros, y puede verse influenciado por los valores y comportamientos que posee el individuo a través del ataque publicitario (De Boer et al., 2007). Cabe mencionar que, para la presente investigación, sólo se mencionarán los valores y comportamientos ambientales como un antecedente de la decisión del viajero, como fundamento principal del marco teórico.

Ahora bien, los turistas que prefieren destinos alternativos o ecoturísticos, principalmente buscan y eligen alternativas de alojamiento ecológicos. Por lo regular, estas decisiones se basan en la cercanía que guaren los sitios de visita con su itinerario planeado, ya que esta cercanía representa seguridad en el viaje (Chaminuka et al., 2012). Ya que, a raíz del atentado que sufrió Estados Unidos, ha representado la inseguridad durante un viaje, es

decir, la seguridad se vuelve una motivación que impulsa al viajero a tomar una decisión en donde Mattila (2004) la conceptualiza como “una motivación intrínseca que poseen los individuos” (p.451).

Además, los viajeros que optan por estos destinos ecoturísticos, como el caso de Guatemala, prefieren realizar un gasto más elevado por los servicios que regularmente contratan, es decir, servicios de alojamiento dentro de los parques de visita (Hearne y Santos, 2005), ya que conocen los beneficios que podrían estar generando para las comunidades locales, además de que estas decisiones se toman en base al contexto por el que atraviese el país anfitrión. Adicionalmente, algunos países poseen políticas ambientales con bastante rigor a favor de la protección de algunos sitios para conservar los recursos, manteniendo precios elevados de entradas a los sitios naturales así como acceso limitado de turistas por año (Holden, 2009). De modo que, los viajeros desean estar seguros durante su viaje, evitando cualquier conflicto que pudiera afectar sus expectativas, lo cual le quitaría imagen y recomendación al destino, al producirse experiencias negativas durante el viaje. Por el contrario, los viajeros son conscientes de los impactos que pudieran generar en su práctica turística, ya que de esta forma pagan altas tarifas por acceder a un sitio turístico natural.

Por otro parte, la realización de investigaciones de acuerdo con el consumo de los viajeros durante su viaje ha ido determinando sectores del mercado con la finalidad de entender al consumidor (Šimková y Holzner, 2014). De acuerdo con Mattila (2004) describió la importancia que conllevan las publicaciones en revistas científicas acerca de investigación turística y la amplitud de investigaciones que han colaborado con las ciencias de apoyo. Asimismo, elaboró una revisión de publicaciones realizada en el año 2003 en cuanto a diversos temas como: las actitudes de los viajeros, los factores sociodemográficos que influyen sobre las decisiones finales, la elección de destinos, la parte cognoscitiva de los turistas, la mercadotecnia, por mencionar algunos. Con la finalidad de darle relevancia a la investigación en esta área de estudio.

Además, una variable de la investigación que se considera esencial en el mercado turístico es el estudio de los comportamientos de los viajeros durante la visita, y como estos son

visualizados como factores que influyen en el consumo. Al mismo tiempo se evalúan que tanto de acuerdo o en desacuerdo se encontrarían acerca de volver al lugar de visita los viajeros, y al poseer resultados negativos se encontraría que a falta de innovación y operación a favor del medio ambiente (Budeanu, 2007; Millar y Baloglu, 2008) los viajeros no recomendarían o repetirían una segunda visita al destino. Adicionalmente, existen factores que intervienen para tomar una decisión. Con base en González (2011) afirmó que existen “factores que orientan la decisión final: individuales (propios de individuo que decide) y de grupo (del grupo social al que pertenece el individuo que decide)” (p.219). Esto es, que la motivación que represente el viaje, tendrá que ir en función de los servicios que el turista contrate.

La decisión final del turista no sólo se ve influenciada por sus motivaciones que presente a través de los valores y se refleje en sus comportamientos, sino que va más allá de esto, en ocasiones los viajeros optan por pagar servicios con cargos extras a favor de la protección al medio ambiente. No obstante, algunos opinan lo contrario, ya que son servicios intangibles, los cuales no le producen alguna satisfacción al viajero de forma directa (Ho et al., 2012). Por tanto, son servicios que sólo conoce y opera el capital humano interno de los hoteles. Ante esto, los inversionistas toman esta misma postura, ya que temen fracasar en su inversión de operaciones sostenibles, aunque no están seguros que tan rentable y atractivo se vuelva esta innovación para los viajeros, ya que se presenta como un servicio intangible. Es evidente que, para algunos viajeros el hecho de salir de vacaciones es sólo con un motivo: romper con la rutina que día a día lleva a cabo, y esto trae consigo diversos factores que intervienen en su proceso de decisión ya sea a favor o en contra de la protección y conservación de la biodiversidad. El estudio de Barr et al. (2010) demostraron a través de una segmentación de grupos que los viajeros están dispuestos a pagar más cargos extras para mitigar la contaminación, sin embargo, no están a favor de recortar sus vacaciones, lo que implicaría para algunos privarlos de su derecho de libertad, según sea el contexto, además de no estar de acuerdo en acortar distancias para reducir el impacto de contaminación.

Ante esta idea presentada, el proceso de elección por lo regular en investigaciones turísticas de tipo cuantitativas, los viajeros optarán por contestar que poseen un comportamiento

ambiental y que optan por servicios ecológicos, o bien por parte de los mismos prestadores de servicios, y esto sería muy subjetivo de analizar, ya que ante lo dicho, puede contradecirse en su comportamiento real.

De acuerdo a las ideas que se han venido analizando, Ho et al. (2012) en su estudio acerca de la disposición de pagar alojamientos con prácticas ecológicas de los viajeros, encontraron que algunos factores sociodemográficos son significativos sobre esta disposición monetaria. En primer lugar, el ingreso económico muestra en primer lugar, el comportamiento y compromiso que se guarda con el medio ambiente y como los altos ingresos en contra de los bajos ejercen diferencias sobre la elección del tipo de hotel y sus prácticas ecológicas. En segundo lugar se demostró que los hombres están dispuestos a pagar un cargo extra a favor de las operaciones sostenibles, resultados que contradicen las dimensiones de los valores (Schwartz, 1992; Dietz et al., 1998; Schwartz y Rubel-Lifschitz, 2009) en el que se atribuye que las mujeres se inclinan más a favor de la protección del medio ambiente. Y por último, se hace énfasis que al comparar investigaciones entre diversos países, ciertamente los contextos influyen en los resultados encontrados. Es por eso, que en el apartado metodológico se argumentará la situación de manera breve de los destinos analizados para la presente investigación.

Por último, la elección del viajero surge de los componentes de la imagen de un destino turístico, por una parte el factor cognitivo, en segundo lugar el factor afectivo y por último el conativo (Máñez et al., 2012) referente este último a las acciones de los individuos. Esta imagen de los destinos influye en la elección de los turistas, por lo que Gândara y Azeglio (2010) argumentaron que “Diversos trabajos ponen de relieve la necesidad de aportar una visión más global sobre la formación de la imagen de destino turístico, que se concibe como la fase más importante en el proceso de elección de un destino” (Sección de conclusiones, párr. 3).

En el siguiente apartado se hará mención de la operación de las empresas de servicios de alojamiento como uno de los elementos que podría influir en la elección del viajero, de acuerdo con las características con las que funcionan estos servicios turísticos de pernoctación. De igual forma, se mencionan algunas problemáticas a las que se enfrenta la

industria de hospedaje, y cómo se han ido gestionando los recursos para operar de una forma sostenible.

1.5.1. Prácticas de carácter sostenible de los servicios de alojamiento

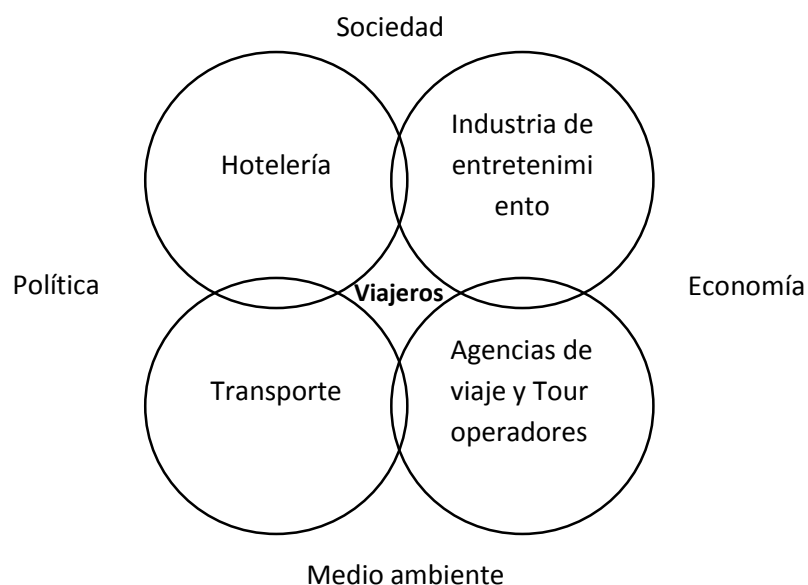
Los operadores de la industria turística, Sancho (2006) los definió como “los agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico” (p.55) entre los cuales se pueden encontrar a los servicios de alojamiento y restaurantero, agencias de viajes, parques de atracciones, casinos, servicios de entretenimiento, los medios de transporte y otros servicios que se encuentren enfocados a la red del turismo (Ver figura 1.3.). Estas empresas dedicadas al servicio turístico con base en Osorio (2007) expuso que “procuran altos niveles de especialización en el servicios para lograr la calidad y competitividad que les permita diferenciarse en el mercado” (p.481). Asimismo, las empresas turísticas tienen la oportunidad de apertura de sus mercados hacia otros países como lo son las cadenas hoteleras y franquicias de otro giro. Por lo tanto, en materia de turismo estas empresas son las responsables de cubrir la demanda turística, ofertando su producto final, es decir, servicios intangibles que brindan nuevas experiencias de la visita, generando satisfacción hacia los turistas.

Resulta oportuno hacer mención que por motivos de cumplir objetivos del presente estudio, sólo se mencionará a las empresas de servicios de alojamiento, las cuales desempeñan un papel de gran importancia sobre la elección del viajero en base al factor económico que representa la toma de decisiones de los viajeros. Asimismo, uno de los factores que ha ido modificando la imagen de los servicios de hospedaje es la problemática ambiental, reflejando sus operaciones a favor o en contra del dinamismo del cambio climático a causa de planificaciones que se han llevado a cabo de forma errónea, en donde indudablemente la gobernanza ha predominado a favor de las empresas (Unión Mundial Para la Naturaleza, 2005).

Como consecuencia de estos planes de desarrollo de cada nación, el resultado se concentra en que las empresas prestadoras de servicios de pernocta son visualizadas como invasoras

de espacios y donde no sólo existen problemas a niveles ambientales sino también socio-culturales, orillando a los inversionistas a optar por planificaciones y proyectos con una visión sostenible. Por citar un ejemplo, el uso de los recursos dentro de los establecimientos de hospedaje, la composición de los materiales que se utilizan para las amenidades en los cuartos, la calefacción de las albercas, el uso de la electricidad, entre otras (Millar y Baloglu, 2008). Ahora bien, el establecimiento de Áreas Protegidas en donde se lleve a cabo actividades turísticas es visto como un modelo de desarrollo a favor de la conservación, es por eso que los empresarios hoteleros deben adecuarse a las necesidades no sólo de su demanda, sino del entorno socio-cultural y ambiental por el que están rodeados (Hearne y Santos, 2005). Siguiendo la misma idea, del desarrollo de modelos que implementen la protección y conservación de una Área Protegida, se encuentra en manos de la gobernanza ya que finalmente las decisiones que se tomen a favor del medio ambiente, están en función de los beneficios que pudiera generar una declaratoria de este tipo, aunado a esto la falta de información sobre la legislación mexicana en materia de protección ambiental. Es decir, que no sólo se planteen modelos de desarrollo a favor de la conservación sino que se elaboren políticas ambientales para regular la destrucción de la industria turística en Áreas Protegidas.

Figura 1.3. Entorno de los operadores turísticos



Elaboración propia basado en Sancho, 2006.

Asimismo se observa que los atributos con que un hotel opera de manera amigable con el medio ambiente son: el reciclaje en cada cuarto del huésped, un proceso de composta y separación de basura en general; el consumo de energía y el ahorro del agua (Barr et al., 2010). A consecuencia de esto, Hedlund (2011) optó por definir a los hoteles verdes como alternativas ecológicas del turismo sostenible. Acciones que no sólo se reducen al cuidado ambiental, es decir, se hace énfasis en las formas de integrar estas prácticas con el contexto de operación. Por ejemplo, su capital humano, la cultura organizacional, la calidad de vida de las comunidades cercanas a los hoteles verdes y lo más importante la conservación de la biodiversidad.

En cuanto a los procedimientos en la operación de los hoteles, varía de acuerdo con el tamaño, sin embargo, el gasto de los recursos y la contaminación que se emite, representa impactos negativos para el medio ambiente, como puede verse en la lavandería de los blancos, la calefacción de las albercas, y los productos de limpieza utilizados por ama de llaves, entre otras más. Estas acciones han tomado otro rumbo por parte de la visión o planeación del turista durante la estancia en algún sitio, optando por seleccionar hoteles evidentemente con prácticas sostenibles (Dolnicar, 2004; Barr et al., 2010). Por otro parte, se puede notar que el recurso humano forma parte esencial sobre la implementación de prácticas con características sostenibles, ya que los directores decidirán el rumbo de un servicio de alojamiento con atributos sostenibles, llevando a cabo procesos que realcen al hotel, y lo posicionen dentro del mercado del turismo alternativo y sostenible, como una categoría que evidencie a hoteles amigables con el medio ambiente.

No obstante, a pesar de que un hotel cuente con prácticas sostenibles o por el contrario no se lleven a cabo, no quiere decir que ganara un amplio mercado; lo interesante es saber si el visitante o huésped estará dispuesto a pagar por los servicios (Hedlund, 2011), sabiendo que los costos de visitar destinos ecológicos son más elevados que el turismo tradicional. Por otro lado, se encuentra el factor de la comodidad sobre el consumo, ya que estos hoteles ecológicos operan con recursos reutilizables y esto podría causar conflicto en la elección del cliente sobre el servicio. Que representaría una relación negativa de los huéspedes con las prácticas sostenibles de las empresas de alojamiento en la industria del turismo.

Esto hace referencia al apartado de los estudios cognitivos de los individuos, donde se muestran como los valores (componente cognitivo) y comportamiento de los turistas (componente conativo) influyen sobre algunas acciones llevadas a cabo por las empresas. De acuerdo con Millar y Baloglu (2008) se puede notar que los valores del individuo y el compromiso tanto egoísta como altruista que posee cada persona, conlleva la satisfacción, opinión, y recomendación (Prud'homme y Raymond, 2013) después de haber adquirido un servicio de alojamiento, con la finalidad de comprobar la representatividad de implementar métodos sostenibles para ofertar un servicio.

La elaboración de la investigación mixta de Millar y Baloglu (2008) en la que se recolectó información dentro de una conferencia de hoteleros corporativos en las Vegas, Nevada. A través de cuestionarios divididos en cuatro secciones: la primera constaba de dos preguntas cualitativas sobre la percepción de los turistas acerca de la problemática de la industria del turismo ambientalista y por otra parte la percepción al oír las palabras de hotel verde. La segunda sección consta de una escala de Likert de una encuesta sobre el grado de aceptación de que los hoteles realicen este tipo de prácticas sostenibles. La tercera sección se observa como la recolección de datos personales y académicos de los entrevistados puede ocuparse con la finalidad de obtener un clúster definido. Y por último la cuarta sección se hace una recogida de datos de preguntas no estructuradas hacia las personas, acerca de las prácticas ambientalistas que realizan en casa cada una de estas. En la que se pudo comprobar que el estudio posee representatividad de acuerdo con los resultados favorables en cada una de sus variables y su relación planteada acerca del compromiso que deben de plantear los hoteles al adquirir características sostenibles. Otro dato interesante, fue que la mayoría de los encuestados jóvenes se ven más comprometidos con este manejo de los servicios hoteleros, ya que refleja un segmento de mercado que está consciente del impacto que se ha generado hoy en día por parte de la industria hotelera, y por supuesto son responsables para conservar el futuro de las nuevas generaciones. Resultados positivos dentro de la investigación turística, ante la aceptación de estos servicios sostenibles podrían servir como un indicador para medir que tan sostenible es un hotel.

En el siguiente subtema, se incluyen estudios acerca de los valores del sector turístico, el comportamiento ambiental y las estrategias mercadológicas de la industria de pernocta, con

la finalidad de conocer el avance en la investigación turística acerca de cómo las empresas de alojamiento de carácter sostenible han empleado diversas estrategias para posicionarse dentro del sector y por otro lado que acciones están presentando para mitigar su contaminación hacia el medio ambiente. Es importante mencionar que existe escasa evidencia empírica en cuanto a la parte cognitiva, afectiva y conativa de los viajeros en la industria turística mexicana, en donde Máñez et al. (2012) sólo identificaron cuatro estudios referentes a la imagen de los destinos y cómo influyen los elementos cognitivos y afectivos sobre la elección del viajero. Por último, se muestran algunos estudios realizados en cuanto a la toma de decisiones de los dirigentes de los servicios de alojamiento (Chan, 2013) y como ha favorecido la operación de forma amigable hacia el medio ambiente respecto a la industria turística.

1.5.2. Estudios empíricos acerca de las estrategias de competitividad de acuerdo con la implementación de operaciones sostenibles

Partiendo de las relaciones anteriormente mencionadas entre los valores del individuo, el comportamiento ambiental y la elección de pernocta con características sostenibles de los viajeros en relación con la industria turística y la sustentabilidad. Se puede establecer que el turismo no sólo se encarga de estudiar los desplazamientos de los viajeros y la derrama económica en los destinos, sino la investigación abordada trata de visualizar al turismo como un sistema integrador de muchos elementos que lo definen, como las principales motivaciones de los viajeros para realizar turismo, su comportamiento ecológico (Latif et al., 2012) en los destinos receptores respecto al medio ambiente, la forma en como están operando las empresas de servicios de alojamiento y por último, la elección que toman los viajeros para pernoctar en los destinos de acuerdo con los elementos mencionados. Es decir, el turismo debe ser estudiado como un fenómeno social, político, ambiental y económico con la finalidad de entender su funcionalidad y de esta forma ampliar sus áreas de estudio en la investigación turística.

Realizada la reflexión anterior, se elaboró un listado de artículos en cuanto a los valores de los individuos, comportamiento ambiental y gestión ambiental de las empresas turísticas de

pernocta. Así pues, se enmarca la evolución en la investigación turística desde 1998 y cuales aportes académico se ha venido realizando. Por tanto, se presenta a continuación la compilación de artículos publicados entre 1998 y 2014, como una aportación teórica ante la escasa vinculación de estudios de la misma índole (Spash, 2002) respecto a la investigación en el marketing turístico a partir de conocer las motivaciones del viajero desde el análisis cognitivo, afectivo y conativo (Máñez et al., 2012) principalmente a través de sus valores y reflejando comportamientos ambientales (Schwartz & Bardi, 2001; Chiu et al., 2014).

La tabla 1.6. muestra la representatividad de conocer nueva información acerca del estado de arte que se ha estado trabajando en la investigación turística y como estos estudios se han visualizado como una oportunidad de posicionamiento y una ventaja competitiva en las empresas de servicios turísticos, de igual manera ser tomados en cuenta como una estrategia mercadológica de las mismas a favor del panorama del desarrollo sostenible, para lograr mejores resultados.

Tabla 1.6. Investigaciones realizadas en materia de turismo desde el enfoque de competitividad y posicionamiento

Autores	Título del estudio	Objetivo	País
Sirakaya-Turk, E., Baloglu, S. y Mercado, H. (2013)	The efficacy of sustainability values in predicting travelers' choices for sustainable hospitality businesses	Examinar la eficacia de la escala de valores de la sustentabilidad para predecir viajeros potenciales en servicios de alojamiento con prácticas sostenibles.	Estados Unidos
Göğüs, G., Sarper, I. y Apak, S. (2013)	Innovation and sustainable growth measurement in hotel industry: A hierarchical decision making model	Diseñar un modelo para obtener un criterio complejo de desarrollo sostenible para la medición del crecimiento e innovación sostenible.	Turquía
Prud'homme, B. y Raymond L. (2013)	Sustainable development practices in the hospitality industry: an empirical study of their impact on customer satisfaction and intentions	Verificar el nivel de satisfacción del cliente de acuerdo con las prácticas sostenibles, como reducir el consumo de recursos naturales y promover producto de comida regional en la operación de cenas del hotel así como ofertar artesanías locales en los cuartos como decoración.	Canada
Chan, E. (2013)	Managing green marketing: Hong Kong hotel manager's perspective	Investigar las percepciones de los empresarios hoteleros acerca de la relativa importancia de las diferentes estrategias de un mercado ecológico.	Hong Kong

Elaboración propia.

Tabla 1.6. Estudios elaborados en el campo del turismo (Continuación)

Myung, E., McClaren, A. y Li, L. (2012)	Environmentally related research in scholarly hospitality journals: current status and future opportunities	Presentar una revisión comprensiva de hallazgos recientes en medio ambiente a través de una exploración de artículos publicados en Journals de alojamiento en el periodo de 2000 a 2010.	Estados Unidos
Latif, S. A., Omar, M. S., Bidin, Y. H. y Awang, Z. (2012).	Environmental values as a predictor of recycling behavior in urban areas: a comparative study	Comparar los valores ambientalistas y el comportamiento de reciclaje de los consumidores a través de dos culturas: Kuala Lumpur y Kota Kinabalu.	Malasia
Ho, K., Stein, L., Yoonjoung, C. y Lee, S. (2012)	Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry	Determinar los efectos del grado que poseen los huéspedes respecto al compromiso medio ambiental sobre su disposición de pagar altas tarifas en apoyo a las iniciativas sostenibles de los hoteles.	Estados Unidos
Máynez, G., Aurora, I., Palafox, A., Vera, E. y Cavazos, J. (2012).	La relación entre la competitividad y la imagen percibida de los destinos turísticos	Reconocer las relaciones existentes entre la competitividad de los destinos turísticos y la imagen percibida por los turistas; describir los antecedentes teóricos del proceso de formación de imagen; y identificar investigaciones empíricas recientes respecto de la imagen de los destinos mexicanos.	México
Güemes-Ricalde, F. y Carrera-Ruiz, N. (2010)	Comportamiento del mercado turístico extranjero en el Caribe Mexicano	Determinar los factores importantes que los visitantes toman en cuenta al momento de contratar un servicio turístico y la calidad con que los demandan para su adecuada planificación.	México
Shepherd, D. A., Kuskova, V. y Patzelt, H. (2009)	Measuring the values that underlie sustainable development: the development of a valid scale	Desarrollo de una escala válida y confiable de valores que resaltan el desarrollo sostenible. Con el fin de estimular futuras investigaciones regionales, culturales y diferencias demográficas en la sustentabilidad.	Alemania
Tzschentke, N., Kirk, D. y Lynch P. (2008)	Going green: decisional factors in small hospitality operations	Determinar la influencia de la adopción de medidas ambientalistas en pequeñas empresas de alojamiento.	Escocia
Lam, T. y H.C. Hsu, C. (2006)	Predicting behavioral intention of choosing a travel destination	Probar la aplicabilidad la teoría del modelo del comportamiento planeado (TPB) usando constructos fundamentales (actitud, norma subjetiva, y el control conductual percibido), con la incorporación de la variable del comportamiento al momento de elegir un destino.	Hong Kong
Álvarez, A. (2005)	Contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras	Desarrollar el nivel y calidad de vida de la población que vive en las zonas receptoras y el disfrute de los turistas.	España

Elaboración propia.

