

**VISIÓN PANORÁMICA DE CONTRIBUCIONES ECONÓMICAS DEL
TURISTA QUE VISITA ÁREAS PROTEGIDAS EN EL ECUADOR. CASO
PARQUE NACIONAL COTOPAXI**

***PANORAMIC VIEW OF ECONOMIC CONTRIBUTIONS OF THE TOURIST
VISITING PROTECTED AREAS IN ECUADOR. CASE COTOPAXI NATIONAL
PARK***

Recibido: 22/05/2019 – Aprobado: 12/10/2019 – Publicado: 02/01/2020

Processo de Avaliação: Double Blind Review

Alexandra Tatiana Valle-Álvarez.¹²

PhD por la Universidad Nacional del Rosario, Argentina

Doctora en Contabilidad por la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Edison Roberto Valencia-Nuñez³

PhD por la Universidad Nacional del Rosario, Argentina

Ingeniero en Electrónica por la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Magister por la Universidad de Granada, España

Luis Marcelo Mantilla-Falcón⁴

Doctor por la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Magíster por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Magíster por la Universidad Tecnológica Indoamérica, Ecuador

Tito Patricio Mayorga-Morales⁵

Doctor por la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

¹ **Agradecimiento:** Este estudio es parte del proyecto de investigación denominado “*Conservación y sostenibilidad financiera a través de pagos voluntarios, anonimidad y reciprocidad del Parque Nacional Cotopaxi*” aprobado a través de la Resolución 1535-CU-P-2018 por el Honorable Consejo Universitario y financiado con fondos DIDE de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

² Autor para correspondencia: Universidad Técnica de Ambato: Av. de los Chasquis y Río Cutuchi. Ciudadela Universitaria. Ambato, Ecuador. E-mail: alexandratvalle@uta.edu.ec

³ E-mail: edisonrvalencia@uta.edu.ec

⁴ E-mail: luismmantilla@uta.edu.ec

⁵ E-mail: titopmayorga@uta.edu.ec



RESUMEN

La dinámica del turismo en áreas naturales protegidas tiene muchos componentes y características que se apartan del turismo de playa o negocios. En esta investigación se estudió el comportamiento del consumidor turístico en el Parque Nacional Cotopaxi, Ecuador. Las principales evidencias determinan que es un lugar con alta acogida por turistas extranjeros y nacionales que visitan el parque con fines exclusivamente turísticos, muy pocos por deporte e investigación. Se concluye que la intención de contribución voluntaria económica es más elevada por el turista extranjero que por el nacional.

Palabras claves: Turismo; Área protegida; Parque Nacional Cotopaxi; Ecoturismo.

ABSTRACT

The dynamics of tourism in protected natural areas have many components and characteristics that deviate from beach or business tourism. In this research was studied the behavior of the tourist consumer in the Cotopaxi National Park, Ecuador. The main evidences determine that it is a place with high reception by foreign and national tourists who visit the park for exclusively tourist purposes, very few for sport and research. It is concluded that the intention of voluntary economic contribution is higher for foreign tourists than for national ones.

Keywords: *Tourism; Protected area; Cotopaxi National Park; Ecotourism.*

1. INTRODUCCIÓN

La dinámica del turismo ambiental tiene múltiples aristas y se lo ha analizado desde diferentes campos del saber: sociología, economía, política, medioambiente, financiero, entre otros, sin embargo, a la hora de decidir el destino turístico pesa una serie de actitudes de orden psicológica, por ejemplo, con base en la información disponible los

turistas toman decisiones y se genera una actitud inicial antes del viaje, se configura un imaginario, pero después del viaje se acumulan experiencias que les permiten evaluar sus eventos de satisfacción o insatisfacción de lo vivido (Ramírez Ospina, Otero Gómez, & Giraldo Pérez, 2014).

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad que tiene un altísimo potencial para generar riqueza, mejorar el desarrollo local, pero si no es manejada adecuadamente tiene afectaciones directas en el medioambiente. Por lo tanto, compatibilizar el componente social, económico y natural con la sostenibilidad ambiental es el reto (Araña & León, 2017).

En definitiva, después de la Segunda Guerra Mundial y entrada ya el siglo XXI, en lo político, el turismo toma su fuerza dada la paz mundial y estabilidad política en la mayoría de países del mundo; en lo económico, por la globalización evidente, se puede señalar el mejoramiento de la calidad de vida, presencia de grandes empresas de intermediación turística a nivel mundial, el potencial del marketing; desde el componente social, el goce de vacaciones como un derecho laboral; y en lo tecnológico, transporte con más horas de autonomía, sistemas de información, irrupción de comercio electrónico, entre otros. Esos son factores que se dinamizan el accionar del turismo en toda su dimensión (Altimira Vega & Muñoz Vivas, 2007).

