



Octubre 2017 - ISSN: 1988-7833

ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN COGNITIVA EN EL MARCO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

MSc. María de Jesús Moo Canul¹
MSc. Aliosky Camacho Rodríguez²

¹ Universidad de Quintana Roo.
División de Desarrollo Sustentable. Cozumel. México.
e-mail: mariajmc@uqoo.edu.mx

² Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, UCLV.
Facultad de Ciencias Económicas. Santa Clara. Villa Clara. Cuba.
e-mail: acamacho@uclv.edu.cu

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María de Jesús Moo Canul y Aliosky Camacho Rodríguez (2017): "Análisis de la satisfacción cognitiva en el marco de los destinos turísticos inteligentes", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (octubre-diciembre 2017). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/04/destinos-turisticos-inteligentes.html>

RESUMEN

En 2015, Cozumel, México formaliza los trabajos para ser reconocido como el primer Destino Turístico Inteligente fuera del territorio europeo. Como antecedente, la medición de la satisfacción de sus visitantes resulta importante para identificar las áreas de oportunidad para cumplir con las expectativas de dicha distinción. En México, Cozumel es el destino que más recibe cruceros y además cuenta con dos Áreas Naturales Protegidas y en ellas se encuentra la segunda barrera arrecifal más grande del mundo, que lo hace relevante para la economía local. En ese sentido, el objetivo de este trabajo fue analizar los factores que influyeron en la satisfacción de los visitantes que llegaron al destino, vía cruceros, bajo una perspectiva cognitiva. Se revisó los fundamentos teóricos sobre las perspectivas para medir la satisfacción. Para la comprobación empírica se aplicó 385 cuestionarios a los visitantes de cruceros durante el verano 2014, basado en las investigaciones de Kozak y Rimmington (2000). Los datos se procesaron en Smart PLS, versión 3, usando el modelo de ecuaciones estructurales. La investigación empírica revela que los atractivos del destino en general y las facilidades del uso del idioma inglés, resultaron significativos estadísticamente para determinar la satisfacción evaluativa del visitante, pero los atractivos turísticos no influyeron en esta. Estos hallazgos presentan un panorama de la situación del destino turístico en este evento coyuntural tomando en consideración que existe un área de oportunidad para diversificar los atractivos turísticos, los cuales no influyeron en ese caso de estudio.

Palabras claves: destino turístico inteligente, satisfacción cognitiva, estrategias, cruceros.

1. Introducción

La satisfacción, en términos conceptuales, es un tema relevante en el estudio de las actividades turísticas, en el entendido de que el objetivo de realizar viajes fuera del lugar de residencia es vivir experiencias y la satisfacción es lo que se busca como resultado de esto. En décadas pasadas, diversos trabajos revelan casos de estudios que buscan definir la satisfacción turística y cómo debería ser abordada. Destacan trabajos de Brown y Swartz (1989); Parasuraman, Zeithaml y Berry (1989); Rudie y Wansley (1985); y Thompson, De Souza y Gale (1985, citados por Cronin y Taylor, 1992); en ellos se observa que la satisfacción es resultado consciente de las expectativas comparadas con las actividades realizadas.

En busca de potencializar las actividades que se pueden realizar en los destinos turísticos en la era de la tecnología, aparece la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), quienes categorizan que para que un destino sea considerado como un Destino Turístico Inteligente debe ser “innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino” (SEGITTUR, s/f: s/p). Ellos destacan un aspecto relevante: la tecnología como medio para garantizar el desarrollo sostenible del territorio turístico.

En México, Cozumel es el puerto que más cruceros recibe anualmente. Anualmente recibe a millones de visitantes. Solo en el 2013, recibió al 63.4% de los pasajeros de cruceros que llegaron a México (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2013). Cuenta con dos Áreas Naturales Protegidas y en ellas se encuentra la segunda barrera de coral más grande del mundo, lo que constituye un área natural relevante en la economía del municipio y del estado.

En busca de ser innovador y preservar sus atractivos naturales, en 2015, Cozumel se convierte en el primer destino turístico en México y fuera de España, que participa en el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes. Acompañado de la asesoría de SEGITTUR, diseña estrategias de revalorización de los atractivos buscando el impulso al desarrollo sustentable, “mediante la elaboración del Informe de Evaluación y Plan de Acción para la transformación de Cozumel en Destino Turístico Inteligente” (SEGITTUR, s/f a: párr.2). Esta iniciativa la retoman con el financiamiento del Fondo Institucional de Fomento Regional para el Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación (FORDECYT) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) de México, por un monto de alrededor de 14 millones 720 mil pesos (CONACYT, 2017), “con el propósito de volver más eficientes las prácticas y procesos relevantes entre el gobierno municipal y los ciudadanos, visitantes y turistas en uno de los sitios de mayor afluencia turística en el Caribe Mexicano” (CONACYT, 2017: párr.1).