Tabla 1.6. Estudios elaborados en el campo del turismo (Continuación)

Dolnicar, S. (2004)	Insights into sustainable tourists in Austria: a data base a priori segmentation approach	Examinar estudios realizados en el pasado centrados en ciertos segmentos de mercado y describir un grupo de turistas de verano en Austria el cual se encarga del mantenimiento del medio ambiente.	Austria
Mattila, A. (2004)	Consumer behavior research in hospitality and tourism journals	Revisar las principales tendencias del comportamiento del consumidor en la industria turística y de hospitalidad.	Estados Unidos
Kaiser, F. Ranney, M., Hartig, T. y Bowler, P. (1999)	Ecological behavior, environmental attitude and feelings of responsibility for the environment	Ampliar el modelo racional de elección de las actitudes ambientalistas que se extiende en el dominio moral mediante el uso de los sentimientos de obligación personal hacia el medio ambiente.	Suiza y Estados Unidos
Sönmez, S. y Graefe, A. (1998)	Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety	Examinar las influencias de experiencias de los viajeros internacionales, tipos de riesgo, y el grado general de seguridad que sintieron los viajeros internacionales.	Estados Unidos

Elaboración propia.

Es importante mencionar que la revisión de la literatura realizada por Myung et al. (2012) es una aportación al conocimiento de investigaciones publicadas en revistas de alojamiento respecto a la administración hotelera y el comportamiento del consumidor; en servicios de alimento y bebidas; grupos y convenciones; turismo sostenible y comportamiento de las empresas así como de los gerentes hoteleros. Este estudio complementa la revisión de estudios realizado por el investigador como apoyo bibliográfico a la presente investigación. Por otro lado, la investigación realizada por Máynez et al. (2012) demuestra la poca investigación que se ha realizado en el ámbito turístico de acuerdo con la imagen de los destinos desde la parte cognitiva y afectiva, la cual influye en la elección del destino por parte del viajero.

Finalmente, en la investigación realizada por Chan (2013) demostró que los dirigentes hoteleros, sujetos de estudio, conocen la importancia de operar con servicios ecológicos, es decir, a favor de la conservación del medio ambiente. Apostando por la inversión hacia las estrategias verdes (Göğüs et al., 2013) y el marketing verde, con la finalidad del éxito a largo plazo, es por eso que Chan (2013) sugirió que “Convertirse en un hotel verde puede ser el primer paso para una gran estrategia de marketing verde, por lo tanto, los hoteleros

deben demostrar su compromiso con la protección ambiental, comenzando con diferentes medidas estratégicas y servicios ambientales para reducir la producción de basura, el uso de energía y agua, y otros insumos” (2013: 460).

Por consiguiente, la decisión de los viajeros se encontrará en función de la oferta publicitaria turística, encontrada principalmente en los portales web de los servicios de alojamiento, ya que el marketing a favor del medio ambiente, logra crear conciencia de la problemática que enfrenta la industria del turismo, especialmente en los grandes desarrollos turísticos de servicios de alojamiento. La generación de investigación turística en el ámbito académico puede crear nexos con las empresas de servicios turísticos, con la finalidad de conocer cuáles son las tendencias del mercado, pero de igual forma se insertan ciertas problemáticas que podrían estar afectando los entornos tanto ecológicos como socio-culturales de los destinos, con la finalidad de acrecentar una conciencia ambiental que impacte los valores en los empresarios hoteleros. Y de esta forma, se opte por renovar las operaciones en los servicios, tornándose en operaciones ecológicas con un mayor atractivo sobre la decisión final de los viajeros.

1.6. Planteamiento de las hipótesis y desarrollo del modelo hipotético

En párrafos anteriores, se abordaron los temas de turismo, desarrollo sostenible, valores sostenibles, comportamientos ambientales, elección del viajero de las empresas turísticas de servicios de alojamiento de carácter sostenible, con la finalidad de presentar un acercamiento teórico a dichos conceptos, que permitirán la creación del modelo hipotético a probar. Mismas variables que dan pasó a la presentación de las hipótesis planteadas en los siguientes apartados, finalizando con la presentación del modelo hipotético a probar.

1.6.1. Hipótesis 1. Los valores sostenibles del viajero y su relación con la elección del servicio de pernocta

En apartados anteriores se mencionó que los valores son representaciones cognitivas (Bilsky y Schwartz, 1994; Schultz y Zelesny, 1999; Schwartz et al., 2000) y para algunos autores funcionan como filtros de información (Stern y Dietz, 1994) que posee el individuo,

en donde existen diversas motivaciones (Mehmetoglu et al., 2010) que empujan al sujeto a comportarse de determinada manera, según sea el rol de género que desempeñe (Schwartz y Bardi, 2001; Dietz et al., 1998). Ahora bien, ante la escases de investigaciones turísticas a partir de la parte cognitiva de los viajeros Máynez et al. (2012) encontraron que son pocos los estudios que se han realizado desde esta perspectiva. Igualmente, hacen énfasis que la imagen de un destino se ve influenciada por la evaluación de esta parte cognitiva y afectiva. Esto es, que la imagen podría influenciar de forma positiva la elección del viajero en cuanto a un destino turístico. Es entonces que se plantea la siguiente hipótesis:

H₁: Los valores sostenibles influyen directa, positiva y significativamente sobre la elección del viajero al optar por un servicio de alojamiento con características sostenibles.

1.6.2. Hipótesis 2. Los valores de la sustentabilidad y el comportamiento ambiental del viajero

En segunda instancia, los valores que se asocian con el desarrollo sostenible son: igualdad, equidad, solidaridad, tolerancia, respeto hacia la naturaleza y la responsabilidad compartida (Asamblea General, 2000) previamente estudiados por Schwartz (1992; 2006); Bilsky y Schwartz (1994); Schultz y Zelesny (1999); Schwartz et al. (2000) comienzan a contraer interés por parte de los investigadores en el ámbito turístico, en busca de “nuevos escenarios” (Wallingre, 2011) para entender el fenómeno turístico. Entonces, Shepherd et al. (2009) crean una escala que pudiera cuantificar estos valores, la cual sirvió de base para la realización de la presente investigación. Por otro lado, Karp (1996) afirmó que los valores influyen en el comportamiento de los individuos, desde el hecho de poner la basura en el lugar indicado (Juvan y Dolnicar, 2014) deja algo que decir acerca de los valores del individuo (para esta relación los valores que influyen son los de benevolencia y universalismo) y como ejercen cierta influencia sobre su comportamiento ambiental (Hansla et al., 2008; Hedlund, 2011; Miller et al., 2010; Norlund y Garvill, 2002). Entonces, la hipótesis que se desprende de la investigación es la siguiente:

H₂: Los valores sostenibles influyen directa, positiva y significativamente sobre el comportamiento ambientalista.

1.6.3. El comportamiento ambientalista de los viajeros y la relación existente con su elección de pernocta

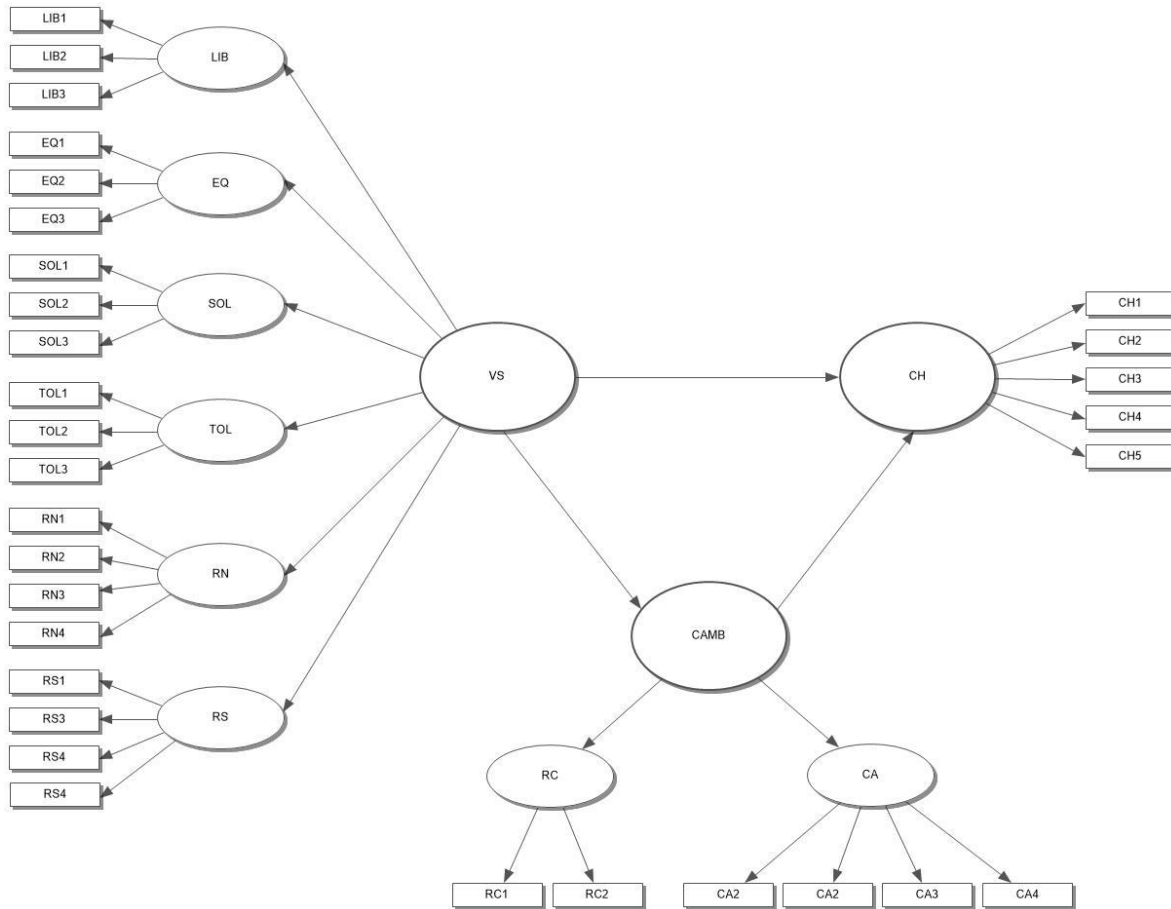
Finalmente, ante la posible relación existente entre los valores sostenibles y los comportamientos ambientales, la última hipótesis a contrastar tiene que ver con la elección del viajero, es decir, cómo sus principales motivos de viaje crean un valor en el turista, y a través de esto se comporta de cierta manera a favor o en contra del medio ambiente (Chiu et al., 2014). Teniendo como referencia que existe un comportamiento ambiental del viajero y de preferencias hacia los servicios turísticos sostenibles (Dolnicar, 2004; Barr et al., 2010) elige y consume estos servicios ecológicos, a pesar de los altos costos (Hedlund, 2011) con los que las empresas de servicios de alojamiento con carácter sostenible operen. Es por eso, que la siguiente hipótesis a contrastar es la siguiente:

H₃: El comportamiento ambientalista de los viajeros influye influyen directa, positiva y significativamente sobre su elección de un servicio de alojamiento con características sostenibles.

1.6.4. Modelo hipotético

Una vez planteadas las hipótesis a contrastar para la presente investigación, se da paso a la estructura del modelo hipotético a contrastar, el cual se basa en un enfoque cuantitativo, que será estimado a través de un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) y el Modelo de Ecuaciones Estructurales (Structural Equation Modeling) una técnica de análisis para estudio cuantitativos “relativamente nueva, teniendo sus comienzos a partir de los años 70’s” (Golob, 2003:3). Entonces se presenta de acuerdo con Sautu et al. (2005) el “armazón argumentativo del marco teórico” (p. 69), definido como el modelo hipotético (Ver Figura 1.4.):

Figura 1.4. Modelo hipotético de la investigación



Fuente: Sirakaya et al., 2013

En este capítulo se ahondó en la parte teórica acerca del turismo, la sostenibilidad, los viajeros con características sostenibles, los valores sostenibles, el ecoturismo, los tipos de turismo, el comportamiento ambiental, los servicios turísticos con características sostenibles, así como cada una de las variables del estudio representadas a través del modelo hipotético presentado, el cual se contrastará más adelante. Con base en las consideraciones anteriores se da paso a presentar el siguiente capítulo correspondiente al desarrollo metodológico que se llevó a cabo durante la investigación.

Capítulo 2. Metodología

2.1. Diseño de la investigación

En el presente capítulo se describirá cada uno de los pasos que se siguieron para el estudio realizado, con la finalidad de entender los procesos llevados a cabo y confirmar la validez de la investigación a través del uso de escalas validadas.

La investigación consiste en un enfoque cuantitativo, el cual a través de la recolección de información y su análisis pretende contrastar las hipótesis planteadas con ayuda de la estadística (Arriaga et al., 2008). Ahora bien, la recolección de datos se llevó a cabo en un tiempo específico, lo cual hace de la investigación ser un diseño transversal o transeccional, en donde Hernández, Fernández y Baptista (2006) afirmaron que estos diseños “describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto” (p.213).

Inicialmente, se comenzó con la fundamentación de la investigación, estableciendo la introducción del estudio, el planteamiento del problema, la pregunta de investigación, los objetivos planteados, la justificación y los beneficios esperados del estudio. Posteriormente, se realizó el capítulo perteneciente al marco teórico que tiene por objetivo “ubicar el problema y el resultado de sus análisis dentro del conjunto de conocimientos ya existentes” (Arriaga et al., 2008: p. 44) o bien el estado de arte que existe respecto al tema de estudio. De igual forma, se establecen las hipótesis planteadas por el investigador y se presenta el modelo analítico a contrastar.

Seguidamente, se realizó el apartado metodológico, es decir, cómo se recopiló la información y que procedimientos fueron planteados y ejecutados para el desarrollo del estudio. Por lo que, Sautu, Boniolo, Dalle y Elbert (2005) expusieron que la metodología:

Está conformada por procedimientos o métodos para la construcción de la evidencia empírica. Esta se apoya en los paradigmas, y su función en la investigación es discutir los fundamentos epistemológicos del conocimiento. Específicamente, reflexiona acerca del papel de los valores, la idea de causalidad, el papel de la teoría y su vinculación con la evidencia empírica, el recorte de la realidad, los factores relacionados con la validez del estudio, el uso y el papel de la deducción e inducción [...] (p. 37-38).

El procedimiento que se siguió a lo largo de la investigación para la recolecta de datos en el trabajo de campo fue el siguiente: se optó por un instrumento de investigación basado en las escalas usadas por Shepherd et al. (2009) y Sirakaya-Turk et al. (2013), además de la inclusión del apartado de datos sociodemográficos. El trabajo de campo fue llevado a cabo en las comunidades de Dangriga y Hopkins, Belice; Isla de Flores, Guatemala, y finalmente en los destinos de Bacalar y Tulum en Quintana Roo, México. Por lo que, los datos fueron codificados y analizados a través de un Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) y un Sistema de Ecuaciones Estructurales (SEM), siendo las técnicas de análisis cuantitativas para la comprobación de las hipótesis planteadas en la investigación.

2.2. Procedimiento de la metodología

Como punto de partida de la investigación realizada, se planteó la problemática del estudio, y seguidamente se realizó una revisión extensiva de la literatura. Misma que sirvió a lo largo de la investigación, la cual se realizó a través de la búsqueda de artículos que fueron consultados en los portales principalmente de: *Google Académico*, *Sciencedirect*, *Web of Science* y *el Consorcio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica (CONRICyT)*. Los cuales contienen diferentes revistas electrónicas tales como: *Annals of Tourism Research*; *Anuario turismo y sociedad*; *Applied Energy*; *ARBOR Ciencia, pensamiento y cultura*; *Convergencia*; *Cornell Hospitality Quarterly XX*; *Ecological Economics*; *Environment and Behavior*; *Environment, Development and Sustainability*; *Estudios y perspectivas del turismo*; *European Journal of Personality*; *European Psychologist*; *Food Quality and Preference*; *Gazeta de antropología*; *Geoenseñanza*; *Geoforum*; *International Journal of Consumer Studies*; *International Journal of Hospitality Management*; *Journal of Applied Social Psychology*; *Journal of Economic Psychology*; *Journal of Personality*; *Journal of Personality and Social Psychology*; *Journal of Social Issues*; *Journal of Sustainable Development*; *Journal of Sustainable Tourism*; *Journal of Transport Geography*; *Journal of Travel Research*; *Journal of Vacation Marketing*; *Nómadas*; *Nuevo tiempo libre*; *Pasos*; *Política y sociedad*; *Procedia-Social and Behavioral Sciences*; *Resources, Conservation and Recycling*; *Revista de investigación en turismo y*

desarrollo local; Saberes; Tourism and Hospitality Research; Tourism Management Perspectives y Tourism Management.

Estas principales revistas se revisaron de acuerdo con la temática que se indagó respecto a: marketing, ecoturismo, turismo alternativo, los valores y su asociación con la sustentabilidad, los comportamientos ambientales, toma de decisiones del viajero, servicios de alojamiento, turismo, sustentabilidad y las practicas ecológicas de las empresas de alojamiento, que sirvieron como apoyo para la elaboración de la investigación.

En cuanto al apartado de ecoturismo presentado en el marco teórico (ver 1.1.3.) se revisaron artículos en la base de datos de *ScienceDirect* en cuanto a temas que estuvieran relacionados con el ecoturismo como una actividad de bajo impacto y su aplicación en destinos alternativos. Mismos estudios que fueran publicados en los periodos de 2012, 2013 y 2014. Por lo tanto, se realizaron búsquedas dentro de los siguientes temas: respecto al desarrollo, la participación comunitaria y comportamiento ambiental de los destinos y los viajeros que practiquen actividades ecoturísticas. De los cuales, existe escasa información ya que es un tema de interés académico reciente (Weaver y Lawton, 2007; Tran y Walter, 2014). Se identificaron solamente cinco investigaciones que se realizaron el presente año (2014) dos estudios elaborados en 2013 y por último, dos investigaciones realizadas en 2012.

Referente a la construcción del apartado metodológico y el instrumento de investigación se revisaron artículos científicos que hicieran referencia a los estudios que se relacionaron con el objeto de estudio de la presente investigación, con el objetivo de sustentar la información respecto a la metodología que se siguió, igualmente del procedimiento para la construcción del instrumento de investigación. Optando por la investigación realizada por Sirakaya et al. (2013) en donde plantean una escala de valores sostenibles a través de la cual determinan la influencia que ejercen estos valores sostenibles estudiados en la generación de la escala de Shepherd et al. (2009) sobre la elección del viajero acerca de la pernocta que pudiera estar operando de manera amigable y responsable con el medio ambiente y la influencia de estos valores del desarrollo sostenible con el comportamiento ambiental. Asimismo, determinaron la influencia que ejerce el comportamiento ambiental referido a las acciones

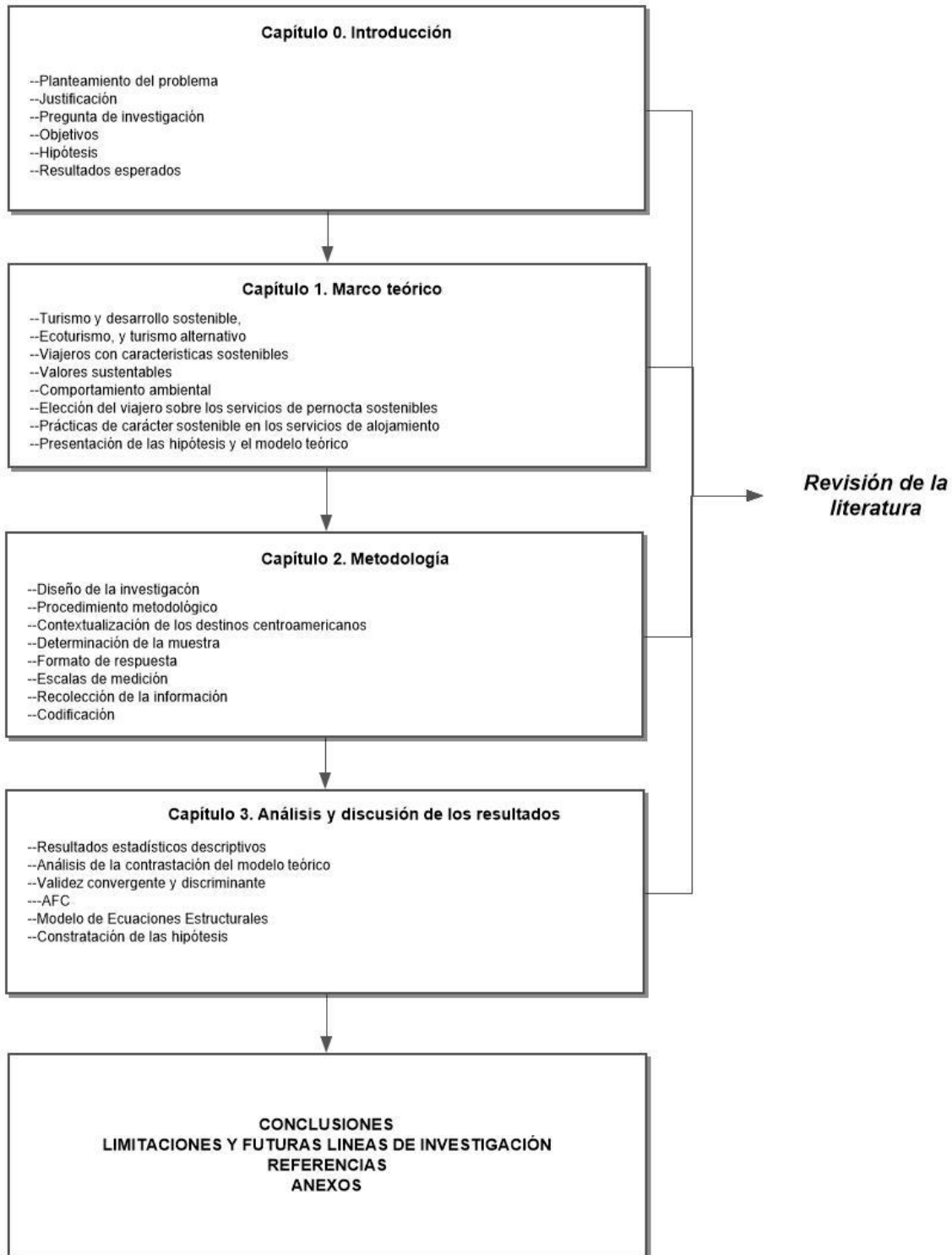
realizadas por el individuo que reflejan actitudes y comportamiento ambientales sobre la toma de decisiones de los viajeros respecto al servicio de pernocta.

En segundo lugar se dio paso a la aplicación del instrumento diseñado sobre una muestra de 577 viajeros que pernoctarán en cada uno de los destinos propuestos. Muestra que fue determinada de acuerdo con la pernoctación en los destinos alternativos centroamericanos y mexicanos. El tamaño de la población fue obtenida a través de los requisitos determinados para el análisis del Sistema de Ecuaciones Estructurales. Posteriormente, se codificaron los datos obtenidos en el trabajo de campo, para pasar al análisis de la información. En tercer lugar se revisaron diferentes investigaciones respecto al análisis estadístico: Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) y el Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM). Que sirvieron como apoyo al estudio, siendo las técnicas de análisis de la información más idóneas para inferir los resultados que resultaron de la investigación.