Para entender mejor el fenómeno del turismo, la descripción de Camacaro (2008) citado por Narváez y Fernández (2010) es bastante clara y precisa:

El turismo es definido como un sistema socio-económico basado en la recreación física y emocional de las personas, integrado por diferentes actividades que se desarrollan en la dimensión ambiental, cultural y económica del ser humano (p. 176).

Las motivaciones entre un consumidor turístico de sol, playa y diversión, y un turista de compras y negocios, son semejantes, por ejemplo, es importante: la imagen, calidad, valor percibido, satisfacción, lealtad de acuerdo con la visión de Kotler, Bowen y Makens (Conde Pérez, Amaya Molinar, & González Alatorre, 2013).

Al ser el turismo generador de riqueza, los agentes turísticos deben conocer muy bien la conducta y el comportamiento del consumidor turístico, por eso Ritchie y Crouch

(2005) afirman que las personas que visitan un lugar turístico en particular buscan experiencias que se queden en su memoria, pero esperando calidad total; entonces los destinos turísticos deben ser proveedores de experiencias placenteras e inolvidables para los visitantes, a fin de producir elevados niveles de satisfacción que generen comentarios favorables.

Desde el punto de vista del turismo ambiental, en estudios como por ejemplo de Vargas Martínez, López Moreda, & Martínez Cervantes (2014) se estructura un perfil del turista ecológico, quien está preocupado por la situación ambiental de la actualidad, maneja el autoconcepto de lo “ecológico”, la disponibilidad a cambiar hábitos de consumismo exagerado; en algunos casos, prefieren pagar más si el servicio está comprometido con el medioambiente.

Mucha literatura se ha generado en atención al turismo sostenible (o sustentable), más de 150.000 artículos (Buckley, 2012), con todos los puntos de vista, desde los negativistas, hasta los utópicos y los optimistas extremos (Pulido Fernández & Pulido Fernández, 2015), pero básicamente está orientado a entenderse como aquel que se vincula con “la preservación de los ecosistemas, la promoción del bienestar humano, la equidad inter e intrageneracional, y la participación pública en la toma de decisiones” (Bramwell, 2015, p. 204).

Autores como Becken (2007); Cohen y Higham (2011); Gössling (2015) argumentan que, sin duda alguna, los turistas procuran el objetivo de la satisfacción y la felicidad obtenida con las decisiones involucradas en el viaje, pero este objetivo individual debe ser compatible con el objetivo global de la sostenibilidad.

Para efectos del presente estudio que es desarrollado en un parque nacional, por tanto, un área protegida con un marco legal de cumplimiento obligatorio, la dinámica turística tiene sus matices específicos. Entiéndase área protegida como aquel espacio natural “representado por formaciones físicas, biológicas, geológicas, geomorfológicas y paisajísticas excepcionales desde un punto de vista estético y científico” (Serrano, 2011, p. 19). Por su vez, en el plano de lo jurídico y legal la finalidad de la ley se constituye en términos muy generales, para estos casos es “la conservación del patrimonio natural: preservar ecosistemas, comunidades, especies o procesos biológicos, por su mero valor

de existencia o por los servicios cuyo disfrute no implica apropiación y extracción de recursos” (Mc Nelly & Millar, 1986).

Contextualizando la realidad ecuatoriana, la legislación es muy clara y precisa. Sus preceptos se encuentran definidos desde la Constitución y todas sus leyes conexas, por ejemplo, el artículo 405 dice expresamente:

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. [...] El Estado asignará los recursos económicos para la sostenibilidad financiera del sistema y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

El Ecuador es un país megadiverso, y los siguientes datos breves un referente: es el segundo país de América Latina con mayor territorio dedicado a la protección de sus ecosistemas, es decir, 33,26% de su extensión; alberga 1642 especies de aves, 4300 especies de orquídeas, 540 de anfibios y 403 de mamíferos; el 79% de las formaciones vegetales se encuentran en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, SNAP; dentro de este sector se encuentran 26 nacionalidades indígenas (Ministerio del Ambiente del Ecuador, MAE, 2016).

Abordando en términos de territorio, sigue una breve caracterización del entorno e historia del Parque Nacional Cotopaxi: fue creado en 1975 y pasó al SNAP en 1979, siendo el primer parque en territorio continental del Ecuador; su extensión comprende 33,393 hectáreas, abarcando territorios de las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo; su principal referente es el volcán Cotopaxi, cuya altitud es de 5.897 m.s.n.m., le sigue en orden de importancia el volcán Rumiñahui con 4.712 m.s.n.m. Su flora es muy variada, pasando desde el bosque húmedo, paramo pluvial, tundra pluvial y nival. La fauna está compuesta de aves, mamíferos, anfibios y reptiles, además de una gran cantidad de invertebrados (Jácome Mestanza, 2012).