Como parte de las principales iniciativas llevadas a cabo, desde 2015, por el destino bajo el enfoque del proyecto Destinos Inteligentes (SEGITTUR, s/f a: párr.3):

- El destino cuenta con políticas de planificación turística, consolidadas y alineadas con los principales objetivos establecidos en documentos estatales y federales, con especial atención al Plan estratégico de Turismo Sustentable (PETSIC 2012-2034) y a la Agenda de Competitividad para Isla de Cozumel del año 2013.
- Marca e imagen consolidada como destino referencial de la Riviera Maya con importantes atributos únicos que incluyen elementos tangibles así como elementos de carácter más intangible y simbólico.
- Creación de grupos de trabajos intersectoriales, con especial atención al producto de cruceros, lo que sin duda ha permitido una mayor visión en el desarrollo de acciones gracias a la involucración entre otros del gobierno municipal, el sector privado, la sociedad civil y las navieras.
- Existe una importante concienciación sobre la necesidad de preservar las zonas protegidas del destino con una notable implicación de actores municipales, estatales y federales. Actualmente Isla de Cozumel cuenta aproximadamente con el 90% del litoral costero y poco más del 50% de superficie con la denominación de Áreas Naturales Protegidas.
- Alta valoración del patrimonio tangible e intangible para los residentes y gobernantes del destino.
- Numerosas acciones de buenas prácticas, especialmente en el ámbito medioambiental, llevadas a cabo por organismos privados.
- Incipiente estrategia de promoción turística, con importante presencia en redes sociales del destino.

- Firme compromiso por parte del destino de establecer medidas de protección de los derechos de personas con discapacidad y parámetros de accesibilidad. Es un hecho probado que México cuenta con una avanzada legislación en materia de accesibilidad.
- Importante presencia del sector educacional con un aporte notable de artículos científicos que pueden ayudar a trabajar en el futuro desarrollo turístico del destino en materias tan sumamente necesarias como el ámbito medioambiental. Especial relevancia a la División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, con sede en Cozumel.
- Inclusión de Isla de Cozumel como miembro de la AMECI (Asociación Mexicana de Ciudades Inteligentes). Una red que reúne a numerosos municipios mexicanos con el objetivo de impulsar la innovación tecnológica en el desarrollo de las ciudades. Esta red que formara parte de la Conferencia Nacional de Municipios de México (CONAMM) tiene entre sus objetivos la disminución del consumo energético, reducir las emisiones de CO₂, mejorar la gobernanza, la movilidad y el capital humano impulsando para ello el uso de infraestructuras innovadoras y de las Nuevas Tecnologías.

Este tipo de acciones son las que le ha permitido sobresalir y “en la actualidad Cozumel se encuentra trabajando en una mejora de la infraestructura de comunicaciones, misma que permitirá nuevos modelos de operación y de negocios” (Forbes, 2016: párr. 16).

2. Marco teórico

Los diferentes estudios revelan que no existe un factor único que pueda determinar la satisfacción de los visitantes y turistas. “La satisfacción de los clientes: no es un concepto absoluto, es relativo” (Hill, Brierley & MacDougall, 2001:17). En este sentido, este concepto tiene dos componentes: afectivo y cognitivo (Cronin, Brady y Hult, 2000; Evrard y Aurier, 1994; Oliver, 1997; Westbrook y Oliver, 1991; e Izard, 1977). “Heider (1958) considera la atribución causal como un fenómeno de carácter cognitivo-egocéntrico, es decir, que la explicación de un hecho se debe a la percepción de la realidad que tenga el individuo” (Rodríguez, Rodríguez, Tejera & Dávila, 2000: 09). Es decir, el componente cognitivo influye sobre el afectivo, ya que se refiere a las creencias y conocimientos respecto al destino turístico y cuyo proceso evalúa atributos tangibles e intangibles que son directamente observables y medibles, haciendo menos abstracto la evaluación de la satisfacción.