Teniendo fundamentado el procedimiento de la investigación, reflejado en la metodología, se construyó la discusión e interpretación de los resultados, resaltando los hallazgos más sobresalientes encontrados en los análisis descriptivos y estadísticos, y otros aspectos más a lo largo de la investigación. Cabe mencionar que no sólo se hace mención de los resultados estadísticos, sino también de aspectos teóricos y académicos que se encontraron durante la elaboración del marco teórico. Por último, se elaboraron las conclusiones que surgieron del estudio, sugiriendo algunas líneas futuras de investigación y remarcando las limitaciones del estudio.

Ahora bien, la figura 2.1. refleja el procedimiento que se siguió durante todo el estudio realizado en el periodo de 2013-2015, como parte del desarrollo de la tesis para la obtención del grado de Maestría en el programa de Gestión Sostenible del Turismo.

Figura 2.1. Procedimiento de la investigación



Elaboración propia.

2.3. Contexto del área de estudio

A continuación se muestra el contexto de la investigación, donde se llevó a cabo el estudio, así mismo se muestra la razón principal de la elección de estos destinos. Asimismo, se hace referencia de algunos aspectos históricos, y se mencionan algunos datos relevantes que se pudieron recabar, a través de la observación y algunas pláticas que se sostuvieron con los miembros de la comunidad de Dangriga y Hopkins, con la finalidad de enriquecer la investigación, y entender el contexto por el que atraviesan estas comunidades, desde el ámbito del turismo y la sustentabilidad. Meto

Por otro lado, Isla de Flores en Guatemala, se analizó en base al movimiento de prácticas ecoturísticas principalmente a sus alrededores, ya que es un punto turístico de pernocta que está identificado como uno de los sitios más cercanos para visitar la zona arqueológica de Tikal, siendo este lugar uno de los más representativos de la cultura Maya.

Por último, se muestran algunos puntos a considerar por el investigador acerca de la temporalidad de viajeros y que segmento está identificado en la fecha que se recopiló la información en los destinos de Bacalar y Tulum en el territorio Mexicano. Estableciendo que no se trata de una demanda en específico para todo el año en estos destinos señalados.

2.3.1. Información general de los destinos: Hopkins, Dangriga, Isla de Flores, Tulum y Bacalar.

Dangriga y Hopkins, Belice

Dangriga es la capital del distrito de Stann Creek, un pueblo con mayor concentración de personas garífunas (63%) (Palacio, Coral e Hidalgo, 2006). La comunidad de Dangriga se encuentra ubicada en la costa sur de Belice, donde lo prevaleciente de esta comunidad es su cultura y tradiciones Garinagu, que lleva más de doscientos años habitando países como Guatemala, Honduras, Nicaragua y Belice principalmente (Agudelo, 2013). Una población descrita por González (2008) como olvidada y exiliada, la cual goza de prácticas tradicionales y culturales autóctonas, tales como la danza, la música (tambores garífunas), el idioma, sus normas sociales y relaciones existentes entre garífunas, a lo cual se alude una

baja participación social a causa del racismo, siendo su única forma de subsistencia: los cultivos, la pesca, el turismo y las remesas (Martínez, 2006) provenientes de los garífunas que viven en Estados Unidos, principalmente en los estados de Chicago, Nueva York, Nueva Orleans (Izard, 2004; Palacio et al., 2006).

Su sistema religioso va en contra de la colonización, por lo que Gargallo (2002) argumentó que en el rito del *dugu*, un acto espiritual, se contacta a la *buyai*, quien es la persona que se comunica con los antepasados, con la finalidad de componer algo fuera del balance de la comunidad garífuna (Ellis, 2010), por lo que el autor lo expresó de la siguiente manera:

Es la persona que adquiere a través de la visita y del posterior ritual de paz, los poderes para guiar las tres almas individuales a un perfecto equilibrio, durante y después de la vida. También cuida que la nación garínagu mantenga una relación equilibrada con su medio ambiente y defienda a su comunidad (p. 48).

Una de las características más sobresalientes de esta cultura es su sistema religioso basado en la espiritualidad, que aún no ha sido perturbada por los ataques derivados de las otras religiones de la conquista.

Figura 2.2. Mapa de la expansión de la cultura garífuna



Fuente: González, 2008.

Respecto a su aparición, los garífunas son considerados como una cultura migrante, que proviene de la parte occidental del continente Africano (Arrivillaga, 1996). Su llegada evoca a un desembarco de esclavos de navieras españolas y portuguesas, creándose un mestizaje entre africanos e indios del caribe (Izard, 2004). Sin embargo, esta cultura garífuna ha conservado mucha de sus tradiciones autóctonas, por lo que González (2008) y Agudelo (2013) afirmaron que fue declarada en 2001 por la UNESCO como “Obra Maestra de la herencia oral e intangible de la humanidad” (p. XX). Por otro lado, ante el atraso en su economía y su participación casi nula como miembros de otras comunidades beliceñas surge el Consejo Nacional Garífuna (CNG) en 1981, fecha misma de la Independencia de Belice, y la creación de la Organización Mundial Garífuna (WGO) para el año 2000 (Izard, 2004).

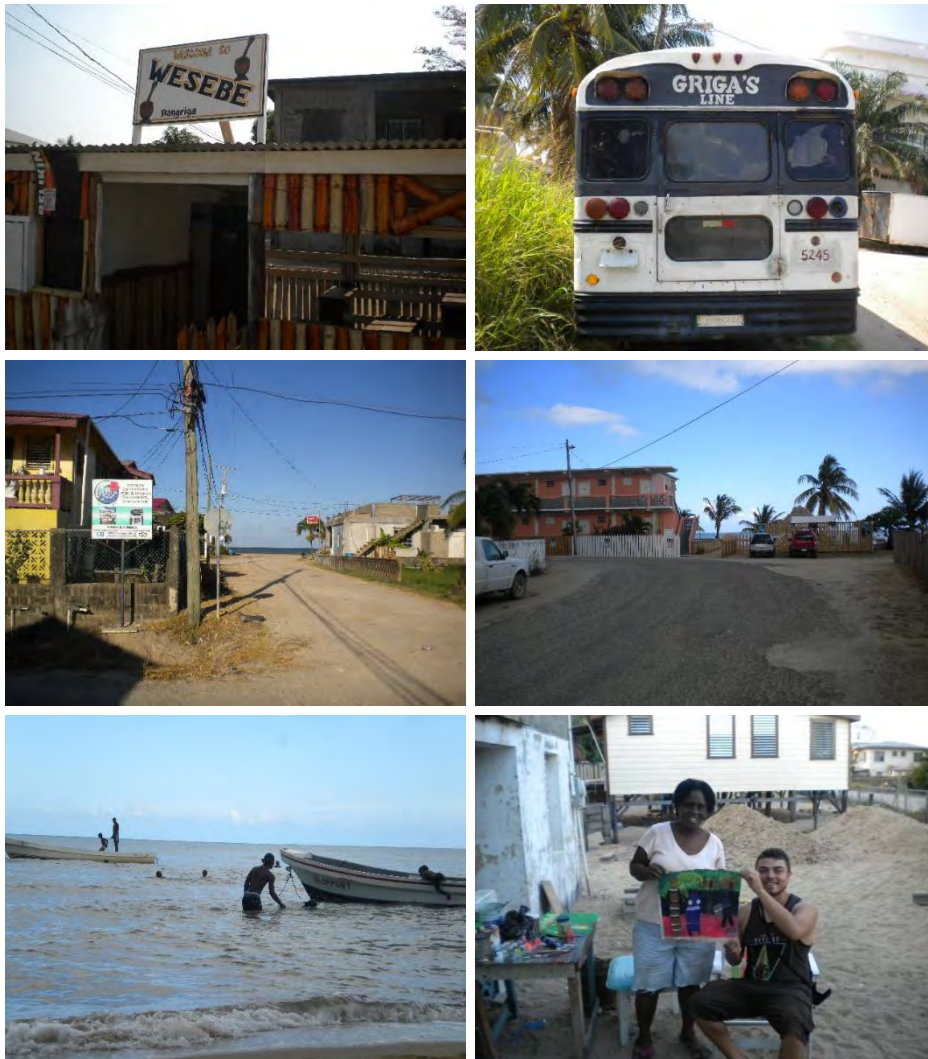
Una vez señalados algunos de los aspectos más importantes de la cultura garífuna, se hace énfasis en la actividad turística en la comunidad. En la información que se recabó en el trabajo de campo se encontró que Dangriga es una comunidad pequeña, alrededor de 9000 habitantes dentro del distrito de Stann Creek. El movimiento turístico por lo regular es bajo en esta comunidad. Sin embargo, es un punto de conexión hacia otros distritos, así como un punto clave para tomar las lanchas que se dirigen hacia los cayos beliceños, referentes a las comunidades coralinas (Cortés y Murillo, 1985).

Por lo que se refiere a la elección de este destino para la investigación, se analizaron las siguientes características: al ser una comunidad pequeña se podría inferir que realizan actividades turísticas de bajo impacto, o bien lleven a cabo prácticas ecoturísticas. Para esto, se indagó en la comunidad acerca de los servicios de alojamiento con los que cuenta, y sorprendentemente se encontraron sólo 5 empresas de servicios de alojamiento, que en su mayoría son casas de huéspedes y hostales (Pal’s GuestHouse, Chaleanor Hotel, Bonfish Hotel, D’sHostel), un hotel tipo Resort (Pelikan Resort Hotel) y una agencia Tour Operadora, la cual realiza actividades a lo largo de su costa, como paseos en Kayak, renta de tablas para realizar Paddle surf, paseos en lancha hacia los cayos, entre otras. Esto se debe a que no es un sitio concurrido por los viajeros. Sin embargo, se considera baja la participación de la comunidad para promocionar el destino o simplemente no se han

implementado programas para difundir el destino turístico con la finalidad de atraer viajeros.

En la comunidad de Dangriga se puede recorrer a pie por sus calles principales, encontrando en su mayoría gente adulta y como alimento principal el pescado, el coco y el pan de Yuca (Gargallo, 2000).

Figura 2.3. Imágenes de la comunidad Dangriga, Belice



Elaboración propia.

Es importante mencionar que de las empresas de servicios de alojamiento que operan en Dangriga, no cuentan con una gran ocupación hotelera durante el periodo de 14 de abril al

20 de abril, ya que los pobladores, en su mayoría garínagu, ante algunas preguntas realizadas por el investigador en cuanto a la temporada alta y baja del turismo en el destino, argumentaron que era baja temporada, ya que muchos acudían a los destinos de Plascencia, Punta Gorda y Hopkins. Y los pobladores garífunas dueños de los establecimientos de pernocta, sostuvieron que su temporada alta es en las fechas de Noviembre ya que el 19 del mismo mes celebran el arribo de los garífunas por primera vez a Dangriga en 1823 (Ellis, 2010). Por lo tanto, Dangriga es un punto de conexión de autobuses, es decir, una parada forzosa de conexión durante la mayoría del año para acudir a los destinos mencionados previamente (Palacio et al., 2006), siendo uno de los sitios con poca afluencia turística de pernocta. Sin embargo, la estación de autobuses, fue uno de los puntos clave para la aplicación de los cuestionarios de donde se obtuvo más información de la investigación en Dangriga.

Los destinos de Plascencia, Punta Gorda, Hopkins y la misma capital, principalmente sitios costeros, son los destinos que buscan los viajeros, en especial el segmento Estadounidense durante el verano (Izard, 2004). Así pues, estos viajeros buscan destinos garífunas, no obstante Dangriga no es la mejor opción. En general los destinos garífunas son en su mayoría lugares costeros.

Tabla 2.1. Destinos turísticos garífunas

País	Destinos
Belice	Dangriga, Hopkins, Plascencia, Barranco, Monkey River, Punta Gorda y la ciudad de Belice
Guatemala	Livingston y Puerto Barrios
Honduras	Trujillo, Roatán, Triunfo de la Cruz, Ceiba, Tela, Iriona, Masca, Baja Mar, Cayo Venado, Santa Fe, y otras veintiséis más (Ellis, 2010)
Nicaragua	Costa sur de Nicaragua, Laguna de Perlas, Justo Point, Lauba, Orinoco

Fuente: Arrivillaga, 1996; González, 2008; Agudelo, 2013; Ellis, 2010.

Se desconoce el interés cultural que muestran los turistas por viajar hacia estos destinos, o bien si surge de un motivo por sumergirse en otras culturas (Rubio, 2003) o simplemente porque son destinos fuera de lo convencional.

Otro de los puntos que se observaron durante el trabajo de campo es que, durante el viernes santo (18 de abril de 2014) para algunos creyentes, es un día feriado en Dangriga como en la mayoría de los lugares latinoamericanos, sin embargo, es feriado no por ser una fecha religiosa en occidente. Es remarcable, que no se encuentran apegados a la religión católica, cabe señalar que toman el día libre como la mayoría, pero no se hallaron actos religiosos por la calles.

Otro de los aspectos que caracteriza a los habitantes de Dangriga es la música reggae proveniente de la cultura *Rastafari*, que se escucha en la mayoría de las casas al pasar por las calles, lo cual muestra una identidad adoptada por la asociación de culturas africanas como consecuencia de los movimientos sociales emergentes (Izard, 2004). La mayoría de los garífunas, aún conservan sus tradiciones autóctonas. Sin embargo, existe la presencia de misioneros tratando de alterar una cultura muy identificada con el continente Africano y el caribe. Por lo que Izard (2004) sostuvo que estas actividades misioneras son recientes y visualizan a los ritos de los garífunas como paganos. Sin duda, Dangriga es uno de los destinos con mayor riqueza cultural y una forma de vida diferente a los modelos ecoturísticos estudiados.

Respecto a la comunidad de Hopkins, es una pequeña comunidad a trece kilómetros de Dangriga, situada en el mismo distrito de Stann Creek. Cuenta con servicios de alojamiento pequeños a excepción de la zona de hoteles tipo Resort, reportando en el sitio Web de *Tripadvisor* sólo once establecimientos de alojamiento, mientras que en *Booking.com* se reportan ocho empresas de servicios de pernocta. Cabe destacar que este portal de internet es uno de los sitios más visitados a nivel mundial en la búsqueda de hospedaje alrededor del mundo. Más allá de lo que ofrecen las Tour-operadoras vía internet, es destacable conocer que existen otras ofertas turísticas de pernocta, que en su mayoría son hostales, cabañas y casa de huéspedes, los cuales son concurridos por turistas internacionales, principalmente de Europa, Canadá, Estados Unidos, británicos y algunos viajeros de los países nórdicos.

Algunos de los turistas, participantes del estudio, a quienes se les aplicó el instrumento de investigación, comentaron que no querían estar en lugares muy visitados, ni tan cargados de

personas. Ahora bien, lo principal y más importante de estos destinos se basa en lugares de relajación, distanciamiento de las ciudades y del turismo de masas.

A continuación se muestra una imagen que evidencia lo afirmado, en donde se puede notar que las calles son de terracería y generalmente se encuentran señaléticas de los lugares de hospedaje en materiales de madera. En general esta panorámica es una visión de cómo es el destino en particular, un destino totalmente con una visión ecológica, en la que se podrían emprender proyectos sostenibles para su mejor aprovechamiento, a excepción de la zona hotelera más grandes.

Figura 2.4. Calle principal de la comunidad de Hopkins, Belice



Elaboración propia.

Figura 2.5. Participante del estudio en la línea costera de Hopkins, Belice



Elaboración propia.

Es relevante hacer mención de la dimensión de la comunidad, al ser pocas personas las que habitan Hopkins. Sin embargo, han accedido a brindar información, por lo que se han mostrado interesados en el estudio. Para algunos habitantes surge el interés de platicar acerca de la procedencia del investigador y su objetivo de ir a esas comunidades garífunas, así como lo que se estaba realizando o se pretendía realizar a lo largo de la investigación de campo. Mientras que para algunos turistas preguntaban el por qué se había elegido este tipo de destinos para fines académicos. Argumentando el investigador que eran destinos poco concurridos y con poca investigación turística.

Finalmente, se puede argumentar que Hopkins es un destino turístico de mochileros, y de tiempo prolongado de estadía, algunos viajeros mencionan que han viajado en todo Centro América por más de dos meses, principalmente recorriendo los destinos de: Honduras, Costa Rica, Guatemala y Belice, alojándose en lugares de pernocta a favor del medio ambiente. Los lugareños han aceptado la presencia de turistas, y por consiguiente se empieza a visualizar un desarrollo en infraestructura. Sin embargo, existe una línea costera de hoteles todo incluido, en donde al no plantearse políticas turísticas adecuadas, y por consiguiente se planea y organiza de manera errónea, la inversión hotelera de algunas empresas trasnacionales pudiera aumentar su presencia, desplazando a los servicios de alojamiento de dueños locales, y esta presencia de empresas trasnacionales podría estar atentando a un destino lleno de historia, en especial porque se considera uno de los destinos con mayor cercanía a Dangriga, una comunidad que en su mayoría de la población es garífuna.

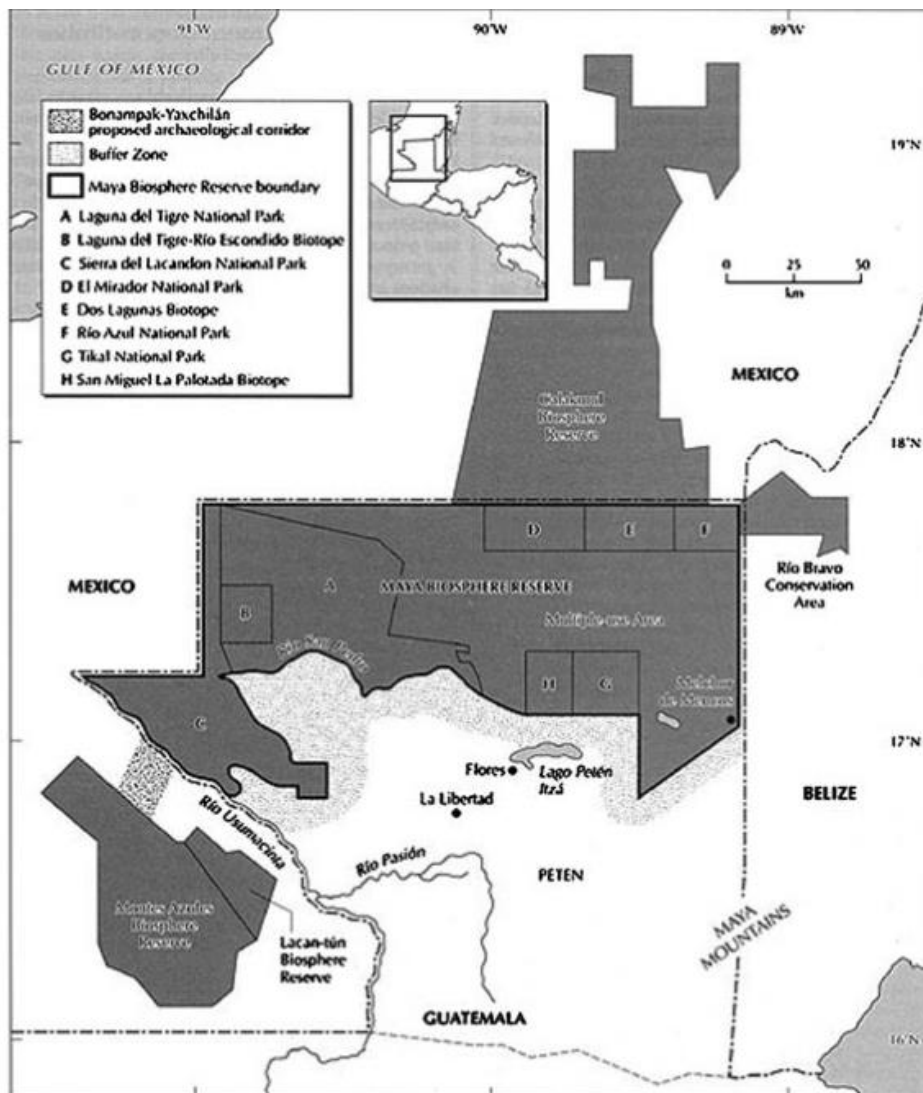
Isla de Flores, Guatemala

Isla de Flores, se encuentra ubicada en el departamento de Petén, en Guatemala, cuenta con una población alrededor de 14,000 habitantes. La isla se encuentra unida a través de un puente construido en 1967 (Cordero, 2000) que conecta con una de las cabeceras departamentales guatemaltecas: Santa Elena de la Cruz.

Es una isla, donde el crecimiento de la industria turística ha prevalecido desde los años setenta (Mendoza, 2008). A través de la observación del investigador, en las fechas del 20 de abril al 23 de abril se pudo percibir que la isla es concurrida por viajeros nacionales y se

encontró mucho turismo internacional. Esto puede deberse a la cercanía con el sitio arqueológico de Tikal, además de ser un sitio seguro alrededor de un Área Protegida (Chaminuka et al., 2012). En general el turismo internacional es un mercado estadounidense (Cordero, 2000), sin embargo en el trabajo de campo se encontró que habían un flujo de turistas de distintas partes del mundo en especial del continente Europeo que pernoctan en la isla de Flores, para tomar el viaje hacia la zona arqueológica de Tikal, un viaje que sale en la madrugada para llegar a ver el amanecer desde el punto más alto del sitio. Así pues, Isla de Flores es un punto turístico intermedio o de paso para realizar los recorridos a Tikal.

Figura 2.6. Ubicación geográfica de Isla de Flores, Petén, Guatemala.



Fuente: Hearne y Santos, 2005.

Además de que Tikal es el factor principal de pernoctar en isla de Flores, existen otros sitios de interés turístico como el Ceibal, Uaxactún, Tayazal, Piedra Blanca, el Cenote, Paxcamán, Zacpetén, el Ramonal, el Remate, Muralla de león y Yaxá (Cordero, 2000; Mendoza, 2008) a sus alrededores.

Figura 2.7. Entrada principal: conexión de Isla de Flores con Santa Elena



Elaboración propia.

Como actividades ecoturísticas principales se encuentra el *hiking* o caminatas por la Reserva de la Biosfera Maya, paseos en bicicletas por senderos, además de algunos circuitos de tirolesas en la parte exterior del parque Nacional Tikal.