Para una comprensión somera de la dinámica turística al interior del Parque Nacional Cotopaxi, PNC, en la siguiente tabla se evidencian las cifras de visitantes durante dos años 2011 y 2016, a manera de ejemplo:

Tabla 1

Número de visitantes al PNC.

Años	Tipos	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total
2011	Nacio.	7828	5689	9575	7666	7638	5091	12249	17060	5924	6384	13098	6314	104516
	Extran.	3778	3026	3223	3733	3199	3206	7291	6241	3136	3818	4564	3880	49095
	Total	11606	8715	12798	11399	10837	8297	19540	23301	9060	10202	17662	10194	153611
2016	Nacio.	2053	2889	4313	3196	4576	4201	8954	23340	9538	7511	14672	7824	93067
	Extran.	601	475	1372	1998	2120	2283	3896	4602	2782	2297	2884	2715	28025
	Total	2654	3364	5685	5194	6696	6484	12850	27942	12320	9808	17556	10539	121092

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador (2017).

En definitiva, el sector del SNAP es un agente dinamizador para el sector turístico con un franco crecimiento a través de los años, por ejemplo, se pasó de 310 mil turistas en el año 2006 a 1,6 millones en el año 2014, con un crecimiento sostenido del 45%, sin embargo, en los años 2012 se generó una desaceleración, estabilizándose en un 25% a partir del 2014. Las razones son evidentes, se redujo el valor de ingreso en el 2011 y, a partir del 2012, el ingreso pasó a ser gratuito. Del 2006 al 2014 la presencia de extranjeros ha sido notoria, alcanzando un 31%, mientras la de nacionales alcanzó el 50%. En términos generales, el 71% de visitantes a las Áreas Protegidas son nacionales y el 29% extranjeros (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2015).

Para concluir,

[...] el turismo de naturaleza representa una herramienta valiosa para generar un desarrollo sostenible de las áreas protegidas y aporta valor económico a los servicios del ecosistema que proporcionan las áreas protegidas, genera ingresos directos e indirectos para los actores locales, promueve el uso sostenible de los recursos naturales y reduce la pérdida de la biodiversidad (Serrano, 2011).

Aun cabe considerar lo que la Declaración de Ciudad del Cabo, en 2002, abordó sobre el turismo responsable, tomando en cuenta las siguientes premisas:

- Minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales.
- Crear beneficios para la gente local y mejorar el bienestar de las comunidades de acogida.

- Involucrar a las personas locales en las decisiones que afectan sus vidas y oportunidades de vida.
- Hacer contribuciones positivas para la conservación del patrimonio natural y cultural, para contribuir a la conservación de la diversidad cultural del mundo.
- Proporcionar experiencias más agradables para los turistas a través del contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos sociales y ambientales de las cuestiones de la cultura local.
- Ser culturalmente sensible, promocionar respeto y entendimiento entre los turistas y los anfitriones y contribuir al desarrollo de la confianza y el orgullo local (Pulido Fernández & Pulido Fernández, 2015).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación, de carácter cuantitativa con enfoque descriptivo, estuvo basada en una encuesta aplicada a los turistas en un fin de semana cualquiera (diciembre 2018), con una finalidad diagnóstica de aproximación a la comprensión del turismo y la intencionalidad de las contribuciones económicas en áreas protegidas en la realidad ecuatoriana. La muestra fue no probabilística, siendo intencional la selección de los elementos a encuestarse, sin embargo, el escogimiento del informante ocurrió con una o dos personas de cada grupo que arribaba al parque. En total, participaron 66 elementos de observación, siendo 40,9% femenino y 59,1% masculino. Dos fueron los lugares escogidos para el trabajo de campo: El refugio José Rivas ubicado a 4.800 m.s.n.m. aproximadamente, y la Laguna de Limpiopungo a 3,800 m.s.n.m. Participaron tanto turistas nacionales (34,8%) como extranjeros (65,2%), a quienes se abordó temas sobre frecuencia y razones de visita, predisposición al pago, voluntariedad para aportación económica, condición económico-laboral, entre otras. Para la verificación de hipótesis se usó U de Mann Whitney.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados más sobresalientes que se evidencian en la presente investigación es la alta participación de extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, PNC, por ejemplo, de este sondeo se verifica turistas de Canadá, Estados Unidos, Francia y otros países europeos, que contratan su tour para recorrer el país, pero en cuyo trayecto no puede faltar la visita “obligatoria” a las Islas Galápagos. También fue importante la presencia de turistas latinoamericanos, por ejemplo, Colombia y Argentina consideran como destino turístico Ecuador, bien sea por su cercanía o por las oportunidades de su naturaleza y lugares altamente llamativos, en especial, Áreas Naturales y patrimonio histórico.