También es importante considerar que la mayoría de los turistas tienen experiencias previas con otros destinos, y sus percepciones están influenciadas por las comparaciones, y dichas comparaciones se pueden agrupar por ciertos aspectos a considerar, unos más relevantes que otros (Laws, 1995 citado por Kozak y Rimmington, 2000), por ello el aspecto cognitivo toma mayor relevancia, pero ¿qué aspectos?

Kozak y Rimmington (2000) señalan la influencia de cuatro factores en la satisfacción: atractivos del destino, atractivos turísticos y establecimientos, disponibilidad del lenguaje en idioma inglés y establecimientos y servicios en el aeropuerto del destino. En dicha investigación se aplicó esta escala para evaluar la satisfacción de los visitantes en Mallorca, que es un archipiélago de las Islas Baleares de España, el cual es un referente importante de los destinos turísticos del oriente de este país. En dicha investigación el factor relacionado con la disponibilidad de servicios en lengua inglesa, tuvo poca significancia estadística en relación a los otros factores evaluados, además que los factores relacionados con los atractivos del destino y las instalaciones y servicios en el aeropuerto de destino tuvieron un fuerte impacto sobre la intención de realizar la visita nuevamente en el destino, mencionado que estos resultados sugieren que la probabilidad de retorno se incrementará significativamente cuando los turistas están satisfechos con estas dos variables de factores y están satisfechos en general con el destino; además que el factor dos (relacionado con los atractivos turísticos y establecimientos) y el factor 3 relacionado con la disponibilidad del lenguaje en idioma inglés, no resultó un motivante para realizar su visita de nuevo.

Con estos factores como referencia y bajo el enfoque cognitivo o evaluativo, este trabajo tiene como objetivo revelar y analizar los factores que influyen en la satisfacción cognitiva de los visitantes que llegaron al destino, vía cruceros.

3. Metodología

La presente investigación fue de carácter cuantitativo y se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para medir la satisfacción evaluativa se utilizó los ítems de la escala proveniente de la versión original del estudio de Cronin, Brady y Hult (2000), inspirada en la investigación de Oliver (1997). Esta escala está compuesta por tres ítems (tabla 1) medidos en una escala de Likert de nueve puntos, tratando de medir el nivel de lo que el visitante percibe sobre su elección sobre diferentes aspectos, en este caso, en relación a cómo evalúa los atractivos del destino en general.

Tabla 1. Ítems para medir la satisfacción desde la perspectiva cognitiva

Mi decisión de visitar el destino fue sabia.
Pienso que hice lo correcto cuando decidí visitar el destino.
Las instalaciones fueron exactamente lo que necesitaba para mi visita al destino.

Fuente: Cronin, Brady y Hult (2000).

En el caso de los factores a considerar para el modelo, utilizó los establecidos en la investigación de Kozak y Rimmington (2000), en donde utilizó cuatro factores, porque incluyen generalidades que también están presentes en el área de estudio, además de coincidir con los que se establecen en :

Tabla 2. Factores para medir la satisfacción.

1	Atractivos del destino
2	Atractivos turísticos y establecimientos
3	Disponibilidad del lenguaje en idioma inglés
4	Establecimientos y servicios en el aeropuerto del destino

Fuente: Kozak y Rimmington (2000)

Para esta investigación sólo se evaluó los tres primeros factores ya que los sujetos de estudio provenían de los cruceros. Este análisis se hizo con el objetivo de identificar la influencia de estos en la satisfacción evaluativa del visitante en el destino y los resultados se discutieron bajo la perspectiva de la incursión del destino en el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes.

Para medir el factor uno, denominado atractivos del destino, se utilizó nueve indicadores:

Tabla 3. Indicadores para medir el factor 1: atractivos del destino.

DEX1	Sensación de seguridad y seguridad en general
DEX2	Actitud de los prestadores de servicios turísticos
DEX3	Entorno natural
DEX4	Relación calidad-precio
DEX5	Atmosfera en el hotel en general
DEX6	Calidad y variedad de alimentos
DEX7	Respuesta a las quejas de los clientes
DEX8	Limpieza de las playas
DEX9	Higiene y saneamiento en general

Fuente: Kozak y Rimmington (2000)

Para el factor dos, que analizó los atractivos turísticos y facilidades que se ofrecen en el destino, este se conforma de ocho indicadores:

Tabla 4. Indicadores para medir el factor dos: atractivos turísticos y establecimientos.