Figura 2.8. Isla de Flores y el lago de Petén Itzá

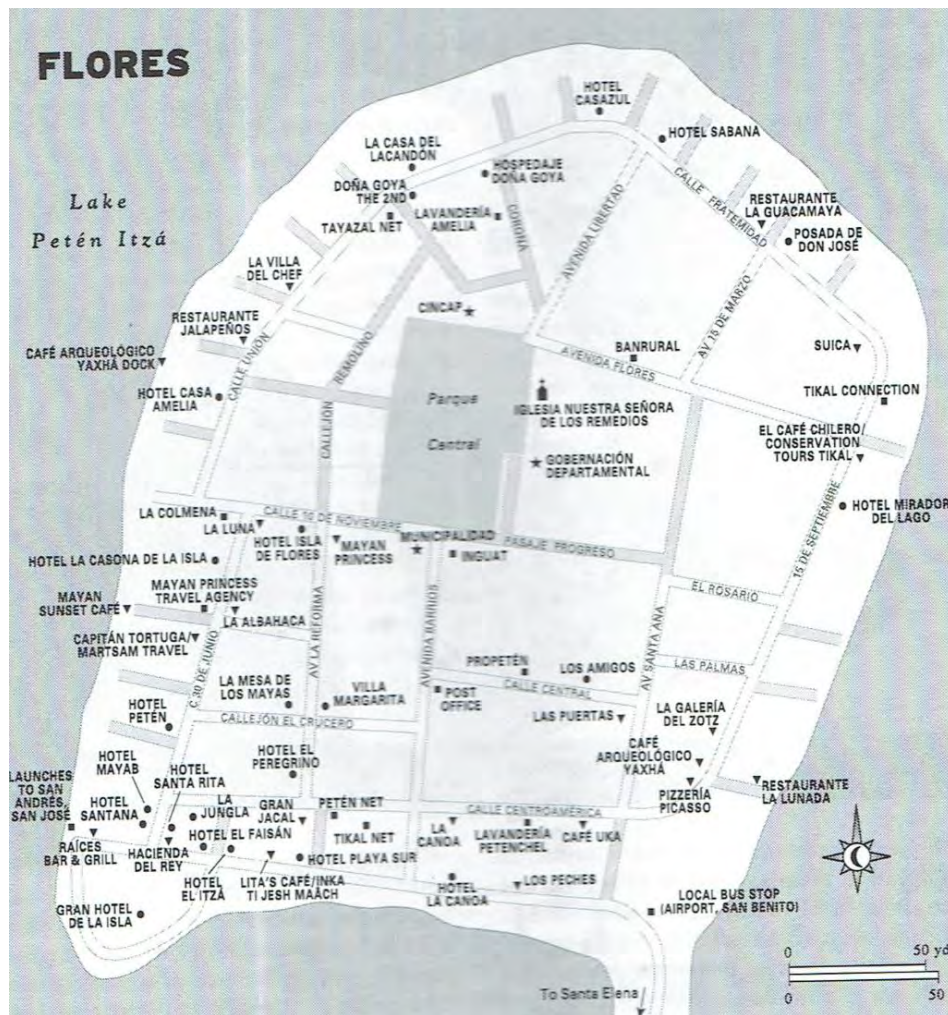


Elaboración propia.

En Flores se practican algunos deportes acuáticos motorizados dentro del lago Petén Itzá, y diversas actividades principalmente ecoturísticas que se pueden adquirir en las agencias de actividades turísticas, tales como: *Tikal connection, Martsam tour and travel, Conservation tours Tikal y Inka Ti JeshMaach* (Argueta, 2009).

Respecto a las empresas de servicios turísticos en Flores, el turismo aporta un 70% de la producción total de las actividades productivas en el departamento de Santa Elena, por lo que muchos agricultores han cambiado sus actividades apostándole al crecimiento turístico (Mendoza, 2008). Por otro lado, son 111 las empresas de alojamiento que operan en Flores (Mendoza, 2008) siendo un número elevado para una isla muy pequeña que se puede recorrer a pie en un tiempo de no más de 30 minutos.

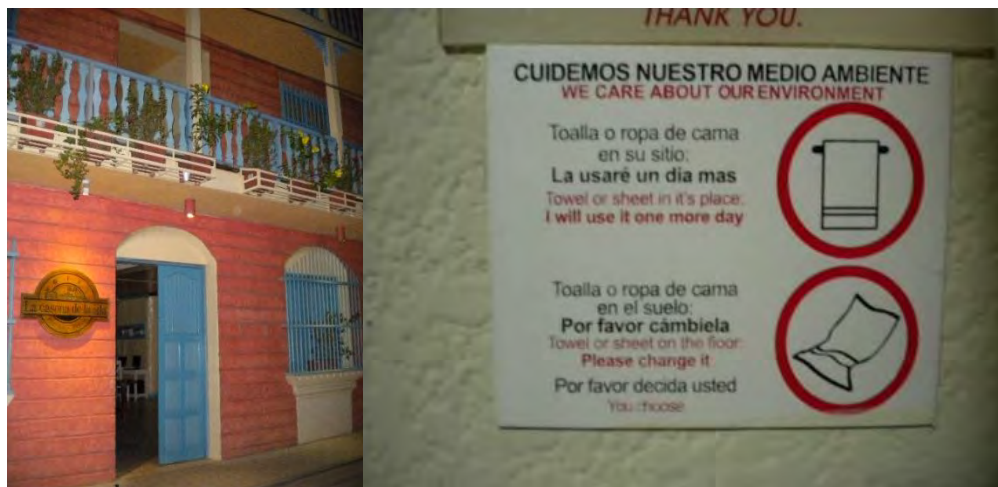
Figura 2.9. Servicios turísticos de Isla de Flores



Fuente: Argueta, 2009.

En el destino se pueden encontrar precios de alojamiento que van desde los 10 dólares estadounidenses (Hoteles: La canoa, Playa sur, El Faisan, Mirador del Lago, Posada Don José, Hospedaje doña Goya, Doña goya the 2nd, Los amigos) hasta los 100 dólares (Gran Hotel de la Isla) (Argueta, 2009). Por lo tanto, para el primer trimestre de 2014, de acuerdo con el Instituto Guatemalteco de Turismo hubo una ocupación hotelera del 50% en el departamento de Petén. Las estadísticas son viajeros que se desplazan vía terrestre (66%), en su mayoría proveniente de Estados Unidos, Canadá y México. Alcanzando en todo Guatemala un total de 744,000 turistas no residentes. Es decir, que Guatemala como país es un destino concurrido por los viajeros, y en el departamento de Petén el turismo contribuye como una actividad productiva remarcable, reflejado en su ocupación hotelera en el primer trimestre de 2014.

Figura 2.10. Hotel Casona de la Isla, Isla de Flores, Guatemala



Elaboración propia.

Respecto a la operación sostenible de los servicios de pernocta, la figura 2.6. representa las señaléticas que se pueden apreciar en el interior de los cuartos, no quiere decir que se lleve a cabo en todos los establecimientos dedicados al turismo en Flores. No obstante deja una imagen positiva de la responsabilidad ambiental de la empresa acerca del impacto que pudiera generar tanto a la comunidad receptora como al lago Petén Itzá. La gestión hotelera a partir de este tipo de prácticas influye sobre la decisión de pernocta de los viajeros, y

posiblemente esta decisión crea una imagen positiva tanto de la empresa como del destino receptor, como parte de un imaginario social.

Es una isla que al adentrarse por primera vez, se experimenta una sensación de amontonamiento. Quizá se deba a la gran actividad de empresas turísticas que operan en la isla de Flores, encontrándose con al menos un hotel en cada calle. Ante esto se sugiere realizar un estudio sobre la capacidad de carga de la isla, y del manejo de los residuos de las empresas turísticas que operan en Flores, visto como una línea futura de investigación, especialmente en los servicios de pernocta, con el objetivo de determinar si existen prácticas ecológicas. Tales como las que se pudo observar durante el trabajo de campo en el hotel de “La casona de la Isla”, los cuartos cuentan con señaléticas a favor del cuidado del medio ambiente, como única evidencia de estas prácticas ecológicas en los servicios de hospedaje que se pudo recabar en Flores (Ver figura 2.6.).

Bacalar y Tulum

Bacalar es uno de los destinos turísticos que se encuentra al sur de Quintana Roo, México, cuenta con una población cerca de los 11,000 habitantes (Rosado y Medina, 2014). Un destino visitado principalmente por el turismo local, proveniente de Yucatán, y el Distrito Federal. El Centro de Estudios Superiores en Turismo, CESTUR (2008) obtuvo que el 20% de los turistas son leales al destino, regresando más de 5 veces. Igualmente, se encontró que es un destino de jóvenes de entre 25 y 34 años de edad los que deciden viajar a Bacalar. Por lo que el motivo principal son las actividades en la laguna, es decir, se encuentra dentro del motivo principal de muchos viajeros de sol y playa, por lo que el ecoturismo representa un 2% como motivo principal de los viajeros. Por otro lado, CESTUR (2008) muestra que sólo el 22% de la muestra representa la llegada de turismo internacional al destino.

Respecto a la infraestructura hotelera Bacalar cuenta con 32 hoteles y 367 cuartos para la oferta turística (SEDETUR, 2014) lo cual se presenta un incremento en los servicios turísticos de pernocta ya que en 2013 solo se registraron 25 establecimiento de hospedaje.

Es importante mencionar que en la fecha que se trabajó para recabar la información entre el 15 de julio al 21 de julio de 2014, es decir, en temporada de verano, se encontraron más visitantes locales, que procedían de la parte central de México, viajando en excursiones de entre 35 a 40 personas. Esto no quiere decir que no haya viajeros internacionales en este destino, se podría inferir que en otra época del año, este destino lo concurren diversos viajeros de todo el mundo, o bien que es un destino aun poco promocionado como destino turístico mexicano, donde hay más difusión de este destino para el turismo doméstico.

Figura 2.11. Ubicación geográfica de Tulum y Bacalar, Quintana Roo, México



Fuente: Romero, 2012.

Entre algunas de las actividades más representativas de Bacalar en cuanto a la actividad turística se encuentra la visita al cenote Azul, el fuerte de Bacalar, los paseos en velero y kayak alrededor de la laguna, y el goce paisajístico que se puede notar al pasar por la

carretera costera. Es decir, se practican actividades ecoturísticas siendo un destino poco explotado por la industria turística.

En cuanto al destino de Tulum, se encuentra en la parte intermedia del estado, considerado como parte Norte del Quintana Roo. Por lo que el destino de Tulum al ser parte de Riviera Maya, junto con el municipio de Solidaridad cuenta con una infraestructura hotelera de 135 establecimientos ofertando 6236 cuartos para junio de 2014 (SEDETUR, 2014) atrayendo a más de dos millones de turistas junto con Playa del Carmen. En general, la mayoría de los viajeros optan por los destinos de Cancún y la Riviera Maya, aproximadamente cuatro millones de turistas de enero a junio de 2014, de un total de 5, 000,000 de viajeros. Es decir, que Tulum es un destino con mucha afluencia turística a diferencia de Bacalar. Esta gran diferencia en la oferta hotelera respecto a lo ofertado en Bacalar puede deberse a la cercanía de los desplazamiento provenientes de Cancún, Cozumel y Playa del Carmen. Por otro lado, la cercanía con la reserva de Sian Ka'an (Sánchez, 2009) y el corredor de cenotes con el que cuenta, se puede hacer énfasis en la práctica de actividades de turismo alternativo, motivo por el cual se escogió el destino para el presente estudio.

Ahora bien, el crecimiento notable en la industria hotelera en Tulum se dio a causa de la sobreoferta (Segrado et al., 2010), por lo que se redujeron las tarifas para atraer visitas a los destinos como una estrategia de competencia y generar mayores inversiones en el estado. Dejando de lado, los impactos que se han generado por este crecimiento de la industria turística, y hasta donde pudieran llegar este sector antes nuevas necesidades de la demanda. Por lo tanto, Bacalar y Tulum cuentan con un ciclo de vida determinado. Por un lado, Bacalar se encuentra en una fase de implicación, debido al crecimiento de servicios de hospedaje y su afluencia de acuerdo con la evolución de la demanda y la planificación del destino (Rosado y Medina, 2014). Respecto al ciclo de vida de Tulum no se encontró evidencia científica que determine en qué fase se encuentra el destino.

Por último, cabe mencionar que ante el crecimiento hotelero y el aumento de llegadas a estos destinos se generan impactos como lo que ocurre actualmente en el municipio de Benito Juárez, Cancún. Impactos del entorno, principalmente ambiental y social ante el incremento de establecimientos turísticos y la demanda. En cuanto a esta afirmación

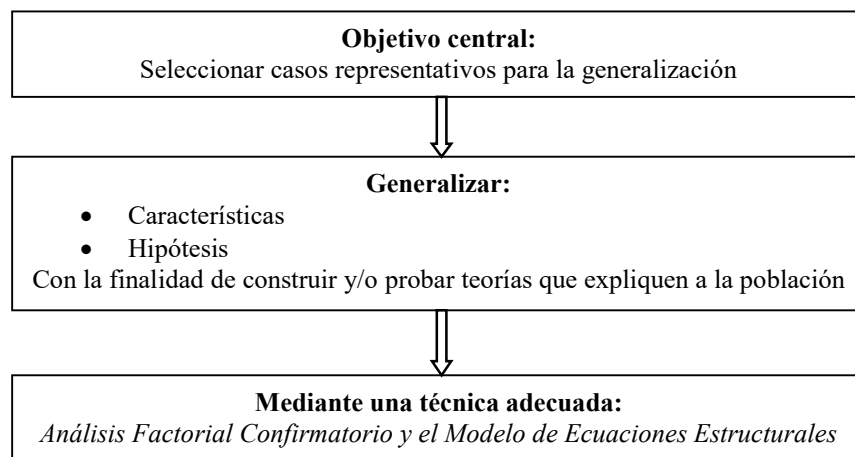
Sánchez (2009) argumento que “la actividad turística se traduce en la mercantilización de los valores socioculturales de los destinos anfitriones. Bienes que se venden, que se compran, que se consumen, que se degradan y que se agotan” (p.90). Esto es, que ante el mal manejo de las entidades a cargo de los municipios de estos destinos, podría preverse un futuro de turismo masificado, para los destinos que se seleccionaron para la recolección de información.

El siguiente apartado comienza con el diseño de la investigación, abordando el procedimiento que se siguió para la elaboración del instrumento de investigación y como se recolecto la información en los destinos mencionados con anterioridad.

2.4. Determinación de la muestra

Delimitar la población para la investigación es de vital importancia para contrastar las hipótesis planteadas (Ver figura 2.6.). Por lo que Hernández et al. (2006) definieron que la muestra “Es un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.240).

Figura 2.12. Delimitación de la muestra



Elaboración propia basado en Hernández et al., 2006.

Se calculó el tamaño de la muestra para poblaciones infinitas ya que, de acuerdo con la OMT (2014) “Las Américas recibieron 5 millones de llegadas internacionales más en 2013,

hasta alcanzar un total de 168 millones. [...] En Centroamérica, todos los destinos registraron un crecimiento consistente”. Por lo tanto, existen más de 500,000 turistas que visitan los destinos centroamericanos descritos anteriormente. Así pues, la fórmula para poblaciones infinitas con base en Fisher y Navarro (1990) se detalla a continuación:

$$n = \frac{\sigma^2 p q}{e^2}$$

En donde:

σ = nivel de confianza

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

n= número de elementos (tamaño de la muestra)

e= error de estimación (precisión en los resultados) (p.57)

Para la obtención de resultados óptimos, se trabajó con una muestra representativa con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%. Sustituyendo la fórmula descrita se tiene que:

$$n = \frac{1.96^2 (0.20) (0.80)}{0.04^2} = \frac{3.84 (.20) (0.80)}{0.0016} = \frac{.6144}{0.0016} = 384$$

En donde:

σ = 1.96

p= 20%

q= 80%

n= (tamaño de la muestra)

e= 4%

El tamaño de la muestra (384) que se obtuvo a partir de la fórmula presentada, para el uso de técnicas de análisis estadístico del Análisis Factorial Confirmatorio y el Modelo Ecuaciones Estructurales o SEM por sus siglas en inglés, se debe adecuar a los siguientes requerimientos estadísticos. Cupani (2012) sugirió que por cada parámetro estimado la muestra deberá poseer al menos 10 observaciones. Aunque para Iacobucci (2010)

argumentó que el Modelo de Ecuaciones Estructurales puede funcionar con muestras pequeñas, a partir de 50 observaciones. De la misma forma el autor expuso que cuando se incluyen “tres o más ítems por cada factor, una muestra de 100 por lo general será suficiente para la convergencia” (Iacobucci, 2010: p.92). Con base en Baumgartner y Homburg (1996) expusieron que por cada parámetro a estimar deberá haber 10 observaciones “con la finalidad de obtener pruebas apropiadamente significativas” (p.146). De manera semejante, Arias (2008) planteó que “el número mínimo de observaciones disponibles debería ser en torno a 150 o, al menos, 5 observaciones por cada parámetro a estimar. Se prefieren muestras grandes, especialmente si se han de realizarse modificaciones en el modelo” (s/p). Por lo que esta última afirmación es la más recomendable para realizar análisis con un Modelo de Ecuaciones Estructurales.

Como resultado se obtuvieron 577 cuestionarios en total, de los cuales se eliminaron 10 cuestionarios ya que se encontraban incompletos, por lo que se consideraron 567 para el análisis estadístico.

Con respecto a la delimitación de la población se escogió a los participantes de manera no probabilística, siempre y cuando fueran viajeros que pernoctaran al menos una noche en el destino de estudio. Se consideraron participantes de la investigación a los viajeros que fueran mayores de 16 años. (Dhami et al., 2014). Posteriormente, la manera idónea en que se abordó al viajero para confirmar su participación en el estudio fue la siguiente:

- Se les preguntó si eran locales o venían de otro lugar de origen, seguidamente si se estaban alojados en algún hotel.
- En seguida, se les explicaba el motivo por el cual se estaba realizando la investigación. Por lo que se les pidió de manera verbal su consentimiento, y que los datos sólo se iban a analizar para fines académicos.
- Hecha la observación anterior, se procedió para la aplicación del cuestionario.
- Por último se agradeció su participación.

2.4.1. Formato de respuesta

El instrumento de investigación consta de un cuestionario diseñado por el investigador basado en la investigación planteada por Sirakaya et al. (2013), el cual cuenta con 37 ítems a analizar, de los cuales fueron tomados de estudios previos, mismas investigaciones en donde las escalas fueron validadas. En primer lugar la escala de valores sostenibles realizada por Shepherd et al. (2009) se tomó como el primer apartado del instrumento. Originalmente es una escala de diferencial semántico (Friborg, Martinussen y Rosenvinge, 2005), sin embargo sólo se tomaron los constructos positivos de los valores sostenibles: Valores de libertad (3 ítems); valores de equidad (3 ítems); valores de solidaridad (3 ítems); valores de tolerancia (3 ítems); valores de respeto hacia la naturaleza (4 ítems); y valores de responsabilidad compartida (4 ítems). Al final del primer apartado se incluyeron 6 ítems que incluye la importancia de valorar cada uno de los valores sostenibles.

El segundo apartado perteneciente a la elección del viajero sobre los servicios de pernocta con características sostenibles, que consta de 5 ítems. Escala que fue tomada de Sirakaya et al. (2013) al igual que el tercer apartado del instrumento diseñado, el cual incluyó el comportamiento ambiental activo medido por 4 ítems y el comportamiento de reciclaje medido por 2 ítems. Por último se incluyeron los datos sociodemográficos de los participantes (Ver Anexo 1).

Para analizar la fiabilidad y la validez (Hernández, Fernández y Baptista, 2006) de la construcción del instrumento de investigación se realizó una prueba piloto en el municipio de Cozumel, aplicando 20 de los cuestionarios diseñados. Esta prueba piloto sirvió para corregir algunos errores cometidos en la construcción y aplicación del instrumento, mismos errores que fueron marcados por los participantes (Chan, 2013). Por otro lado, se comprobó su fiabilidad y se dio paso a la recolección de datos de la muestra total.

Tabla 2.2. Revisión y validez de las escalas utilizadas en el estudio

Autores	Nombre	Ítems y dimensiones	Fiabilidad	Ajuste del modelo y técnicas de análisis
Shepherd, Kuskova, y Patzelt (2009)	Valores del desarrollo sostenible	6 dimensiones, 20 ítems, Diferencial Semántico 7 puntos de Likert	No especificada	AFC; Primer muestra X ² [174df] =240.33; p<0.01; NFI=.95; NNFI=.97; CFI=.98. Segunda muestra X ² [174df]=290.59; p<0.01; NFI=.96; TLI=.98; CFI=.98.
Sirakaya,, Baloglu y Mercado (2013)	Escala de los valores sostenibles <ul style="list-style-type: none"> • VS • Elección de pernocta • Comportamiento ambiental 	6 dimensiones; 20 ítems 5 ítems 2 dimensiones; 6 ítems	$\alpha=.92$ $\alpha=.72$ $\alpha=.96$	AFC; X ² [416df] =1482.09; p<0.001; GFI=.92; AGFI=.91; NFI=.94; CFI=.95; RMSEA=.05.

Elaboración propia.

2.4.2. Escalas de medición

Para la medición de estos 37 ítems se utilizó una escala tipo Likert de siete puntos, donde 1 representa “totalmente en desacuerdo” y el 7 se refiere a “totalmente de acuerdo”. Se utilizó un punto medio neutral para medir la indiferencia (Johns, 2010) ya que se considera importante poseer este punto medio para no llevar al participante a inclinarse por una sola opción de respuesta.

Algunos de los ítems con los que se trabajó, especialmente con la escala de valores sostenibles (Shepherd et al., 2009) se encuentran enunciados o afirmaciones que pudieran ser percibidos de forma ambigua, por lo que el participante se siente confundido y pueda errar en su respuesta. Cabe señalar que estas “afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006: p.341). Esto es, en el primer apartado, respecto al constructo de los valores de libertad, el primer y único ítem que pudo interpretarse de esta forma ambigua se refiere al siguiente enunciado: “*Las personas tiene derecho a vivir sin hambre*”, por lo que la preposición “sin” podría confundir a los participantes al momento de emitir su juicio final en la escala de Likert.

Ante este acontecimiento, Hartley (2013) sugiere eliminar estos ítems o bien presentar los resultados obtenidos por separado. No obstante, a partir de la observación del investigador en el trabajo de campo, acerca de los gestos de duda por parte de los participantes de la investigación, se les explicó a qué se refería el constructo medido.

2.4.3. Validación de la traducción

En el principio de la investigación la revisión de la literatura que se fue analizando en su mayoría fueron investigaciones escritas en el idioma Inglés. Por lo que, el uso de las escalas en el estudio se presentan en este idioma. Entonces, en primer lugar se transcribieron los constructos tal y como se presentaban en los estudios de donde fueron tomadas (Shepherd et al., 2009; Sirakaya et al., 2013). Posteriormente, se realizó la traducción de cada uno de los ítems medidos con la ayuda de un experto de la Universidad de Quintana Roo, con la finalidad de que se realizara la traducción correcta (Chan, 2013). De esta forma se llevó a cabo la prueba piloto a 20 turistas que visitaban el municipio de Cozumel, para comprobar que fueran entendibles y comprensibles los ítems medidos tanto en español como en inglés.

2.4.4. Recolección de la información y trabajo de campo

Una vez aprobado el diseño del instrumento de investigación, se comenzó con la aplicación de los cuestionarios a turistas que pernoctarán al menos una noche los destinos de: Dangriga y Hopkins, Belice, Isla de Flores, Guatemala y por último Bacalar y Tulum, México (Ver apartado 2.3.1.).

Se aplicaron 245 cuestionarios en los destinos centroamericanos, en el periodo del 14 de abril al 24 de abril de 2014. Es importante mencionar que para la recolección de la información en campo de Belice y Guatemala se contó con el apoyo de transportación y viáticos para el estudio, otorgado por el Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) de la Universidad de Quintana Roo.

Ahora bien, los sitios donde se recopiló la información fueron principalmente: Hoteles, hostales, Hoteles tipo Resort que operaban en los destinos mencionados, central de

autobuses, algunos participantes se les aplicó el instrumento en su trayecto a algún sitio de interés, un centro comercial en Santa Elena, en la entrada de la Isla de Flores, y alrededor del lago Petén Itzá.

Por otro lado se aplicaron 332 cuestionarios se aplicaron en los destinos Mexicanos anteriormente mencionados (Bacalar y Tulum), en el periodo del 15 de julio al 28 del mismo mes de 2014. La recolección de la información tomó lugar en los hoteles donde pernoctaban los viajeros en la costera de Bacalar, en el fuerte del mismo destino, en el Cenote Azul y el Balneario Ejidal de Bacalar. Respecto a Tulum se obtuvo información en la central de autobuses, en la Playa que conecta al sitio arqueológico y la zona costera en la entrada del camino que lleva a Punta Allen. Por último, se recolectaron datos en los hostales del centro de Tulum y algunos participantes fueron abordados en la calle principal que da a la carretera federal que conecta al norte con el municipio de Solidaridad.