De este sondeo primario, 65,2% fueron extranjeros, lo que evidencia que son los propios ecuatorianos quienes presentan menor atención al turismo de montaña o natural y no disfrutan las potencialidades que el país ofrece.

Los turistas que visitan el PNC tienen un amplio margen de edades, que van desde los 16 años hasta superiores a los 60, esto no impide que puedan visitar niños, siempre con supervisión de adultos. En este estudio se encontró que el 40,9% de asistentes tienen edades inferiores a 30 años, no sin dejar de ser importante las edades entre 30 y 50 años, con el 51,5%.

El género y la edad con mayor recurrencia se encuentra en el masculino, con un rango de los 30 a 49 años y alcanzando el 31, 36%. Las mujeres superan en el rango de 20 a 29 años con el 18,2%.

Categorizados por el “estado civil”, el 60,6% de los visitantes del PNC son solteros, quedando la diferencia para los de estado civil casados y otro estado sin importancia. A lo que se refiere al estado civil “soltero”, el 31,8% es masculino y el 28,8% es femenino; la misma tendencia ocurre en el estado civil “casado”.

Considerando la ocupación laboral del turista, los datos son muy interesantes porque evidencian una fenomenología especial de la empleabilidad del visitante, por ejemplo, 65,2% son empleados, tanto públicos como privados; visto desde esta perspectiva, se podría considerar que el turismo en Áreas Naturales es una válvula de escape para relax

luego de las actividades laborales. Le sigue en orden de importancia los estudiantes, con el 18,2%. Realizada una discriminación por género, el masculino supera ampliamente con el 40,9% que se encuentra empleado y sólo el 24,2% del femenino se halla en la misma situación laboral. El 42,4% de los turistas extranjeros están empleados, el 10% laboran independientemente y del mismo modo el 10% son estudiantes.

Las razones de visita al PNC básicamente son por turismo, que representa el 93,9%. Las otras razones muy escasas son el deporte y estudios. No hay diferencia entre nacionales y extranjeros.

La frecuencia de visitas se determina que el 54,5% lo hacen por primera vez y el 45,5% afirma que ya estuvo, al menos una vez, en el parque. Lo relevante se encuentra en los extranjeros, el 18,2% afirma que ya visitó anteriormente el parque, pero para los nacionales el 27,3% ya ha visitado en ocasiones anteriores.

Al considerar la intención del aporte económico voluntario el estudio verifica que un 50% de los visitantes tiene la intencionalidad de colaborar entre 5 y 10 dólares americanos, sin dejar de mencionar que un 17,2% llegaría a un valor máximo de 20 dólares. Sin embargo, hay visitantes que no están dispuestos a contribuir de manera voluntaria ningún valor económico (3,1%). Al considerar las nacionalidades, el 39,1% de extranjeros expresan la voluntad de aportar entre 5 y 10 dólares, siendo también importante la predisposición del 12,5% que aportarían un valor máximo de 20 dólares. A nivel nacional el valor más significativo alcanza solo 5 dólares con el 9,4%.

Con el objetivo de realizar una inferencia estadística se realiza una prueba de hipótesis, con el estimador U de Mann Whitney (Anderson, Sweeney, & Williams, 2008). Se trata de una prueba no paramétrica porque la variable dependiente no cumple la condición de normalidad. Las hipótesis son las siguientes:

H_0 = La intención de aportar para la sostenibilidad del parque nacional no influye o es independiente al país de origen.

H_1 = La intención de aportar para la sostenibilidad del parque nacional influye o está relacionado con el país de origen.

H₂ = La intención de aportar para la sostenibilidad del parque nacional influye o está relacionado con el estado laboral.

H₃ = La intención de aportar para la sostenibilidad del parque nacional influye o está relacionado con el género de los visitantes.

H₄ = La intención de aportar para la sostenibilidad del parque nacional influye o está relacionado con la razón de la visita.

Tabla 2

Prueba de hipótesis.