TAEX1	Disponibilidad de instalaciones deportivas
TAEX2	Disponibilidad de centros de entretenimiento y vida nocturna.
TAEX3	Variedad de atracciones
TAEX4	Disponibilidad de instalaciones para niños
TAEX5	Disponibilidad de servicios en las playas
TAEX6	Disponibilidad de servicios para realizar compras
TAEX7	Disponibilidad diaria de excursiones a otros centros turísticos
TAEX8	Acceso a museos y lugares históricos.

Fuente: Kozak y Rimmington (2000)

Para el factor tres, que analizó la disponibilidad del lenguaje en idioma inglés, y este se conforma de ocho indicadores:

Tabla 5. Indicadores para medir el factor tres: disponibilidad del lenguaje en idioma inglés.

AEEX1	Disponibilidad de material escrito en idioma inglés
AEEX2	Disponibilidad de material promocional escrito en idioma inglés
AEEX3	Disponibilidad de menús de restaurantes escritos en idioma inglés
AEEX4	Disponibilidad de menús en establecimientos escritos en idioma inglés
AEEX5	Disponibilidad de señalamientos en el aeropuerto escrito en idioma inglés
AEEX6	Nivel de comunicación en idioma inglés

Fuente: Kozak y Rimmington (2000)

Para la evaluación, los autores sugieren que sea calificado con una escala de Likert de siete niveles que va de: encantados a terrible, ya que explican que tiene la capacidad para reducir la asimetría de las respuestas de satisfacción (Maddox 1985; Westbrook 1980, citado por Kozak y Rimmington, 2000), incluyendo la opción “no sé” para aquellos que no tuvieron la experiencia que se les pide evaluar.

Para la prueba empírica se aplicó 385 cuestionarios en julio de 2014, a los cruceristas que arribaron a Cozumel, en dos de las tres terminales marítimas que tiene la isla: Puerta Maya, Punta Langosta y SSA International Cruise Terminal. La información se procesó en Smart PLS, versión 3 para analizar el modelo estructural propuesto.

Como parte de las pruebas de fiabilidad fue necesario revisar las cargas de los indicadores y el Alfa de Cronbach de cada constructo (Cronbach, 1951) y el índice de fiabilidad compuesta (IFC), superior a 0.7 (Werts, Linn & Jöreskog, 1974). Se eliminan los indicadores que no cumplieron estos criterios: Capacidad de respuesta a las quejas de los clientes del factor atractivos del destino (DEV2) y pienso que hice lo correcto cuando decidí visitar el destino del factor Satisfacción evaluativa (SEV2).

Para el análisis de validez discriminante revisó que la varianza extraída promedio (AVE) fuera superior a 0.5, su punto de corte (Fornell y Larcker, 1981) y las cargas cruzadas (Götz *et al.*, 2010). Para validar la no colinealidad se usó el factor de inflación de la varianza (FIV), y se revisó que los valores internos y externos fueran menos de 10, su punto de corte (Diamantopoulos *et al.*, 2008; Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009). En cuanto a la validez nomológica, se aplicó un bootstrapping de 500 submuestras en el programa y se depuró el modelo.

Finalmente, se validó el modelo estructural analizando los *paths* estructurales para determinar la pertinencia del modelo y el grado de influencia de los factores puestos a prueba con estos datos

empíricos. Es oportuno mencionar que este modelo estructural es de tipo endógeno en donde las variables resultado, tiene al menos una relación causal, es decir, en el diagrama *path* existe, al menos, una flecha apuntando hacia la misma (Gefen *et al.*, 2000). Los resultados se discuten bajo la perspectiva de la incursión del destino en el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes.

4. Resultados

Como primera parte, se realiza una explicación de los resultados descriptivos de los datos obtenidos de los cuestionarios. Se presenta un análisis por cada factor que fue evaluado desde la perspectiva cognitiva o evaluativa.

Tabla 6. Estadísticos descriptivos del Factor 1: Atractivos del destino.

	Indicadores	N		Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
		Válido	Perdido				
DEX1	Sensación de seguridad y seguridad en general	375	10	1	7	6.31	1.145
DEX2	Actitud de los prestadores de servicios turísticos	378	7	1	7	6.40	1.034
DEX3	Entorno natural	379	6	1	7	6.35	1.117
DEX4	Relación calidad-precio	373	12	1	7	5.97	1.374
DEX5	Atmosfera en el hotel en general	361	24	1	7	6.35	1.059
DEX6	Calidad y variedad de alimentos	319	66	1	7	6.08	1.302
DEX7	Respuesta a las quejas de los clientes	271	114	1	7	6.20	1.345
DEX8	Limpieza de las playas	320	65	1	7	6.39	1.057
DEX9	Higiene y saneamiento en general	371	14	1	7	6.23	1.160

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas. Escala de Likert donde las calificaciones significan: Do not know (0), terrible (1), unhappy (2), mostly dissatisfied (3), neither satisfied or dissatisfied (4), Mostly satisfied (5), pleased (6), y delighted (7).