2.5. Codificación de la información

Los datos recogidos fueron ingresados al software de SPSS (Statistical Package for Social Sciences) para analizar los datos cuantitativos (Millar y Baloglu, 2008) de igual forma para conocer los datos sociodemográficos de la muestra que fue tomada. Posteriormente la base de datos fue trasladada al programa EQS 6 (Bentler, 2006), con la finalidad de analizar los datos a través de las técnicas de análisis cuantitativas: un análisis de estructuras de varianzas y covarianzas, de primer orden y segundo orden a través de un Análisis Factorial Confirmatorio y el Modelo de Ecuaciones Estructurales.

De esta forma, el procedimiento que se señaló previamente en este apartado hace referencia a los procesos que se llevaron a cabo para la elaboración del estudio. Dicho esto, el siguiente capítulo contiene los resultados estadísticos que se obtuvieron de la presente investigación. Asimismo, se realiza la discusión de algunos resultados, hechos que confirmar lo descrito en el apartado del marco teórico.

Capítulo 3. Análisis y discusión de los resultados

3.1. Resultados descriptivos: datos sociodemográficos

En el presente capítulo, se presentan los resultados descriptivos e inferenciales de las variables cuantificadas obtenidos de los análisis estadísticos, así como las discusiones que pudieron identificarse en relación con la teoría del apartado del marco teórico, para contrastar o refutar el modelo utilizado por Sirakaya-Turk y colaboradores (2013).

Los sitios donde fue recolectada la información fueron Dangriga y Hopkins, Belice, Isla de Flores, Guatemala y por último en los destinos de Bacalar y Tulum, México. Sitios que fueron seleccionados de acuerdo con la promoción asignada como destinos alternativos, en los cuales el ecoturismo es una de las actividades más representativas y en efecto destinos que probablemente operan de forma sostenible, regularmente concurridos por viajeros que buscan una experiencia de respeto hacia la naturaleza. Por lo tanto, ante la escasez de información objetiva y precisa acerca de los viajeros que optan por estos destinos con prácticas de ecoturismo (Chaminuka et al., 2012) se decidió centrar la investigación en este segmento de mercado que en su mayoría conocen los impactos de su desplazamiento y por ende buscan seleccionar pernoctar en hoteles verdes (Hedlund, 2011) con características sostenibles.

Los resultados presentados se analizaron en el programa de SPSS, brindando información valiosa para la investigación, que pudiera ser útil para diversas investigaciones futuras y de esta forma, comparar resultados académicos acerca de una realidad que presenta cada destino, así como las preferencias y comportamiento ambientales que poseen los viajeros.

La tabla 3.1 muestra los siguientes resultados obtenidos en la investigación: la mayoría de los participantes fueron hombres (56.1%) y un porcentaje del 43.9% fueron mujeres. En primer lugar se encontró que el perfil del viajero que se traslada a estos destinos alternativos oscila entre 18 y 30 años en su mayoría (36%) mientras que el 26.8% se encuentra en una edad de 31 a 40 años. En segundo lugar, este perfil del viajero respecto a su edad en promedio es un viajero joven que busca actividades por un lado acuáticas como lo es el snorkel con un 23.6%, quizá por la cercanía que se tiene con la vida marina del Caribe y específicamente con las comunidades coralinas y de arrecifes (Cortés y Murillo, 1985). Por otro parte, una de las actividades más representativas de los participantes es la visita a un sitio arqueológico (38.3%) probablemente se deba a la cercanía existente con los

sitios de Tikal en Guatemala, y la zonas arqueológicas Tulum en la parte norte de estado de Quintana Roo en México y los sitios de Oxtankah, Dzibanché, Kohunlich y Chacchobén en la parte sur del mismo estado en el territorio Mexicano. El motivo principal de viajar hacia estos destinos señalados el 74.3% de los viajeros opinó que era por fines vacacionales y el 11.3% expresó que se desplazaban por un motivo de visitar a familiares o amigos.

Tabla 3.1. Resultados sociodemograficos

Características	
N	567
Hombres	56.1%
Mujeres	43.9%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	8.6%
Entre 18 y 30 años	36%
Entre 31 y 40 años	26.8%
Entre 41 y 50 años	12.9%
Entre 51 y 60 años	10.6%
Entre 61 y 70 años	4.4%
Más de 71 años	0.7%
Motivo del viaje	
Estudios	5.1%
Vacaciones	74.3%
Negocios	3.7%
Visita a familiares o amigos	11.3%
Otro	5.6%
Actividades realizadas	
Buceo	10.4%
Visita a un parque interpretativo	10.2%
Senderismo	3.7%
Snorkel	23.6%
Visita a un sitio arqueológico	38.3%
Otro	13.8%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	58.2%
Entre 4 y 7 días	21.3%
Más de 7 días	17.1%
No contestaron	3.4%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	36.7%
Entre 51 y 80 dólares	27.5%
Más de 81 dólares	28.7%
No contestaron	7.1%
Número de visitas al destino	
Primera vez	54.9%
Entre 2 y 3 veces	24.7%
Más de 3 veces	17.3%
No contestaron	3.2%

Elaboración propia

La estadía promedio de los turistas se encuentra entre un día y cuatro días (58.2%) con un promedio de gasto inferior a 50 dólares por noche (36.7%). Por último, se observó que la mayoría de los viajeros visitan por primera vez estos destinos (54.9%), no obstante el 17.3% de los turistas argumentaron haber visitado el destino más de tres veces, una cifra relevante acerca de la satisfacción o lealtad al destino que pudiera desprenderse de la oferta de alojamiento y la promoción del destino. A continuación se presentan los resultados descriptivos en cada uno de los destinos de donde se obtuvo la información para la elaboración de la investigación:

Dangriga

En el destino de Dangriga se tomó una muestra de 72 observaciones, de las cuales el 59.3% de los participantes fueron mujeres, mientras que el 41.7% fueron hombres. La tabla 3.2. representa los resultados descriptivos que resultaron del estudio de campo realizado en abril de 2014.

Se encontró que la mayoría de las personas que viajan a Dangriga es por razones de visita a familiares o amigos (30.6%). O bien, visitantes con segunda residencia y son considerados dentro del Nuevo Turismo Residencial o turismo de segunda residencia (Aledo, 2008). Mientras que la mayoría de los participantes opinaron que su principal motivo de desplazarse de un lugar a otro es por el motivo vacacional (47.2%). De igual forma, como se expuso en la tabla 3.1. el segmento de mercado que viaja hacia este destino es un perfil joven que se encuentra entre los 18 y 30 años de edad (40.3%).

En cuanto a las actividades más representativas de este destino se encuentra el snorkel (26.4%) visita a un sitio arqueológico (13.9%) y otras (40.3%) que no fueron identificadas en la aplicación del instrumento de investigación. El tiempo de estadía oscila entre un día y cuatro días (62.5%) por consiguiente, se supondría que el gasto ejecutado en el destino es poco, ya que se trata de un turismo de segunda residencia que no hace uso de las instalaciones de los hoteles. Sin embargo, el gasto se encuentra equilibrado de la siguiente manera: 36.1% realiza un gasto en promedio por noche de alojamiento por menos de 50 dólares Americanos (USD); 34.7% de los encuestados opino que gasta por noche por el concepto de alojamiento entre 51 y 80 USD; el 27.8% de los participantes argumento que

gasta por noche en un hotel más de 81 USD y el 1.4% de los viajeros se abstuvo de contestar su gasto realizado por concepto de alojamiento

Tabla 3.2. Resultados decriptivos: Dangriga, Belice

Características	
N	72
Hombres	41.7%
Mujeres	58.3%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	8.3%
Entre 18 y 30 años	40.3%
Entre 31 y 40 años	26.4%
Entre 41 y 50 años	5.6%
Entre 51 y 60 años	13.9%
Entre 61 y 70 años	5.6%
Más de 71 años	0.0%
Motivo del viaje	
Estudios	8.3%
Vacaciones	47.2%
Negocios	5.6%
Visita a familiares o amigos	30.6%
Otro	8.3%
Actividades realizadas	
Buceo	11.1%
Visita a un parque interpretativo	5.6%
Senderismo	2.8%
Snorkel	26.4%
Visita a un sitio arqueológico	13.9%
Otro	40.3%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	62.5%
Entre 4 y 7 días	12.5%
Más de 7 días	23.6%
No contestaron	1.4%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	36.1%
Entre 51 y 80 dólares	34.7%
Más de 81 dólares	27.8%
No contestaron	1.4%
Número de visitas al destino	
Primera vez	41.7%
Entre 2 y 3 veces	22.2%
Más de 3 veces	34.7%
No contestaron	1.4%

Elaboración propia

Respecto al número de visitas realizadas al destino representa que la mayoría de los viajeros (41.7%) viajó por primera vez a Dangriga. No obstante, es representativo que el 34.7% de los participantes dijo haber estado más de tres veces en el destino. Por lo que, se podría inferir que existe cierta lealtad al destino, y que los viajeros están regresando al sentirse satisfechos por los servicios recibidos.

Por último, cabe mencionar que el único obstáculo por el que pasó el investigador en el destino, fue la negación para la aplicación del instrumento en el Hotel Pelikan Resort, ya que era un punto clave donde se encontraban bastante demanda. A pesar de haber tenido contacto con la gerente de forma indirecta explicando el motivo de la investigación, fue denegado el permiso de aplicarlo de forma directa. Sin embargo, ante esta situación se pidió un permiso para la aplicación por parte de las recepcionistas del hotel, al momento de registrar la salida del huésped. De esta forma, se dejaron 40 cuestionarios en recepción, explicándoles a las personas encargadas de la recepción el objetivo de la investigación para que en el hotel fuera aplicado, sin la presencia del investigador. Como resultado final en este punto clave, solamente fueron regresados nueve cuestionarios completos.

Hopkins

Las comunidades de Dangriga y Hopkins en Belice son sitios de conexión entre el destino final de muchos viajeros que se desplazan hacia la capital y Punta Gorda, siendo los destinos más concurridos para la fecha en que se recolectó la información. Por lo que, se encontraron pocos viajeros que concurrían este destino, entonces la muestra que se tomó en Hopkins fue de 51 participantes que accedieron a ser partícipes del estudio.

La tabla 3.3. muestra los resultados descriptivos de la muestra recolectada en este destino Beliceño. De modo que, se encontró que el 51% de los participantes fueron hombres, mientras que el 49% fueron mujeres. La edad promedio se encuentra entre los 18 y 30 años (37.3%), es decir, un perfil de viajeros jóvenes, sin embargo es remarcable mencionar que 17.6% de los participantes se encuentra en una edad de entre 51 y 60 años, por lo que este perfil de personas adultas concurren estos destinos en busca de tranquilidad. Del total de los encuestados se encontró que la mayoría de los viajeros realizan snorkel (54.9%) como la actividad más representativa de este destino.

Tabla 3.3. Resultados descriptivos: Hopkins, Belice

Características	
N	51
Hombres	51.0%
Mujeres	49.0%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	0.0%
Entre 18 y 30 años	37.3%
Entre 31 y 40 años	25.5%
Entre 41 y 50 años	7.8%
Entre 51 y 60 años	17.6%
Entre 61 y 70 años	11.8%
Más de 71 años	0.0%
Motivo del viaje	
Estudios	.0%
Vacaciones	74.5%
Negocios	.0%
Visita a familiares o amigos	11.8%
Otro	13.7%
Actividades realizadas	
Buceo	.0%
Visita a un parque interpretativo	.0%
Senderismo	11.8%
Snorkel	54.9%
Visita a un sitio arqueológico	11.8%
Otro	21.6%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	39.2%
Entre 4 y 7 días	27.5%
Más de 7 días	33.3%
No contestaron	0.0%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	37.3%
Entre 51 y 80 dólares	23.5%
Más de 81 dólares	39.2%
No contestaron	0.0%
Número de visitas al destino	
Primera vez	78.4%
Entre 2 y 3 veces	15.7%
Más de 3 veces	5.9%
No contestaron	0.0%

Elaboración propia

Asumiendo la aseveración de contar con un perfil que quizá se encuentre en un periodo de jubilación, los viajeros reportaron un gasto por noche de más de 81 USD (39.2%) que pernoctan entre uno y cuatro días, siendo la primera vez (78.4%) en el destino. Resultados que podrían interpretarse como un mayor gasto para el destino, lo cual beneficia de forma indirecta tanto a la comunidad, como al empresario hotelero de forma directa, el cual le brinda las comodidades de alojamiento y posiblemente de restaurante.

Cabe mencionar que la recolección de información se llevó a cabo sólo en la parte norte del destino, sitio donde se encuentran en su mayoría casas de huéspedes, hostales y un Resort al que se pudo acceder y establecer contacto directo con los viajeros para la aplicación del instrumento.

Isla de Flores

En Isla de Flores, Guatemala se obtuvo una muestra de 122 participantes, durante la tercera semana de abril de 2014, un destino seguro que es concurrido por un turismo doméstico, viajeros provenientes de Belice, Francia Panamá, Argentina, Italia, Alemania, Polonia, Canadá, Estados Unidos, el Reino Unido, Australia, Israel, Japón, Cuba, El Salvador y Escocia.

Por otro lado, es un destino de pernocta por la cercanía que posee con el sitio arqueológico de Tikal, siendo esta actividad de visitar un sitio arqueológico (81.1%) la más representativa de entre un 52.5% de mujeres entrevistadas y un 47.5% de hombres. Viajeros que se encuentran en un perfil de personas jóvenes entre 18 y 30 años (36.9).

El motivo principal por viajar por parte de los participantes fue por concepto de vacacionar (65.6%), en el que la mayoría (64.8%) se quedó pernoctando en el destino entre uno y cuatro días, realizando un gasto promedio por noche de menos de 50 USD (49.2%). Esto se debe, a que los viajeros que buscan este destino, es por la cercanía que se guarda con el sitio arqueológico de Tikal, por lo que los participantes expresaron que es un destino económico en el que se puede realizar actividades de contacto con la naturaleza, un destino bastante tranquilo y muy pequeño en extensión, en el que las empresas hoteleras aprovechan la idea de vender paquetes de un turismo verde, comprometido con el medio ambiente. Finalmente, los viajeros que visitaban el destino de Flores fue por primera vez (55.7%) y un porcentaje bastante representativo (27.9%) de personas que han visitado el destino entre dos y tres veces, lo cual indica una buena promoción turística o bien que los consumidores se sienten satisfechos con los servicios ofertados en el destino.

Tabla 3.4. Resultados descriptivos: Isla de Flores, Guatemala

Características	
N	122
Hombres	47.5%
Mujeres	52.5%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	14.8%
Entre 18 y 30 años	36.9%
Entre 31 y 40 años	23.8%
Entre 41 y 50 años	13.9%
Entre 51 y 60 años	5.7%
Entre 61 y 70 años	4.1%
Más de 71 años	0.8%
Motivo del viaje	
Estudios	16.4%
Vacaciones	65.6%
Negocios	2.5%
Visita a familiares o amigos	5.7%
Otro	9.8%
Actividades realizadas	
Buceo	3.3%
Visita a un parque interpretativo	4.1%
Senderismo	2.5%
Snorkel	0.8%
Visita a un sitio arqueológico	81.1%
Otro	8.2%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	64.8%
Entre 4 y 7 días	18.9%
Más de 7 días	16.4%
No contestaron	0.0%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	49.2%
Entre 51 y 80 dólares	30.3%
Más de 81 dólares	20.5%
No contestaron	0.0%
Número de visitas al destino	
Primera vez	55.7%
Entre 2 y 3 veces	27.9%
Más de 3 veces	16.4%
No contestaron	0.0%

Elaboración propia

Bacalar

La muestra tomada en el destino de Bacalar fue de 198 participantes en el mes de Junio de 2014, en la cual el 57.1% de los encuestados fueron mujeres y el 42.9% fueron hombres. El perfil de los viajeros que visitan este destino oscila entre los 18 y 30 años de edad (28.3%) y entre los 31 y 40 años de edad (23.2%), un perfil bastante joven por un lado, y por otro un

perfil que se encuentra consolidado en la vida laboral para viajar principalmente por motivos vacacionales (85.9%). Dentro de sus actividades más representativas se encuentran la visita a un sitio arqueológico al sur del estado de Quintana Roo, estos sitios pudieran deberse a: Oxtankah, Dzibanché, Kohunlich y Chacchobén, mientras que el 19.7% se refirieron a la realizar actividades de snorkel, debido a la presencia de la Laguna de Bacalar y las formaciones kársticas en el subsuelo conocidas como cenotes, en este caso el cenote Azul en donde se puede practicar esta actividad en el destino.

Tabla 3.5. Resultados descriptivos: Bacalar, México

Características	
N	198
Hombres	42.9%
Mujeres	57.1%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	11.6%
Entre 18 y 30 años	28.3%
Entre 31 y 40 años	23.2%
Entre 41 y 50 años	14.1%
Entre 51 y 60 años	16.2%
Entre 61 y 70 años	5.1%
Más de 71 años	1.5%
Motivo del viaje	
Estudios	.5%
Vacaciones	85.9%
Negocios	6.1%
Visita a familiares o amigos	5.6%
Otro	2.0%
Actividades realizadas	
Buceo	7.6%
Visita a un parque interpretativo	20.2%
Senderismo	4.0%
Snorkel	19.7%
Visita a un sitio arqueológico	34.3%
Otro	14.1%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	65.2%
Entre 4 y 7 días	20.2%
Más de 7 días	12.6%
No contestaron	2.0%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	40.4%
Entre 51 y 80 dólares	22.7%
Más de 81 dólares	24.7%
No contestaron	12.1%
Número de visitas al destino	
Primera vez	55.1%
Entre 2 y 3 veces	22.7%
Más de 3 veces	20.7%
No contestaron	1.5%

Elaboración propia

El tiempo de estadía de los participantes se encuentra entre uno y cuatro días (65.2%) con un gasto promedio de menos de 50 USD por noche por concepto de alojamiento, que principalmente se refiere a casas de huéspedes y hostales que operan en el destino. Los participantes afirmaron que fue la primera vez en el destino, encontrándose en su mayoría viajeros residentes en el país, por lo que se trata de un turismo doméstico que visita Bacalar en la fecha mencionada, de igual forma se encontraron viajeros provenientes de Estados Unidos, Belice, Cuba, Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, España, Suiza, Bélgica y Puerto Rico.

Tulum

El último destino donde se recogió la información de campo fue el destino de Tulum, de donde se obtuvo un muestra de 124 observaciones, entre las cuales el 59.7% fueron mujeres y el 40.3% fueron hombres. Viajeros que se encuentran en un perfil joven que oscila entre los 18 y 30 años de edad (44.4%) que viajó con el motivo de vacacionar (79%).

Entre una de la actividades más representativas se encuentra el buceo (25.8%), la visita a un sitio arqueológico (27.4%), el snorkel (37.9%), la visita a un parque interpretativo (7.8%) y senderismo (1.6%). Resultados que evidencian la cercanía que se tiene con la zona arqueológica de Tulum, y actividades acuáticas que tienen que ver con el corredor de cenotes en la Riviera Maya entre el municipio de Solidaridad y Tulum.

El tiempo de estadía de los viajeros encuestados se encuentra entre uno y cuatro días (46%) aunque algunos prefieren una estadía más larga de hasta 7 días (28.2%), el 14.5% de los participantes argumentó haber permanecido en el destino más de 7 días y el 11.5% se abstuvo de responder. En cuanto al gasto efectuado por el concepto de alojamiento, los participantes opinaron que ejecutan un gasto de más de 81 USD por noche en algún servicio de pernocta. Lo cual indica un segmento de mercado con alto poder adquisitivo, que visita por primera vez el destino (51.6%) y algo destacable que ha frecuentado el destino entre 2 y 3 veces (29.8%), que podría representar un segmento potencial de consumo para la industria turística en el territorio mexicano.

Tabla 3.6. Resultados descriptivos: Tulum, México

Características	
N	124
Hombres	40.3%
Mujeres	59.7%
Distribución de edades	
Menos de 18 años	1.6%
Entre 18 y 30 años	44.4%
Entre 31 y 40 años	36.3%
Entre 41 y 50 años	16.1%
Entre 51 y 60 años	1.6%
Entre 61 y 70 años	0.0%
Más de 71 años	0.0%
Motivo del viaje	
Estudios	1.6%
Vacaciones	79.0%
Negocios	1.6%
Visita a familiares o amigos	14.5%
Otro	3.2%
Actividades realizadas	
Buceo	25.8%
Visita a un parque interpretativo	7.3%
Senderismo	1.6%
Snorkel	37.9%
Visita a un sitio arqueológico	27.4%
Otro	0.0%
Tiempo de estadía	
Entre 1 y 4 días	46.0%
Entre 4 y 7 días	28.2%
Más de 7 días	14.5%
No contestaron	11.3%
Gasto realizado	
Menos de 50 dólares	18.5%
Entre 51 y 80 dólares	29.8%
Más de 81 dólares	39.5%
No contestaron	12.1%
Número de visitas al destino	
Primera vez	51.6%
Entre 2 y 3 veces	29.8%
Más de 3 veces	7.3%
No contestaron	11.3%

Elaboración propia

3.2. Análisis de la contrastación del modelo hipotético

3.2.1. Validez convergente y discriminante: Análisis Factoriales Confirmatorios

Los resultados del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) de primer orden mostraron que la escala de los valores de la sustentabilidad posee buena validez convergente o bien “el acuerdo entre los distintos métodos de medir el mismo constructo” (Cea, 2001: 48), así

como buena validez discriminante. Por lo tanto, se representó un buen ajuste estadístico (Satorra-Bentler X^2 [567]=218.74; $gl=190$, $p=.000$) con un Alpha de Cronbach=.90 bastante bueno. La tabla 3.7. muestra los resultados de las mediciones del modelo psicométrico, en el cual se presentan cada uno de los ítems analizados, con su Alpha de Cronbach, el Índice de Fiabilidad Compuesta, el Índice de la Varianza Extraída o AVE por sus siglas en inglés, la carga factorial estandarizada de cada ítem y su promedio de cargas factoriales para cada constructo.

Tabla 3.7. AFC de primer orden, resultados y mediciones del modelos psicométrico

Factor	Item	Fiabilidad			Validez Convergente	
		α	IFC	AVE	λ (stand.)	λ Promedio
VS-LIB		0.763	0.804	0.708		0.756
	LIB1				0.687	
	LIB2				0.901	
	LIB3				0.679	
VS-EQ		0.748	0.762	0.626		0.717
	EQ1				0.629	
	EQ2				0.802	
	EQ3				0.719	
VS-SOL		0.780	0.785	0.669		0.740
	SOL1				0.738	
	SOL2				0.805	
	SOL3				0.677	
VS-TOL		0.827	0.829	0.750		0.786
	TOL1				0.789	
	TOL2				0.814	
	TOL3				0.754	
VS-RN		0.786	0.789	0.646		0.694
	RN1				0.694	
	RN2				0.774	
	RN3				0.627	
	RN4				0.681	
VS-RS		0.717	0.736	0.538		0.640
	RS1				0.578	
	RS2				0.743	
	RS3				0.632	
	RS4				0.607	
Índices estadísticos ad hoc y el valor de chi cuadrada						
Satorra-Bentler X^2		NFI	NNFI	CFI	IFI	RMSEA
[155gl]=218.74**		0.918	0.968	0.974	0.975	0.027

** $p < 0.01$

La tabla 3.8. presenta los índices de validez discriminante del factor de valores sostenibles, de modo que de acuerdo con Cea (2001) estableció que se refiere a “la diferenciación entre los resultados cuando se emplea el mismo método para asegurar cualidades hipotéticamente diferentes de los mismos objetos” (p.48) de la escala de los valores del desarrollo sostenible, en la que se muestran los índices del cuadrado de la correlación entre cada uno de los factores, y los intervalos de confianza para cada par de factores analizados. Lo cual indican que se posee validez discriminante al no presentarse la unidad para cada intervalo de confianza.