Variable dependiente	Variable independiente	<i>p</i>-valor	Decisión		
Intención de aportar al PNC	País de origen	0,003	Significativo		
	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional • Extranjero 				
	Estado Laboral	0,666	No significativo		
	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado • Independiente • Estudiante • Otro 				
	Género de los visitantes			0,174	No significativo
	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 				
	Estado Civil			0,599	No significativo
	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero • Casado • Otro 				
	Razón de la visita	0,463	No significativo		
	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Deporte • Investigación 				

4. CONCLUSIONES

Los extranjeros tienen una mejor predisposición a la contribución voluntaria cuando visitan un área natural protegida, en este caso, el Parque Nacional Cotopaxi,

evidenciándose un valor económico importante que fluctúa entre 5 y 10 dólares, aseveración que se valida con la prueba de hipótesis (H_1).

La recurrencia de visitas en cuanto al género entre nacionales y extranjeros y la intencionalidad del aporte voluntario no son significativas.

Las razones de visitas, el estado laboral y el estado civil son independientes en función de la aportación voluntaria al visitar el PNC.

Se evidencia una ligera superioridad de extranjeros frente a los nacionales en cuanto a las visitas al PNC y la mayoría lo hacen por turismo.

REFERENCIAS

- Altimira Vega, R., & Muñoz Vivas, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 677-710. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2267966.pdf>
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2008). *Estadística para Administración y Economía*. México D.F.: Cengage Learning.
- Araña, J. E., & León, C. J. (30 de junio de 2017). Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. *Cuadernos económicos de ICE*, 1(93), 45-68. Obtenido de <http://www.revistasice.com/index.php/CICE/article/view/6147/6147>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la república del Ecuador. R.O 449*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente.
- Becken, S. (2007). Tourists' perception of international air travel's impact on the global climate and potential climate change policies. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 351-368. doi:<https://doi.org/10.2167/jost710.0>
- Bramwell, B. (septiembre de 2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204-218. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.07.005>
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. doi:[doi:10.1016/j.annals.2012.02.003](https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003)
- Cohen, S. A., & Higham, J. E. (2011). Eyes wide shut? UK consumer perceptions on aviation climate impacts and travel decisions to New Zealand. *Current Issues in Tourism*, 4(4), 323-335. doi:<https://doi.org/10.1080/13683501003653387>

- Conde Pérez, E. M., Amaya Molinar, C. M., & González Alatorre, E. A. (julio-diciembre de 2013). Factores que influyen en el comportamiento del consumidor turista: el caso de Manzanillo, México. *Teoría y Praxis*(14), 109-139. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145104006>
- Gössling, S. (2015). Low-carbon and post-carbon travel and destinations. En M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Edits.), *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*. London: Taylos & Francis Group. doi:<https://doi.org/10.4324/9780203072332>
- Jácome Mestanza, F. (2012). *Guía interpretativa del Parque <nacional Cotopaxi*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Parque-Nacional-Cotopaxi.pdf>
- Mc Nelly, J. A., & Millar, K. R. (1986). National Parks, conservation and development: the rol of protected areas in sustaining society. *Forest & Conservation History*, 30(4).
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Boletín de Estadísticas turísticas 2012-2016*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2015). *Valoración Económica del Aporte del Sistema Nacional de Areas Protegidas a las Nueva Matriz Productiva del Ecuador. Sector Turismo*. Quito: Ministerio del Ambiente del Ecuador.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador, MAE. (2016). *Áreas Protegidas del Ecuador, socio estrategico para el desarrollo*. Ministerio del Ambiente del Ecuador, Dirección Nacional de Biodiversidad. Quito: Ministerio del Ambiente del Ecuador. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5>
- Narváez, M., & Fernández, G. (2010). El turismo desde la perspectiva de la demanda. Lugar de estudio: Península de Paraguaná-Venezuela. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 13(2), 175-183. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v13n2/v13n2a20.pdf>
- Pulido Fernández, J. I., & Pulido Fernández, M. (diciembre de 2015). ¿Siguió vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1315-1335. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143407004>
- Ramírez Ospina, D. E., Otero Gómez, M. C., & Giraldo Pérez, W. (2014). Comportamiento del consumidor turístico. *Criterio Libre*, 12(20), 165-183. Obtenido de <http://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/download/187/140/>



- Ritchie, B., & Crouch, G. (2005). *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. Trowbridge: CABI Publishing.
- Serrano, S. G. (2011). *El turismo en Áreas Protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable en Centroamérica*. Universidad Nacional del Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Mar del Plata: Universidad Nacional del Mar del Plata. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1541/1/serrano_sg.pdf
- Vargas Martínez, E. E., López Moreda, L. J., & Martínez Cervantes, R. S. (mayo-agosto de 2014). La dimensión ambiental en las preferencias de consumo del turista. Caso Cancun. *Revista de Administração da Unimep*, 12(2), 42-58. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273731798003>