Tabla 3.8. Validez discriminante, AVE, corr^2 e intervalo de confianza

	LIB	EQ	SOL	TOL	RN	RS
LIB	0.708	[0.232; 0.504]	[0.317; 0.701]	[0.404; 0.772]	[0.372; 0.680]	[0.209; 0.481]
EQ	0.112	0.626	[0.464; 0.808]	[0.291; 0.575]	[0.182; 0.386]	[0.286; 0.510]
SOL	0.120	0.416	0.669	[0.427; 0.727]	[0.266; 0.502]	[0.469; 0.781]
TOL	0.248	0.299	0.297	0.750	[0.269; 0.561]	[0.354; 0.602]
RN	0.365	0.236	0.241	0.440	0.646	[0.213; 0.433]
RS	0.142	0.421	0.582	0.529	0.444	0.538

Nota: La diagonal muestra los valores de los índices de la varianza extraída, debajo de la diagonal se presenta los coeficientes de correlación al cuadrado y sobre la diagonal se expresan los intervalos de confianza para cada par de factores.

La validez convergente y discriminante obtenida de los valores sostenibles analizados confirma en principio la teoría de los valores (Schwartz, 1992), su relación con la dimension de auto-trascendencia (Bilsky y Schwartz, 1994), el universalismo como el motivo principal de esta dimension (Hansla et al., 2008) y la asociacion de los valores de la sustentabilidad propuestos por las Naciones Unidas (Asamblea general, 2000). Por otro lado, los resultados confirman la validación de la escala de los valores sostenibles (Shepherd et al., 2009) esta vez aplicado en materia turística. La muestra recopilada no sólo cumple con un perfil del turista, sino que existe un perfil de turistas de distintas nacionalidades, lo cual se puede inferir que cada persona posee esta clasificación de valores sostenibles de forma homogénea. No obstante, a pesar de las diferencias culturales entre naciones, se confirma que al menos la categorización de los valores de auto-trascendencia expuesta por Bilsky y Schwartz (1994) se asocia con estos valores sostenibles.

Asimismo, se obtuvo un buen ajuste del modelo respecto a la escala unidimensional respecto al factor que midió la variable de elección de servicio de alojamiento con características sostenibles (Satorra-Bentler X^2 [567]=39.74; $gl=9$, $p=.000$, Alpha de Cronbach=.81; $AVE=.66$), resultado que indica un ajuste adecuado del modelo, además de poseer buena validez convergente con valores de las cargas factoriales estandarizadas por encima del .60 cada una (Uriel y Manzano, 2002) y un índice de fiabilidad compuesto adecuado (.812).

Las medias de cada una de las variables que componen el factor de elección del pernocta con características sostenibles se encuentran en su mayoría ubicadas en la opción cinco de la escala de Likert de siete puntos, lo cual refleja información mínima que poseen los viajeros acerca de las operaciones de los servicios de alojamiento en los destinos donde se recopilaron los datos. De igual forma estos resultados ponen en duda la credibilidad de los viajeros en cuanto a la operación de estos servicios de pernocta de forma comprometida con el medio ambiente. La mayoría de los participantes expresaron no saber si se aplican prácticas ecológicas dentro de estos establecimientos de pernocta. Hecho que muestra la falta de difusión respecto a la responsabilidad ambiental acerca de sus operaciones y transparencia. Sin embargo, de acuerdo con lo planteado en la teoría, Monterroso y Zizumbo (2009) sugirieron que al ser destinos de contacto con la naturaleza se puede comenzar a gestionar los recursos con los que opera la industria turística y así comenzar a difundir los proyectos implantados y mostrar los resultados que se han obtenido al incluir prácticas sostenibles en los servicios de alojamiento. De modo que presentar estos resultados a través de los medios publicitarios de las empresas de pernocta podría ser motivo de elegir un servicio con estas características, es decir, tomar cierta ventaja de la mercadotecnia (Chan, 2013).

No obstante, se puede entender que aún no existen políticas turísticas y ambientales, reglamentos establecidos, normas, legislación entre otros elementos jurídicos adecuados en cuanto a la operación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de alojamiento de forma sostenible y ecológica. Es decir, que en primer lugar se tendría que proponer que se lleve a cabo la normatividad existente, en donde se establezcan los requerimientos para operar un lugar de hospedaje y el compromiso con su entorno, para empezar a conocer de

una forma más clara como se está operando y qué empresas no están cumpliendo con estos marcos jurídicos, para que de esta forma pueda referirse al compromiso ecológico de las empresas de servicios de alojamiento con características sostenibles. Por otra parte, los resultados obtenidos de este factor reflejan cierta indiferencia en cuanto a la opinión de los viajeros ya que en base con Ho et al. (2012) al ser servicios intangibles no producen satisfacción alguna al recibirlos de forma indirecta. Razón por la cual es importante la difusión de estas prácticas sostenibles (Ver Imagen 2.6.) para repetir o recomendar el servicio de pernocta (Budeanu, 2007; Millar y Baloglu, 2008).

La escala del factor del comportamiento ambiental a pesar de notarse su validez convergente a través de t, el ajuste del modelo y las cargas factoriales estandarizadas (Ver tabla 3.9); a través del test de intervalo de confianza, diferencia de las chi cuadrada y el test de la varianza extraída (Uriel y Manzano, 2002) se determinó su no validez discriminante. Ante este suceso, se optó por trabajar con una escala unidimensional de 6 ítems, la cual posee un buen ajuste del modelo (Satorra-Bentler $X^2 [567]=27.85$; $gl=5$, $p=.001$, Alpha de Cronbach=.80; $AVE=.64$) y una buena validez convergente al presentarse las cargas factoriales estandarizadas de cada ítem medido superior a .60 (Bentler, 2006; Bagozzi y Yi, 1988) y un promedio del factor superior o igual a .7 (Bentler, 2006).

Tabla 3.9. AFC de primer orden, resultados y mediciones del modelo psicométrico

Factor	Ítem	Fiabilidad			Validez Convergente	
		α	IFC	AVE	λ (stand.)	λ Promedio
CAMB-RC		0.811	0.726	0.605		0.752
	RC1				0.828	
	RC2				0.677	
CAMB-CA		0.733	0.529		0.637	
	CA1			0.710		
	CA2			0.606		
	CA3			0.624		
	CA4			0.610		
Índices estadísticos ad hoc y el valor de chi cuadrada						
Satorra-Bentler $X^2 [8gl]=15.21^{**}$		NFI	NNFI	CFI	IFI	RMSEA
		0.974	0.976	0.987	0.988	0.040

** $p < 0.01$

En cuanto la escala del factor de comportamiento ambiental explicado a través de dos variables (el comportamiento ambiental activo y el comportamiento de reciclaje) se determinó su invalidez discriminante al superar la unidad en uno de los intervalos de confianza (Ver tabla 3.10). Hallazgo relevante para la investigación y puede asociarse al reciente modelo presentado por Sirakaya et al. 2013. Lo cual muestra el comienzo en el uso de los valores sostenibles asociados a otras variables en la investigación turística, por lo que, el modelo propuesto necesita replicarse para comprobar su fiabilidad en otros contextos, afirmando lo argumentado por Corraliza y Berenguer (2000) que “el comportamiento ambiental depende de los valores relativos y de la situación en la cual interactúan” (p.846). Situación que se verifica al comprobar la invalidez discriminante del factor comportamiento ambiental, reduciéndose a un factor unidimensional. De igual forma, este hallazgo es relevante para establecer nuevos modelos de estudio como lo fueron la discriminación de algunos valores que tuvieran alguna relación positiva con el comportamiento ambiental tales como las investigaciones realizadas por Norlund y Garvill, 2002; Hansla et al., 2008, Hedlund, 2011; hasta presentar un modelo que incluyera sólo la categoría de auto-trascendencia presentada en el modelo de Sirakaya et al. 2013.

Tabla 3.10. Validez discriminante, AVE, corr² e intervalos de confianza

	RC	CAMB
RC	0.605	[0.825; 1.257]
CAMB	0.717	0.529

Nota: La diagonal muestra los valores de los índices de la varianza extraída, debajo de la diagonal se presenta los coeficientes de correlación al cuadrado y sobre la diagonal se expresan los intervalos de confianza para cada par de factores.

A partir del hallazgo presentado acerca de la invalidez discriminante del factor que mide el comportamiento ambiental, se realizó la modificación al modelo hipotético, es decir, se aceptó la escala de los valores sostenibles, la escala de la elección de pernocta sostenible por parte del viajero, y por último la escala que media el comportamiento ambiental a través de dos factores se convirtió en una escala unidimensional.

De esta forma, se comenzó un AFC de segundo orden (Bentler, 2006; Chen, Sousa y West, 2005) para determinar un ajuste adecuado del modelo, esta vez covariando cada uno de los factores, con la finalidad de encontrar ítems que no se encontrarán a favor del ajuste del modelo. Los resultados que se encontraron mostraron que una de las variables que mide el factor del valor de responsabilidad compartida (ítem #1) referente a “Todos somos responsables de asegurar que se mantengan los derechos de libertad de todas las personas” obtuvo baja validez convergente al poseer una carga factorial estandarizada por debajo de 0.60 (Bentler, 2006; Bagozzi y Yi, 1988). Asimismo, el ítem número 4 de la escala unidimensional del comportamiento ambiental se determinó su baja validez convergente. Por lo tanto, a través del Test de Lagrange se depuraron estos ítems que no permitían el buen ajuste del modelo. Modificación que pudo realizarse de acuerdo con Arias (2008) quien expuso que “Se prefieren muestras grandes, especialmente si se han de realizarse modificaciones en el modelo” (s/p). Esta implicación no quiere decir que no sirva el modelo planteado por Sirakaya et al. (2013), sino que los contextos de estudio son diferentes, así como los sujetos de estudio. Ya que en el estudio de Sirakaya y colaboradores se trata de viajeros Norte-americanos y Canadienses, lo cual refleja una forma muy diferente de percibir a los valores asociados con la sostenibilidad y, en efecto, un comportamiento ambiental distinto al de viajeros Europeos, sudamericanos, centroamericanos y Asiáticos.

Tabla 3.11. AFC de segundo orden, resultados y mediciones del modelo psicométrico

2 ^{do} Orden	Dimensión	Fiabilidad			Validez Convergente	
		A	IFC	AVE	A	IFC
SV		0.896	0.878	0.802		0.735
	LIB				0.530	
	EQ				0.705	
	SOL				0.772	
	TOL				0.796	
	RN				0.757	
	RS				0.850	
Índices estadísticos ad hoc y el valor de chi cuadrada						
Satorra-Bentler X ² [368gl]=653.43**		NFI	NNFI	CFI	IFI	RMSEA
		0.862	0.927	0.934	0.935	0.037

** p<0.01

Los resultados de la tabla 3.11. muestran una buena validez convergente, así como un Alpha de Cronbach adecuado (.89), un índice de fiabilidad compuesta superior a .70 y un Análisis de la Varianza Extraída (AVE) óptimo (.80) para representar un ajuste adecuado del modelo a probar. La tabla 3.12. representa los índices del cuadrado de las correlaciones, así como los intervalos de confianza para cada par de factores, en el que se puede notar la validez discriminante como resultado de las posibles relaciones existentes entre las variables medidas. Las cuales son: valores sostenibles, comportamiento ambiental y elección del viajero sobre el servicio de alojamiento con características sostenibles. Variables que se determinó su influencia para contrastar el modelo propuesto y analizado por Sirakaya et al. (2013).

Tabla 3.12. Validez discriminante, AVE, corr² e intervalos de confianza

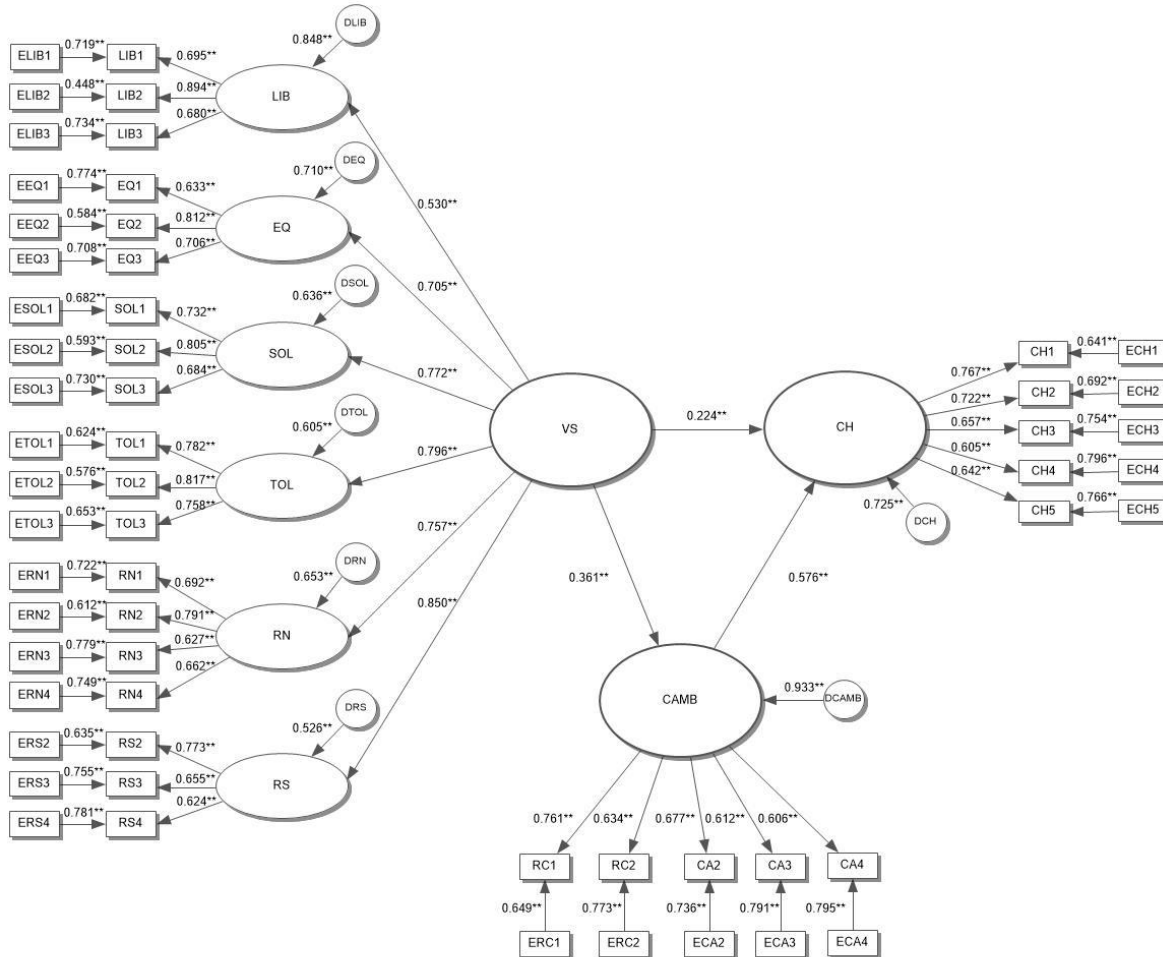
	VS	CAMB	CH
VS	0.802	[0.188; 0.400]	[0.178; 0.394]
CAMB	0.130	0.628	[0.577; 0.925]
CH	0.187	0.432	0.667

Nota: La diagonal muestra los valores de los índices de la varianza extraída, debajo de la diagonal se presenta los coeficientes de correlación al cuadrado y sobre la diagonal se expresan los intervalos de confianza para cada par de factores.

Una vez demostrado el ajuste adecuado del modelo medido, se contrasta de forma gráfica en la figura 3.1. el modelo hipotético resultante analizado con cada una de sus cargas factoriales para cada relación, sus errores asociados a cada variable y a cada factor, así como las modificaciones realizadas. Resultado que comprueba cada una de las hipótesis planteadas a lo largo de la investigación. Dicho lo anterior se contrasta que los valores de la sostenibilidad ejercen una influencia positiva (0.361) sobre el comportamiento ambiental. A su vez indican una relación significativa del 0.224 sobre la elección del viajero, y finalmente el comportamiento ambiental influye de forma significativa (0.576) sobre la elección de pernocta con características sustentables por parte del viajero. Es decir, influencias significativas para cada una de las variables para $p < 0.01$. Lo cual indica un

buen ajuste del modelo (Satorra-Bentler $X^2 [567]=653.43$; $gl= 368$, $p=.000$ y un Alpha de Cronbach de 0.89).

Figura 3.1. Nuevo modelo hipotético resultante



** $p < 0.01$

Elaboración propia basada en Sirakaya et al. (2013)

3.2.2. Sistema de Ecuaciones Estructurales y contrastación de las hipótesis

La construcción del Sistema del Modelo de Ecuaciones Estructurales o SEM por sus siglas en inglés, fue analizada a través del software EQS 6.1. Por lo que, se determinó un buen ajuste del modelo: Satorra-Bentler $X^2 [567]=653.43$; $gl= 368$, $p=.000$, con un Alpha de Cronbach=.89. Se comprobaron que los estadísticos *ad hoc* se encontraran cercanos a .90. Comparative Fit Index (CFI)=.934; Bollen's Fit Index (IFI)=.935; Root Mean-Square Error

of Approximation (RMSEA)=.037, lo cual indica un buen ajuste del modelo estadístico (Iacobucci, 2010).

Tabla 3.13. Resultados y comprobación de las hipótesis

Hipótesis	Relaciones estructurales	λ (stand.)	Resultado		
H ₁	Valores sostenibles → Comportamiento ambiental	0.361**	Aceptada		
H ₂	Valores sostenibles → Elección de alojamiento con características sostenibles	0.224**	Aceptada		
H ₃	Comportamiento ambiental → Elección de alojamiento con características sostenibles	0.576**	Aceptada		
Índices estadísticos ad hoc y el valor de chi cuadrada					
Satorra-Bentler X ² [368gl]=653.43**	NFI	NNFI	CFI	IFI	RMSEA
	0.862	0.927	0.934	0.935	0.037

** p<0.01

La tabla 3.13. demuestra la comprobación de cada una de las hipótesis establecidas en la investigación, y se confirman las relaciones directas y significativas para cada una de ellas. Para la H₁: Los valores sostenibles influyen de manera directa y positiva (.224, significativamente al 0.01) sobre la elección del viajero al optar por un servicio de alojamiento con características sostenibles. H₂: Los valores sostenibles influyen directamente (.361 significativamente al 0.01) sobre el comportamiento ambientalista. Y H₃: El comportamiento ambientalista de los viajeros influye directamente (.576 significativamente al 0.01) sobre su elección de un servicio de alojamiento.

Se confirma el modelo propuesto por Sirakaya et al. (2013) en este estudio, identificando las relaciones positivas y significativas de estas variables estudiadas en diversos contextos y de diversos países de procedencia de los viajeros. Sin embargo, se realizó una modificación al modelo hipotético, al no permitir ajustar estadísticamente el modelo, debido a la invalidez discriminante de la variable de comportamiento ambiental, que incluía dos factores para su medición. Por tanto, con base en el tamaño de la muestra (N=567) fue posible realizar algunas modificaciones al modelo hipotético original (Arias, 2008) debido a la baja validez convergente de algunos ítems que no permitían ajustar estadísticamente de forma adecuada el modelo y a la invalidez discriminante mencionada.

Los resultados obtenidos confirman la teoría de los valores establecida por Schwartz (1992) acerca de los diez valores que identifican a la persona. En primera instancia se confirma la relación que guarda la dimensión de auto-trascendencia que incluye a los valores de benevolencia y universalismo (Bilsky y Schwartz, 1994) con el comportamiento ambiental (Karp, 1996; Norlund y Garvill, 2002; Hansla et al., 2008). Mismo valores que contienen motivaciones de tipo altruistas y biosféricas (Hansla et al., 2008). En segunda lugar, con base en el estudio de Hedlund (2011) a través del modelo hipotético que incluye las relaciones del universalismo, la benevolencia, el logro y el poder sobre la preocupación ambiental, demostró únicamente una relación positiva y directa de la influencia del universalismo y su significatividad sobre la preocupación ambiental y por ende consumir servicios turísticos sostenibles (Juvan & Dolnicar, 2014). En tercer lugar, es importante hacer mención de la validación de la escala de los valores sostenibles (Shepherd et al., 2009) a pesar de su escasa evidencia empírica (Sirakaya et al., 2013), esta vez aplicado en el campo del turismo. Por tanto, la diversidad de nacionalidades de los participantes, confirma la validez de estos valores analizados, que a pesar de poseer estos valores en diferentes contextos, se puede generalizar la identificación de los valores sostenibles y como reflejan un comportamiento determinado, en esta caso el comportamiento ambiental.

Recapitulando el estudio de los valores sostenibles y su relación que existe con el comportamiento ambiental influyen de forma positiva sobre la toma de decisiones de los viajeros. Específicamente para elegir un servicio turístico de alojamiento, en efecto estas variables medidas reflejan el tipo de servicio que demande el turista, optando por servicios con prácticas sostenibles, al ser un segmento de mercado (Kotler, 2011) comprometido con la protección del medio ambiente y consciente de su impacto que podría generar al involucrarse con destino frágiles (Honey, 2008; Chaminuka et al., 2012; Coria y Calfucura, 2012).

Por consiguiente, la contribución de la investigación presente aporta conocimiento válido en cuanto a las preferencias de los viajeros, lo cual Bigné (1996) sugirió seguir abordando este tipo de estudios para reforzar el área del marketing turístico. Información que sirve de apoyo para la toma de decisiones de los empresarios de la industria del turismo y conocer un mercado nuevo y de esta forma entender las necesidades de la demanda (Šimková y

Holzner, 2014). De modo que se el sector empresarial contribuya a la mitigación de la contaminación proveniente de la misma industria y comience a invertir en prácticas enfocadas en el desarrollo sostenible, que no sólo posicionen a la empresa de servicios de alojamiento, sino que los impactos negativos generados sobre los destinos donde operan vayan disminuyendo, dando paso a la posible credibilidad de la sustentabilidad, que busca el bienestar de todos los stakeholders que intervienen en el proceso de la industria turística.

Por otra parte, este tipo de estudios en sitios donde se practica el turismo alternativo permite conocer de forma más evidente las prácticas sostenibles. Sin embargo, es importante remarcar que en los destinos centroamericanos aún hay desconocimiento acerca de los impactos que pudieran generarse al permitir la entrada de Grupos Turísticos Internacionales, por lo que es relevante la difusión de la información científica hacia estos destinos para comenzar el aprovechamiento sostenible de los recursos y su gestión adecuada (Monterroso y Zizumbo, 2009) y de esta forma mejorar su toma de decisiones.

Por último, se muestran las conclusiones finales de la investigación, así como las limitaciones que se identificaron durante el proceso del estudio y se proponen estudios como investigación de líneas futuras respecto al tema abordado. De igual forma, se elabora el listado de la bibliografía utilizada para el estudio correspondiente, como parte del fundamento teórico que se llevó a cabo a lo largo de la investigación.

Conclusiones

Brevemente, se detallan los hallazgos del presente estudio, estableciendo las relaciones positivas de cada una de las variables medidas, confirmando las hipótesis planteadas en la investigación. Se obtuvo que: H₁ Los valores sostenibles influyen de forma directa y positiva sobre la elección del viajero al optar por un servicio de alojamiento con características sostenibles; H₂ Los valores sostenibles influyen directamente sobre el comportamiento ambiental y H₃ El comportamiento ambiental influye directamente sobre su elección de un servicio de alojamiento con prácticas sostenibles. De modo que, se confirman los hallazgos con lo propuesto en la teoría.

Así pues, la teoría de los valores (Schwartz, 1992) se confirman que efectivamente hace referencia a los valores que identifican al individuo. Por otra parte, se comprueba que los valores de la categorización de auto-trascendencia y auto-mejora (Bilsky y Schwartz, 1994) pertenecen a cada preocupación que presenta el individuo (Karp, 1996; Schwartz, 2000) así como las motivaciones que alientan y soportan a la persona Mehmetoglu et al. (2010) que se reflejan en un determinado comportamiento de acuerdo con el grupo social al que pertenezcan las personas y en algunos estudios se demuestra la importancia del sexo en cuanto al comportamiento que adquieren las mujeres o los varones con base en sus valores (Dietz et al., 1998; Schwartz y Bardi, 2001; Norlund & Garvill, 2002; Schwartz y Rubel-Lifschitz, 2009). Por consiguiente, los valores sostenibles que en principio se comenzaban a visualizar desde la teoría de los valores y los estudios realizados por Schwartz se confirman con la creación de la escala de los valores del desarrollo sostenible perteneciente a Shepherd et al. (2009) con la finalidad de hacer énfasis en que toda acción a favor de la preservación del medio ambiente recae sobre estos valores y en efecto son un referente para la toma de decisiones actualmente que beneficie tanto a la oferta como a la demanda, así como mantener un equilibrio entre los impactos que pudieran generarse, principalmente por la industria turística.

Con respecto al comportamiento ambiental se encontraron algunas relaciones directas sobre los valores de benevolencia y universalismo (Norlund y Garvill, 2002; Hansla et al., 2008; Hedlund, 2011; Sirakaya et al., 2013), pertenecientes a la categorización de la auto-trascendencia de acuerdo con Bilsky y Schwartz (1994). Además, Corraliza y Berenguer (2000) argumentaron que el comportamiento ambiental no está en función de los valores

sino de la situación por la que atraviesan los individuos. Afirmación que constata lo propuesto por Schwartz (2006) referente a las situaciones por la que atraviesan las diversas naciones. Es evidente que al momento de hacer turismo estas situaciones de los países de origen de los viajeros influyen en el comportamiento ambiental y en consecuencia sobre su toma de decisiones acerca de los servicios de pernocta. Estudios empíricos en materia de turismo acerca del comportamiento ambiental reflejan que el comportamiento habitual que se posee en el hogar se verá reflejado durante los viajes. Por tanto, se hace alusión a la disposición que poseen los viajeros para reducir sus impactos como agentes potenciales de contaminación (Barr et al., 2010; Van Vugt et al., 1995; De Groot y Steg, 2006).

En cuanto a la toma de decisiones de los viajeros acerca de contratar un servicio de alojamiento con características sostenibles los medios publicitarios juegan un papel relevante para influir sobre esta elección (Chan, 2013) en función de los valores y comportamientos de los turistas (De Boer et al., 2007). Sin embargo, existe escasa información acerca de cómo opera la oferta (Tzschentke et al., 2008) y que decisiones se están tomando para mitigar el impacto generado por las empresas de la industria turística. Por lo tanto, la información válida generada a partir del presente estudio contiene gran envergadura para los gestores o inversionistas del sector hotelero al encontrarse un segmento de mercado comprometido con el medio ambiente desde una amplia investigación teórica y empírica. De esta forma, entender las preferencias del consumidor (Šimková y Holzner, 2014) partiendo desde el punto que lo motiva a escoger un destino y un servicio de alojamiento.

Por otra parte, se contrastó el modelo propuesto por Sirakaya et al. (2013) realizando modificaciones al modelo hipotético original por falta de validez convergente de algunos ítems y por falta de validez discriminante del factor perteneciente al comportamiento ambiental. La contribución de información válida y objetiva acerca de un nuevo segmento de mercado que busca destinos alternativos, y que a través de sus valores sostenibles y comportamientos ambientales opta por seleccionar servicios de alojamiento que posean operaciones a favor del medio ambiente es relevante.

Por consiguiente, los gestores y empresarios hoteleros podrán asumir esta nueva oportunidad de invertir en procesos u operaciones sostenibles, para convencer a la demanda en adquirir un servicio de hospitalidad con características sostenibles, creando así comportamientos y actitudes hacia la fidelidad del consumo (Guzmán et al., 2009). Asimismo, los inversionistas tendrán la certeza de que la toma de decisiones hacia prácticas sostenibles impactará al consumidor a partir de la promoción y difusión óptima del área de marketing y publicidad. La información que se genera a partir de estudios científicos (Mattila, 2004) pueden cambiar el rumbo de la sustentabilidad a partir de gestionar los servicios en la industria turística. Por una parte, lograr la rentabilidad de las empresas y por otro lado el sector turístico contribuya de forma responsable para disminuir sus emisiones de dióxido de carbono y generar menos contaminación. Situación que pone en riesgo la calidad de vida del destino donde operan las empresas de servicio turísticos.

Por lo que se refiere a las comunidades de estudio, o el contexto donde se aplicó la investigación que toman como base de sustento la actividad del turismo alternativo o el ecoturismo se ven beneficiadas únicamente de forma económica a través de la participación comunitaria. Sin embargo este tipo de turismo, que se plantea como de bajo impacto hacia el medio ambiente, aún no posee acciones a favor del mismo. Así pues, se desconocen las mejores vías para implementar este tipo de turismo como una actividad que beneficie al medio ambiente, y que genere un conocimiento de conservación sobre la comunidad. (Ver Tablas 1.2.) así como generador de bienestar social.

En cuanto a la búsqueda de información acerca de estudios empíricos de turismo alternativo y ecoturismo, se encontró que de los nueve análisis que se realizaron (Ver Tabla 1.2.) sólo tres de estos, brindan un fundamento teórico analizado a través de modelos analíticos propuestos y validados, en cuanto al comportamiento ambiental que adquieren las comunidades. Es importante mencionar lo referente al comportamiento ambiental desde la oferta turística, ya que si ellos son los prestadores de servicios, la elección de los viajeros podría influir sobre la operación a favor del medio ambiente. Es decir, los estudios revisados reflejan una realidad en diversos contextos donde el turismo alternativo y el ecoturismo como actividades de sustento en las comunidades representan su posible relación con un comportamiento ambiental. No obstante, aún no se han presentado

resultados que favorezcan a esta tipificación del turismo, que en algunas investigaciones se presenta como una actividad que podría poner en riesgo los factores culturales y principalmente ambientales de los destinos.

Cabe reflexionar sobre el futuro de la industria turística en cuanto a los servicios de alojamiento, es decir, ¿Cuándo optarán por implementar servicios a favor del medio ambiente sin pensar en primera instancia en el posicionamiento dentro del mercado?, optando primeramente por concentrarse en los impactos que pudiera generar su participación en las comunidades donde logre asentarse. Es evidente, que la competitividad en el mercado es un elemento importante (Máynez et al., 2012) sin embargo, los organismos que se encargan de emitir leyes y normas de operación en el sector turístico deben fortalecer el la ejecución y planeación del marco jurídico, para comenzar a ver al turismo y a la sustentabilidad como un fenómeno integral que logre el equilibrio en las relaciones de trabajo y ocio entre todos los grupos de interés (Osorio, 2007; Vázquez, 2010), se creen mejores beneficios para las comunidades receptoras que alojan a estas corporaciones turísticas y a falta de eficiencia del desarrollo sostenible (Bringas y González, 2004). En cuanto a la credibilidad de la sustentabilidad es importante reforzar la investigación turística para lograr refutar su utopía, ya que, de acuerdo con Alipour et al. (2011) requiere de paciencia y tiempo para adaptarse a la dinámica tan acelerada del planeta.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Una de las limitaciones que se presentaron durante el trabajo de campo fue la revocación del permiso por parte de los dueños de los servicios de pernocta o complejos turísticos tales como: hostales, posadas, casa de huéspedes y resorts de los destinos analizados. Esto puede deberse a la poca credibilidad sobre los trabajos académicos, que en muchas ocasiones es confundido por los turistas o empresarios por cuestiones empresariales o gubernamentales. A pesar de la explicación del propósito del instrumento de investigación, la negación era irrevocable, limitando el número de muestras tomadas para el estudio.

En cuanto a la aplicación del instrumento, la traducción de la escala de los valores de sustentabilidad en algunos ítems se observó que los participantes se veían confundidos al momento de encontrar ítems invertidos. Ante esta situación, el investigador recalcó la idea principal del constructo, sin embargo en algunos casos no fue posible abordar uno por uno el cuestionario ya que se aplicaban hasta 15 cuestionarios a la vez a familias numerosas que viajaban a los destinos analizados. Por tanto, para futuras investigaciones Hartley (2013) sugirió eliminar el ítem o bien presentar los resultados de aquellos ítems por separado.

Otra de las principales limitantes del estudio fue el diseño transversal o transeccional de la investigación, al recopilarse los datos en un tiempo específico. Por tanto, se encontró más afluencia de viajeros nacionales para los destinos de Belice y Guatemala en el mes de Abril. Asimismo la presencia de turismo doméstico en el mes de julio de 2014 en los destinos de Tulum y Bacalar. Así que, no se puede determinar el tipo de turismo que visita cada destino a lo largo del año. Situación que da paso a sugerir la realización de investigaciones longitudinales para determinar el segmento de mercado que visita estos destinos turísticos centroamericanos.

Como línea futura de investigación se sugiere realizar estudios no sólo en el contexto de destinos que se promocionan como turismo alternativo o ecoturísticos sino aplicado al turismo masificado, con la finalidad de comparar los resultados acerca de la demanda y si realmente poseen valores sostenibles y por ende un comportamiento ambiental similar al viajero que busca destinos de contacto con la naturaleza de bajo impacto. De esta forma conocer las influencias que se poseen los valores sostenibles y comportamientos

ambientales al elegir un servicio de pernocta con características sostenibles en destinos masificados.

Finalmente, se sugiere realizar investigaciones turísticas de tipo mixtas, para encontrar similitudes y diferencias significativas entre los valores sostenibles y comportamientos ambientales expresados por los participantes del estudio que se quiera analizar. Todo esto para darle más fuerza a la investigación y que no se preste a interpretaciones subjetivas.

Referencias

- Agudelo, C. (2013). Movilidades y resistencias de los caribes negros. Pasado y presente de los garífuna. *CS en Ciencias Sociales*, (12), 189-225
- Ahmad, A. (2014). The Disengagement of the Tourism Businesses in Ecotourism and Environmental Practices in Brunei Darussalam. *Tourism Management Perspectives*, 10, 1-6.
- Aledo, A. (2008). De la tierra al suelo: La transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial. *ARBOR Ciencia, pensamiento y cultura*, 729, 99-113.
- Alipour, H., Vaziri, R.K. y Ligay, E. (2011). Governance as Catalyst to Sustainable Tourism Development: Evidence from North Cyprus. *Journal of Sustainable Development*, 4(5): 32-49.
- Álvarez, A. (2005). Contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos-metodológicos. *Política y sociedad*, 42(1), 57-84.
- Andersson, M. y von Borgstede, C. (2010). Differentiation of Determinants of Low-cost and High-cost Recycling. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 402-408.
- Aprobada por la Asamblea General, R. (2000). 55/2. Declaración del Milenio. *Dirección Internet: www.un.org/spanish/millenniumgoals*.
- Argueta, A. (2009). Tikal and Guatemala's Petén. USA: Moon.
- Arias, B. (2008). Desarrollo de un ejemplo de análisis factorial confirmatorio con LISREL, AMOS y SAS. Publicaciones del *INICIO*, 75.
- Arriaga Álvarez, E. G., Flores, M. D., y Acevedo, J. C. (2008). Senderos de la investigación científica: un planteamiento inicial. *UAEM, México*.
- Arrivillaga, A. (1996). Los Garífuna de Guatemala y su contexto regional. *Instituto de investigaciones antropológicas, UNAM*. 138-155.
- Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes? *Pasos*, 8(4), 633-641.

- Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Barr, S., Shaw, G., Coles, T. y Prillwitz, J. (2010). 'A Holiday is a Holiday': Practicing Sustainability, Home and Away. *Journal of transport Geography*, 18(3), 474-481.
- Baugmgartner, H. y Homburg, C. (1996). Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: a Review. *International Journal of Research in Marketing*, 13, 139-161.
- Bentler, P. (2006). EQS 6 Structural Equations Program Manual. University of California, Los Angeles: Multivariate Software, Inc.
- Bentler, P. M. (1989). EQS 6 Structural Equations Program Manual. Los Angeles: BMDP Statistic Software, 86-102.
- Bigné, E. (1996). Turismo y marketing en España. Análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Estudios Turísticos*, 129, 105-127.
- Bilsky, W., y Schwartz, S. H. (1994). Values and Personality. *European Journal of Personality*, 8(3), 163-181.
- Boullón, R. (1983). Las actividades turísticas y recreacionales: El hombre como protagonista. México: Trillas.
- Bringas, N. y González, J. I. I. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas en Baja California. *Economía, Sociedad y Territorio*, 4(15), 551-588.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable Tourist Behavior: A Discussion of Opportunities for Change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.
- Cea, M. A. (2001). Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social. España: Síntesis Sociología.
- CESTUR (2008). Sondeo de mercado del estudio perfil y grado de satisfacción de los visitantes bacalar, quintana roo segmento nacional autobús y Carretero. SECTUR.

Recuperado

de

<http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/estudios/presentacion%20Bacalar%204to%20trim%2008.pdf>

- Chaminuka, P., Groeneveld, R. A., Selomane, A. O. y Van Ierland, E. C. (2012). Tourist Preferences for Ecotourism in Rural Communities Adjacent to Kruger National Park: A Choice Experiment Approach. *Tourism Management*, 33(1), 168-176.
- Chan, E. S. (2013). Managing Green Marketing: Hong Kong Hotel Managers' Perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 442-461.
- Chen, F. F., Sousa, K. H., y West, S. G. (2005). Teacher's corner: Testing measurement invariance of second-order factor models. *Structural equation modeling*, 12(3), 471-492.
- Chiu, Y., Lee, W. y Chen, T. (2014). Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and Implications. *Tourism Management*, 40, 321-329.
- Cordero, A. (2000). Turismo y dinámicas locales: el caso de Flores, El Petén, Guatemala. Pérez Sáinz, Juan Pablo et al. *Encuentros inciertos: globalización y territorios locales en Centroamérica*.
- Coria, J. y Calfucura, E. (2012). Ecotourism and the Development of Indigenous Communities: The Good, the Bad, and the Ugly. *Ecological Economics*, 73, 47-55.
- Corraliza, J. A. y Berenguer, J. (2000). Environmental Values, Beliefs, and Actions. *Environment and Behavior*, 32(6), 832-848.
- Cortés, J. y Murillo, M. (1985). Comunidades coralinas y arrecifes del Pacífico de Costa Rica. *Revista de Biología Tropical*, 33(2), 197-202.
- Cortés, M. T. (2012). Metodología de la investigación: *Instrumentos de investigación*. México: Trillas.
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales: conceptos, etapas de desarrollo y un ejemplo de aplicación. *Revista Tesis*, 1, 186-199.

- De Almeida, M. (2006). La creación de regiones turísticas y el desarrollo local en el espacio brasileño. *Cuadernos de Geografía*, 15, 21-30.
- De Boer, J., Hoogland, C. y Boersema, J. (2007). Towards More Sustainable Food Choices: Value Priorities and Motivational Orientations. *Food Quality and Preference*, 18, 985-996.
- De Groot, J. y Steg, L. (2006). Impact of Transport Pricing on Quality of Life, Acceptability, and Intentions to Reduce Car Use: An Exploratory Study in five European Countries. *Journal of Transport Geography*, 14, 463-470.
- De Oliveira, G. (2007). Documentos especiales. Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16, 96-110.
- De Young, R. (1986). Some Psychological Aspects of Recycling: the Structure of Conservation Satisfaction. *Environment and Behavior*, 18(4), 435-449.
- Dhami, I., Deng, J., Burns, R. y Pierskalla, C. (2014). Identifying and Mapping Forest-based Ecotourism Areas in West Virginia. Incorporating Visitors' Preferences. *Tourism Management*, 42, 165-176.
- Dietz, T., Stern, P. C., y Guagnano, G. A. (1998). Social Structural and Social Psychological Bases of Environmental Concern. *Environment and Behavior*, 30(4), 450-471.
- Dolnicar, S. (2004). Insights into Sustainable Tourists in Austria: A Databased a Priori Segmentation Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 209-218.
- Ellis, L. (2010). Dimensions and Boundaries of Garifunaduáü. Belize: *African Advancement Association of Belize*.
- Farrel, B. y Twining-Ward, L. (2005). Seven Steps Towards Sustainability: Tourism in the Context of New Knowledge. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 109-122.
- Fisher, L. y Navarro, A. (1990). Introducción a la investigación de mercados. México: McGraw-Hill

- Francesch, A. (2004). Los conceptos del turismo. *Una revisión y una respuesta. Gazeta de antropología*, 20, 1-18.
- Friborg, O., Martinussen, M. y Rosenvinge, J. H. (2005). Likert-based vs. Semantic Differential-based Scorings of Positive Psychological Constructs: A Psychometric Comparison of Two Versions of a Scale Measuring Resilience. *Personality and Individual Differences*, 40, 873-884.
- Gândara, J. M. G., y Azeglio, A. (Agosto, 2010). El Estudio de la Imagen de los Destinos Turísticos. En *VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*.
- Gargallo, F. (2000). Los garífunas de Centroamérica: Reubicación, sobrevivencia y nacionalidad de un pueblo afroindioamericano. *Política y Cultura*, 14, 89-107.
- Gargallo, F. (2002). Garífuna, Garínagu, Caribe. México: Siglo XXI.
- Göğüs, G., Sarper, I. y Apak, S. (2013). Innovation and Sustainable Growth Measurement in Hotel Industry: A Hierarchical Decision Making Model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 752-761.
- González, A. (2011). La probabilidad de interacción anfitrión-turista en destinos de Quintana Roo, México. *Universidad de Quintana Roo*, 219-234.
- González, N. (2008). Peregrinos del caribe, etnogénesis y etnohistoria de los garífunas. Honduras: Editorial Guaymuras.
- Güemes-Ricalde, F. y Carrera-Ruiz, N. (2010). Comportamiento del mercado turístico extranjero en el caribe Mexicano. *Anuario turismo y sociedad*, 10, 30-52.
- Guzmán, C., Garduño, M. y Zizumbo, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18, 691-706.
- Hansla, A., Gamble, A., Asgeir J, y Gärling, T. (2008). The Relationships between Awareness of Consequences, Environmental Concern, and Value Orientations. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 1-9.

- Hartley, J. (2013). Some Thoughts on Likert-type Scales. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 13, 83-86.
- Hearne, R. y Santos, A. (2005). Tourists' and Locals' Preferences toward Ecotourism Development in the Maya Biosphere Reserve, Guatemala. *Environment, Development and Sustainability*, 7, 303-318.
- Hedlund, T. (2011). The Impact of Values, Environmental Concern, and Willingness to Accept Economic Sacrifices to Protect the Environment on Tourists' Intentions to Buy Ecologically Sustainable Tourism Alternatives: *Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 278-288.
- Hernández, R. (2012). Branding sostenible. *Revista del centro de investigación. Universidad la Salle*, 10(37), 95-99.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Ho, K., Stein, L., Yoonjoung, C. y Lee, S. (2012). Consumer's willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of hospitality management* 31, 564-572.
- Holden, A. (2009). The Environment-Tourism Nexus. Influence of market ethics. *Annals of tourism research*, 36(3), 373-389.
- Honey, M. (2008). Setting standards: certification programmes for ecotourism and sustainable tourism. *Ecotourism and conservation in the Americas*, 234-262.
- Iacobucci, D. (2010). Structural Equations Modeling: Fit Indices, Simple Size, and Advanced Topics. *Journal of Consumer Psychology*, 20(1), 90-98.
- Instituto Guatemalteco de Turismo. (2014). Boletín de ocupación hotelera movimiento hotelero de turistas residentes y no residentes. Gobierno de Guatemala. Recuperado de <http://www.inguat.gob.gt/estadisticas.php>.

- Izard, G. (2004). Herencia y etnicidad entre los Garífuna de Belice. *Revista Mexicana del Caribe*, 17, 95-127.
- Johns, R. (2010). Survey Question Bank: Methods Fact Sheet 1. Likert Items and Scales. University of Strathclyde, 1-11.
- Juvan, E. y Dolnicar, S. (2014). The Attitude-Behaviour Gap in Sustainable Tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 76-95.
- Kaiser, F. G., Ranney, M., Hartig, T. y Bowler, P. A. (1999). Ecological Behavior, Environment Attitude, and Feelings of Responsibility for the Environment. *European Psychologist*, 4(2), 59-74.
- Kang K. H., Stein, L., Heo, C. Y. y Lee, S. (2012). Consumer's Willingness to Pay for Green Initiatives of the Hotel Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 564-572.
- Karp, D. G. (1996). Values and Their Effect on Pro-environmental Behavior: *Environment and Behavior*, 28(1), 111-133.
- Kılıçaslan, Ç., Hilal, T., Kara, B. y Kutsal, E. (2011). Evaluation of tourism alternatives in the National Park of Dilek Peninsula Büyük Menderes delta. *Procedia-social and Behavioral Sciences*, 19, 270-279.
- Kilipiris, F. & Zardava, S. (2012). Developing Sustainable Tourism in a Changing Environment: Issues for the Tourism Enterprises. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 44, 44-52.
- Korstanje, M. (2011). ¿Qué es el turismo? *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 4(9), 1-33.
- Kotler, P. (2011). Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135.
- Lam, T. y Hsu, C. (2006). Predicting Behavioral Intention of Choosing a Travel Destination. *Tourism management*, 27, 589-599.

- Latif, S. A., Omar, M. S., Bidin, Y. H. y Awang, Z. (2012). Environmental Values as a Predictor of Recycling Behavior in Urban Areas: A Comparative Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 50, 989-996.
- Leiseworitz, A. A., Kates, R. W. y Parris, T. M. (2006). Sustainability Values, Attitudes and Behaviors: a Review of Multinational and Global Trends. *Annu. Rev. Environ. Resour.* 31, 413-444.
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X. y Liang, Z. (2014). The Role of Social Capital in Encouraging Residents' Pro-Environmental Behaviors in Community-Based Ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190-201.
- López, O. (2004). La sustentabilidad urbana. *Revista bitácora urbano territorial* 1 (8), 8-14.
- Lu, W. y Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism Experiences Reported Online: Classification of satisfaction attributes. *Tourism Management*, 33, 702-712.
- Martínez, N. (2006). Dialogando alteridades. Identidades y poder en Guatemala México: UNAM.
- Mattila, A. S. (2004). Consumer Behavior Research in Hospitality and Tourism Journals. *International Journal of Hospitality Management*, 23(5), 449-457.
- Máynez, G., Aurora, I., Palafox, A., Vera, E. y Cavazos, J. (2012). La relación entre la competitividad y la imagen percibida de los destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 21(5), 1211-1224.
- Mehmetoglu, M., Hines, K., Graumann, C. y Greibrokk, J. (2010). The Relationship between Personal Values and Tourism Behavior: A Segmentation Approach. *Journal of Vacation Marketing*, 16(1), 17-27.
- Méndez, C. (1988). Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. México: McGraw-Hill.

- Mendoza, D. (2008). Diagnóstico y pronóstico socioeconómico. Municipio de Flores, departamento de Petén. (Tesis de Licenciatura en Economía). Universidad de San Carlos, Guatemala. Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03_0662_v16.pdf.
- Millar, G., Rathouse, C., Scarles, C., Holmes, K. y Tribe, J. (2010). Public Understanding of Sustainable Tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627-645.
- Millar, M. y Baloglu, S.H. (2008). Hotel Guests' Preferences for Green Hotel Attributes: *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 302-311.
- Mitchell, L. (1979). The Geography of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(3). 235-244.
- Molina, S. (1988). Conceptualización del turismo. Modelos teóricos del turismo. *Nuevo tiempo libre*, 142-147.
- Monterroso, N. y Zizumbo, L. (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo ¿Avance o retroceso? *Convergencia*, 50, 133-164.
- Monterrubio, J. (2014). Turismo no convencional: impactos socioculturales. *Annals of Tourism Research*, 47, 96-106.
- Myung, E., McClaren, A. y Li, L. (2012). Environmentally Related Research in Scholarly Hospitality Journals: Current Status and Future Opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1264-1275.
- Naciones Unidas. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development. Recuperado de <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- Norlund A. M. y Garvill, J. (2002). Values Structures behind Pro-Environmental Behavior: *Environment and Behavior*, 34(6), 740-756.
- OMT. (2014). Panorama OMT del turismo internacional. Recuperado de http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf

- Osorio, M. (2007). El carácter social del turismo. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 16, 464-492.
- Palacio, J. Coral, C. e Hidalgo, H. (2006). Territorialidad, revitalización técnica y simbolismo en comunidades indígenas (Belice, Guatemala y Panamá). Colombia: Ediciones Mayol.
- Palafox, A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 161-174.
- Pastor, G. y Torres, L. (2010). ¿Turismo en territorios periféricos? Algunas reflexiones a propósito de un estudio de caso en el “Desierto de Lavalle”, Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19, 163-181.
- Pedregal, A. M. N. (1995). Antropología y turismo rural. Una contingencia necesaria. *Gazeta de Antropología*, 11.
- Portillo, A. (2002). Una estrecha relación entre el turismo, la geografía y el mercadeo. *Geoenseñanza*, 7(1-2), 109-113.
- Prud’homme, B. y Raymond, L. (2013). Sustainable Development Practices in the Hospitality Industry: An Empirical Study on their Impact on Customer Satisfaction and Intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 116-126.
- Ramírez, M. (1981). Teoría general del turismo. México: Ed. Diana.
- Reimer, J.K. y Walter, P. (2013). How Do you Know it When you See It? Community-based Ecotourism in the Cardamom Mountains of Southwestern Cambodia. *Tourism Management*, 34, 122-132.
- Romero, R., (2012). Clústers turísticos transfronterizos para la región México–Belice. *Ketzalcalli*, 2, 95-115.
- Rosado, A. y Medina, G. (2014). Ciclo de vida turístico de Bacalar, Pueblo Mágico, Quintana Roo. *Teoría y Praxis*, 15, 96-120.

- Rubio, A. (2003). El turismo del futuro: agente de conservación y desarrollo. *Saberes*, 1, 1-13.
- Sanagustín, M. V., Moseñe, J. y Gómez, M. (2011). Rural Tourism: a Sustainable Alternative. *Applied Energy*, 88, 551-557.
- Sánchez, W. (2009). El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. *Península*, 4(2), 81-102.
- Sancho, A. (2006). Introducción al Turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO, p.192.
- Schultz, P. Wesley, y Lynnette Zelezny. (1999). Values as Predictors of Environmental Attitudes: Evidence for Consistency across 14 Countries. *Journal of Environmental Psychology*, 19(3): 255-65.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Test in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. (2006). A Theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications. *Comparative Sociology*, 5, 187-132.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Test in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25(1), 1-65.
- Schwartz, S. H. y Bardi, A. (2001). Value Hierarchies across Cultures: Taking a Similarities Perspective: *The journal of Cross Cultural Psychology*, 32(3), 268-290.

- Schwartz, S. H. y Rubel-Lifschitz, T. (2009). Cross-national Variation in the Size of Sex Differences in Values: Effects of Gender Equality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97(1), 171-185.
- Schwartz, S. H., Sagiv, L. y Bohlenke, K. (2000). Worries and Values. *Journal of Personality*, 68(2), 309-346.
- Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR). Indicadores turísticos 2013 y 2014, consultado en <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2014/Indicadores%20Turisticos%20-%20Junio%202014.pdf> y <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos-%202013.pdf>.
- Segrado R., González, A., Arroyo, L y Palafox, A. (2010). El desarrollo de Cancún, analizado desde la Teoría de los Sistemas Complejos. *Gest. Tur*, 14, 9-32.
- Shepherd, D. A., Kuskova, V. y Patzelt, H. (2009). Measuring the Values that Underlie Sustainable Development: The Development of a Valid Scale. *Journal of Economic Psychology*, 30(2), 246-256.
- Šimková, E. y Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 159, 660-664.
- Sirakaya-Turk, E., Baloglu, S. y Mercado, H. (2013). The Efficacy of Sustainability Values in Predicting Travelers' Choices for Sustainable Hospitality Businesses: *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 115-126.
- Sönmez, S. y A.R. Graefe (1998). Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172-177.
- Spash, C. (2002). Informing and Forming Preferences in Environmental Valuation: Coral Reef Biodiversity. *Journal of Economic Psychology*, 23, 665-687.

- Stern, P. y Dietz, T. (1994). The Value Basis of Environmental Concern. *Journal of Social Issues*, 50(3), 65-84.
- Tran, L. y Walter, P. (2014). Ecotourism, Gender and Development in Northern Vietnam. *Annals of Tourism Research*, 44, 116-130.
- Tzschentke, N., Kirk, D. y Lynch P. (2008). Going Green: Decisional Factors in Small Hospitality Operations. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 126-133.
- UICN. (2005). Beneficios más allá de las fronteras. Actas del V congreso mundial de parques de la UICN. *UICN, Gland, Suiza y Cambridge, Reino Unido* x + 326 pp.
- Uriel, E., y Manzano, J. A. (2002). *Análisis multivariante aplicado*. Paraninfo.
- Van Vugt, M., Meertens, R. M. y Van Lange, P. A. M. (1995). Car versus Public Transportation? The Role of Social Value Orientations in Real-life Social Dilemma. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(3), 258-278.
- Vásquez, A. (2010). Las caras del ocio: Aproximaciones psicológicas. *Kálathos*, 1, 1-26.
- Vicente, P. y Reis, E. (2012). Segmenting Households According to Recycling Attitudes in a Portuguese Urban Area. *Resources, Conservation and recycling*, 52, 1-12.
- Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo. Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y perspectivas del turismo*, 20(1), 149-170.
- Weaver, D. y Lawton, L. (2007). Twenty Years on: The State of Contemporary Ecotourism Research. *Tourism Management*, 28, 1168-1179.
- Youdelis, M. (2013). The Competitive (dis)advantages of Ecotourism in Northern Thailand. *Geoforum*, 50, 161-171.
- Zamorano, F. (2009). Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados. México: Trillas.

Zembri, P. (2005). El TGV, la red ferroviaria y el territorio en Francia. *IT*, 70, 12-19.

La División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, México se encuentra realizando una investigación referente al turismo. El objetivo de esta investigación es obtener información como parte del proceso metodológico para desarrollar una tesis de la Maestría en Gestión Sustentable del Turismo, de la cual soy estudiante. Estaré muy agradecido de contar con su participación, tomando de 5 a 8 minutos para responder el siguiente cuestionario.



Espacio reservado

Folio: _____
 Fecha: _____
 Lugar: _____

Introducción: El siguiente cuestionario tiene como finalidad obtener información acerca del visitante en el ámbito turístico. Por lo que, los datos que usted nos proporcione serán analizados exclusivamente para fines de investigación científica de forma agrupada y anónima.

Parte 1

Instrucciones: Utilizando una escala del 1 al 7, donde 1 significa “totalmente en desacuerdo” y 7 “Totalmente de acuerdo”, por favor marque con una “X” dentro de cada cuadro para mostrar que tanto está de acuerdo o discrepa con cada una de estas declaraciones. Es importante aclarar que no hay respuestas correctas ni incorrectas ya que se trata únicamente de su sincera opinión.

	1	2	3	4	5	6	7						
	Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo						
1.1.	<i>Referente a la libertad, en mi opinión considero que...</i>						Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo					
1.1.1.	Las personas tienen derecho a vivir sin hambre						1	2	3	4	5	6	7
1.1.2.	Las personas tienen derecho a vivir sin violencia						1	2	3	4	5	6	7
1.1.3.	La justicia siempre debe estar disponible para todos						1	2	3	4	5	6	7
1.2.	<i>Referente a la equidad, en mi opinión considero que ...</i>												
1.2.1.	Las personas deben poseer igual acceso a los beneficios generados por el desarrollo, independientemente de si contribuyeron o no a ese desarrollo						1	2	3	4	5	6	7
1.2.2.	Todas las naciones deben tener igual acceso a los beneficios del desarrollo económico						1	2	3	4	5	6	7
1.2.3.	Los beneficios de la economía global deben ser compartidos por igual entre todas las naciones						1	2	3	4	5	6	7
1.3.	<i>Referente a la solidaridad, en mi opinión considero que ...</i>												
1.3.1.	Los que más se benefician deben ayudar a mantener a los menos beneficiados						1	2	3	4	5	6	7
1.3.2.	Los que llevan una carga sustancial por los cambios globales deberían recibir ayuda de aquellos que no se encuentran agobiados						1	2	3	4	5	6	7
1.3.3.	Los que más sufren deben recibir la ayuda de los que menos sufren						1	2	3	4	5	6	7
1.4.	<i>Referente a la tolerancia, en mi opinión considero que ...</i>												
1.4.1.	La diversidad de creencias debe ser respetada						1	2	3	4	5	6	7
1.4.2.	La paz dentro de las sociedades comienza con la aceptación hacia otros estilos de vida						1	2	3	4	5	6	7
1.4.3.	Las personas deben respetar las diferencias entre las sociedades						1	2	3	4	5	6	7
1.5.	<i>Referente al respeto hacia la naturaleza, en mi opinión considero que...</i>												
1.5.1.	En los esfuerzos hacia el desarrollo todas las precauciones deben ser tomadas para proteger los recursos naturales						1	2	3	4	5	6	7
1.5.2.	Los patrones actuales de producción deben modificarse sustancialmente para proteger el bienestar del medio ambiente						1	2	3	4	5	6	7
1.5.3.	Las personas deben realizar grandes cambios en su comportamiento de consumo actual por respeto a la naturaleza						1	2	3	4	5	6	7
1.5.4.	Es obligación de la sociedad proteger vigorosamente el medio ambiente natural en beneficio de las generaciones futuras						1	2	3	4	5	6	7
1.6.	<i>Referente a la responsabilidad compartida, en mi opinión considero que...</i>												
1.6.1.	Todos somos responsables de asegurar que se mantengan los derechos de libertad de todas las personas						1	2	3	4	5	6	7
1.6.2.	Las naciones civilizadas deben aceptar la responsabilidad de mejorar el bienestar de las naciones menos afortunadas						1	2	3	4	5	6	7
1.6.3.	Todos compartimos responsabilidad cuando miembros de nuestra sociedad global no toleran las diferencias culturales						1	2	3	4	5	6	7
1.6.4.	Es una obligación moral de las naciones civilizadas trabajar conjuntamente con otras naciones para poner fin a las injusticias globales						1	2	3	4	5	6	7
1.7.	<i>En general, en mi opinión es importante que las personas...</i>												
1.7.1.	...valoren la libertad de todas las personas.						1	2	3	4	5	6	7
1.7.2.	...valoren la equidad de todas las personas						1	2	3	4	5	6	7
1.7.3.	...valoren la solidaridad de todas las personas						1	2	3	4	5	6	7
1.7.4.	...consideren el valor de tolerancia						1	2	3	4	5	6	7
1.7.5.	...valoren los recursos naturales						1	2	3	4	5	6	7
1.7.6.	...valoren la responsabilidad compartida						1	2	3	4	5	6	7

Parte 2

Instrucciones: Utilizando una escala del 1 al 7, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 7 "Totalmente de acuerdo", por favor marque con una "X" dentro de cada cuadro para mostrar que tanto está de acuerdo o discrepa con cada una de estas declaraciones. Es importante aclarar que no hay respuestas correctas ni incorrectas ya que se trata únicamente de su sincera opinión.

2.1.	Cuando escojo un lugar de hospedaje...	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
2.1.1.	Normalmente elijo el alojamiento donde promuevan activamente prácticas ecológicas hacia sus huéspedes, accionistas, proveedores, y para el público	1	2	3	4	5	6	7
2.1.2.	A menudo elijo instalaciones de turismo / hoteles que participan en las asociaciones medioambientales o programas de certificación como la ISO 9000	1	2	3	4	5	6	7
2.1.3.	Prefiero escoger alojamientos que reciclan activamente materiales	1	2	3	4	5	6	7
2.1.4.	Suelo comer en restaurantes que ofrecen productos / servicios a favor de la conservación del medio ambiente (es decir, baja toxicidad, los alimentos orgánicos, o los bienes producidos localmente)	1	2	3	4	5	6	7
2.1.5.	A menudo busco símbolos de proveedores de servicios de alojamiento comprometidos con el medio ambiente antes de hacer una reservación	1	2	3	4	5	6	7

Parte 3

Instrucciones: Utilizando una escala del 1 al 7, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 7 "Totalmente de acuerdo", por favor marque con una "X" dentro de cada cuadro para mostrar que tanto está de acuerdo o discrepa con cada una de estas declaraciones. Es importante aclarar que no hay respuestas correctas ni incorrectas ya que se trata únicamente de su sincera opinión.

3.1.	Referente al medio ambiente...	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo		
		1	2	3	4	5	6	7
3.1.1.	Hablo con amigos acerca de problemas del medio ambiente	1	2	3	4	5	6	7
3.1.2.	He señalado el mal comportamiento ambientalista de las personas	1	2	3	4	5	6	7
3.1.3.	Compro productos en envases rellenables	1	2	3	4	5	6	7
3.1.4.	He leído acerca de los temas ambientales	1	2	3	4	5	6	7
3.1.5.	Animo a mis amigos y mi familia al proceso de reciclar	1	2	3	4	5	6	7
3.1.6.	Busco formas de reutilizar cosas	1	2	3	4	5	6	7

Parte 4

Finalmente, le agradeceremos que nos brindara la siguiente información personal...

4.1.	¿Cuál es el motivo de su viaje? Marque con una "X" el cuadro que corresponda...		
	<input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Visita a familiares o amigos	<input type="checkbox"/> Vacaciones <input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/> Negocios
4.2.	¿Qué actividades realizó durante su viaje? Marque con una "X" el cuadro que corresponda...		
	<input type="checkbox"/> Buceo <input type="checkbox"/> Snorkel	<input type="checkbox"/> Visita a un parque interpretativo <input type="checkbox"/> Visita a un sitio arqueológico	<input type="checkbox"/> Senderismo <input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____
4.3.	¿Cuál es su edad? Marque con una "X" el cuadro que corresponda...		
	<input type="checkbox"/> Menos de 18 años	<input type="checkbox"/> De 18 a 30 años	<input type="checkbox"/> De 31 a 40 años
	<input type="checkbox"/> De 41 a 50 años	<input type="checkbox"/> De 51 a 60 años	<input type="checkbox"/> De 61 a 70 años
	<input type="checkbox"/> Mas de 70 años		
4.4.	Hotel de estadía: _____		4.5. Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino
4.6.	¿Cuánto tiempo va a permanecer en este destino?	<input type="checkbox"/> 1-4 días	<input type="checkbox"/> 4-7 días
		<input type="checkbox"/> Más de 7 días	
4.7.	¿Cuánto fue el gasto total realizado por su estadía en el hotel?	<input type="checkbox"/> Menos de 50 dólares	<input type="checkbox"/> 51-80 dólares
		<input type="checkbox"/> Más de 81 dólares	
4.8.	¿Cuántas veces ha visitado este destino?	<input type="checkbox"/> Primera vez	<input type="checkbox"/> 2-3 veces
		<input type="checkbox"/> Más de 3 veces	
4.9.	Correo electrónico: _____	4.10.	Nombre: _____
4.11.	Nacionalidad: _____		

Gracias por su participación.

The Sustainable Development Division in the University of Quintana Roo, Mexico is carrying out a research project on tourism. The aim of this research is to get data as part of the methodological process to develop a thesis in the Master of sustainable tourism management, of which I am a student. I would be grateful if you could participate, you will take from 5 to 8 minutes to answer this questionnaire.



Espacio reservado

Folio: _____
 Fecha: _____
 Lugar: _____

Introduction: The purpose of this questionnaire is intend to obtain information about travelers in the tourism sector. Then, the following data that you provide us will be analyzed only for the purpose of scientific research, in aggregate form and anonymous way.

Stage 1

Instructions: Using a scale from 1 to 7, where 1 means "Strongly disagree" and 7 means "Strongly agree", please tick one box to show how much you agree or disagree with each of these statements. It's important that there are no rights or wrong answers because it is only your honest opinion.

	1	2	3	4	5	6	7	
	Strongly disagree	Disagree	Somewhat disagree	Neither agree or disagree	Somewhat agree	Agree	Strongly agree	
1.1.	Regarding freedom...						Strongly disagree	Strongly agree
1.1.1.	All people have the right to live free from hunger						1	2
1.1.2.	All people have the absolute right to live their lives free from violence						1	2
1.1.3.	The justice should be available for all people at all times						1	2
1.2.	Regarding equity...							
1.2.1.	People must have equal access to the benefits generated by development regardless of whether they contributed to that development or not						1	2
1.2.2.	All nations must have equal access to benefits from economic development						1	2
1.2.3.	The benefits of global economy should be shared equally among all nations.						1	2
1.3.	Regarding solidarity...							
1.3.1.	Those who benefit the most must help provide for those who benefit the least						1	2
1.3.2.	Those who bear a substantial burden from global changes should receive assistance from those who are less burdened						1	2
1.3.3.	Those who suffer the most deserve help from those who suffer the least						1	2
1.4.	Regarding tolerance...							
1.4.1.	The diversity of beliefs across all people must be respected						1	2
1.4.2.	Peace within societies begins with openness toward others' ways of life						1	2
1.4.3.	People must not repress any differences across societies						1	2
1.5.	Regarding respect for nature...							
1.5.1.	All precautions must be taken to protect natural resources in our development efforts						1	2
1.5.2.	Current patterns of production must be substantially changed to protect the welfare of the natural environment						1	2
1.5.3.	People must make major changes to their current consumption out of respect for nature						1	2
1.5.4.	It is the obligation of a society to vigorously protect the natural environment for the benefit of future generations						1	2
1.6.	Regarding shared responsibility...							
1.6.1.	We are all responsible for assuring that all people's rights to freedom are maintained						1	2
1.6.2.	Civilized nations must accept responsibility for improving the welfare of less fortunate individuals around the world						1	2
1.6.3.	We all share responsibility when members of our global society do not tolerate cultural differences						1	2
1.6.4.	It is the moral obligation of civilized nations to work together to end global injustices						1	2
1.7.	<i>Overall, I think it's important that people...</i>							
1.7.1.	...value the freedom of all people						1	2
1.7.2.	...value the equity of all people						1	2
1.7.3.	...value the solidarity of all people						1	2
1.7.4.	...consider the value of tolerance						1	2
1.7.5.	...value the natural resources						1	2
1.7.6.	...value the shared responsibility						1	2

Stage 2

Instructions: Using a scale from 1 to 7, where 1 means "Strongly disagree" and 7 means "Strongly agree", please tick one box to show how much you agree or disagree with each of these statements. It's important that there are no rights or wrong answers because it is only your honest opinion.

2.1.	When I choose a hospitality service...	Strongly disagree				Strongly agree		
		1	2	3	4	5	6	7
2.1.1.	I usually choose accommodations that actively promote green practices to their guests, shareholders, vendors, and to the public	1	2	3	4	5	6	7
2.1.2.	I often choose tourism/hotel facilities that participate in environmental partnerships or certification programs such as ISO 9000	1	2	3	4	5	6	7
2.1.3.	I prefer choose accommodations that actively recycle materials	1	2	3	4	5	6	7
2.1.4.	I usually eat in restaurants that provide environment-friendly products/ facilities (i.e., low toxicity, organic foods, or locally produced goods)	1	2	3	4	5	6	7
2.1.5.	I often look for environment-friendly service provider signs before making reservations	1	2	3	4	5	6	7

Stage 3

Instructions: Using a scale from 1 to 7, where 1 means "Strongly disagree" and 7 means "Strongly agree", please tick one box to show how much you agree or disagree with each of these statements. It's important that there are no rights or wrong answers because it is only your honest opinion.

3.1.	Regarding the environment...	Strongly disagree				Strongly agree		
		1	2	3	4	5	6	7
3.1.1.	I talk with friends about problems of the environment	1	2	3	4	5	6	7
3.1.2.	I have pointed out unecological behavior to someone	1	2	3	4	5	6	7
3.1.3.	I buy products in refillable packages	1	2	3	4	5	6	7
3.1.4.	I read about environmental issues	1	2	3	4	5	6	7
3.1.5.	I encourage friends and family to recycle	1	2	3	4	5	6	7
3.1.6.	I look for ways to reuse things	1	2	3	4	5	6	7

Stage 4

Finally, it would be helpful to know the following personal information...

4.1.	¿What is the reason for your travel? Please tick one box which indicates your reason...		
	<input type="checkbox"/> Studying <input type="checkbox"/> Visiting family or friends	<input type="checkbox"/> Vacations <input type="checkbox"/> Other, please specify _____	<input type="checkbox"/> Business
4.2.	¿Which activities did you do during the trip? Please tick one box which indicates the activities that you did...		
	<input type="checkbox"/> Scuba diving <input type="checkbox"/> Snorkel	<input type="checkbox"/> Visiting theme parks <input type="checkbox"/> Visiting archeological sites	<input type="checkbox"/> Hiking <input type="checkbox"/> Other, please specify _____
4.3.	¿What is your age? Please tick one box which indicates your age...		
	<input type="checkbox"/> Less than 18 <input type="checkbox"/> From 18 to 30 <input type="checkbox"/> From 31 to 40 <input type="checkbox"/> From 41 to 50 <input type="checkbox"/> From 51 to 60 <input type="checkbox"/> From 61 to 70 <input type="checkbox"/> More than 70		
4.4.	Hotel: _____	4.5. Gender: <input type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/> Male	
4.6.	¿How long are you going to stay in this destination?	<input type="checkbox"/> 1-4 days	<input type="checkbox"/> 4-7 days <input type="checkbox"/> More than 7 days
4.7.	¿How much did you spend for a hotel room?	<input type="checkbox"/> Less than 50 usd	<input type="checkbox"/> 51-80 usd <input type="checkbox"/> More than 81 usd
4.8.	¿How many times have you been in this place?	<input type="checkbox"/> First time	<input type="checkbox"/> 2-3 times <input type="checkbox"/> More than 3 times
4.9.	E-mail: _____	5.10.	Name: _____
4.11.	Nationality: _____		

Thank you for your participation.