En relación a la calidad y variedad de los servicios de alimentación se observa en la tabla 6 que los encuestados, calificaron en promedio con 6.08 su satisfacción sobre este aspecto, es decir, consideran como algo agradable los servicios de alimentación usados durante su visita a la Isla. En el caso del indicador que cuestiona el valor de su dinero fue el que obtuvo puntaje promedio más bajo, junto en el ítem anteriormente analizado. Se observa que 29.6% no contestó la pregunta relacionada con la respuesta a quejas, por lo que se puede asumir que no realizó alguna queja durante su estancia. En general, se observa que los rangos de evaluación son satisfactorios, estando en un rango que va de 5 a 6 de calificación.

Tabla 7. Estadísticos descriptivos del Factor 2: Atractivos turísticos y facilidades

	Indicadores	N		Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
		Válido	Perdido				
TAEX1	Disponibilidad de instalaciones deportivas	219	166	1	7	5.89	1.416
TAEX2	Disponibilidad de centros de entretenimiento y vida nocturna.	193	192	1	7	5.97	1.397
TAEX3	Variedad de atracciones	314	71	1	7	6.09	1.202
TAEX4	Disponibilidad de instalaciones para niños	222	163	1	7	6.01	1.413
TAEX5	Disponibilidad de servicios en las playas	283	102	1	7	6.12	1.323
TAEX6	Disponibilidad de servicios para realizar compras	353	32	1	7	6.34	1.157
TAEX7	Disponibilidad diaria de excursiones a otros centros turísticos	266	119	1	7	6.25	1.309

TAEX8	Acceso a museos y lugares históricos.	219	166	1	7	6.02	1.408
-------	---------------------------------------	-----	-----	---	---	------	-------

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas. Escala de Likert donde las calificaciones significan: Do not know (0), terrible (1), unhappy (2), mostly dissatisfied (3), neither satisfied or dissatisfied (4), Mostly satisfied (5), pleased (6) y delighted (7).

En la tabla 7 se observa que el indicador correspondiente a las instalaciones para realizar comprar es el que obtuvo menos valores perdidos, considerado una de las principales actividades que realizan en el destino, en el caso del indicador relacionado con la disponibilidad para realizar actividades nocturnas y entretenimiento fue el que obtuvo más valores perdidos, esto atribuible a que la mayoría de los cruceros llegan por pocas horas y en su mayoría llegan en horarios diurnos. Nuevamente, en general, los rangos de evaluación van de cinco a seis, lo cual es considerado satisfactorio.

Tabla 8. Estadísticos descriptivos del Factor 3: Disponibilidad del lenguaje en idioma inglés

	Indicadores	N		Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
		Válido	Perdido				
AEEX1	Disponibilidad de material escrito en idioma inglés	359	26	1	7	6.41	1.061
AEEX2	Disponibilidad de material promocional escrito en idioma inglés	345	40	1	7	6.46	.996
AEEX3	Disponibilidad de menús de restaurantes escritos en idioma inglés	305	80	1	7	6.52	.987
AEEX4	Disponibilidad de menús en establecimientos escritos en idioma inglés	290	95	1	7	6.45	1.113
AEEX5	Disponibilidad de señalamientos en el aeropuerto escrito en idioma inglés	226	159	1	7	6.49	1.132
AEEX6	Nivel de comunicación en idioma inglés	367	18	1	7	6.28	1.114

Fuente: Elaboración propia con base en las encuestas. Escala de Likert donde las calificaciones significan: Do not know (0), terrible (1), unhappy (2), mostly dissatisfied (3), neither satisfied or dissatisfied (4), Mostly satisfied (5), pleased (6) y delighted (7).

Esta es la variable que obtuvo menos desviación típica y en donde la media estadística se encuentra en seis, en una escala que va de uno a siete. El rubro mejor evaluado fue la disponibilidad de menús de restaurantes escritos en idiomas inglés. El rubro con evaluación más baja fue el nivel de comunicación en idioma inglés, lo cual puede ser un factor relevante para analizar la causa de esta impresión. Para el caso de la AEEX5, que tuvo un número considerable de valores perdidos, se justifica porque los visitantes, en su mayoría, no pasaron por un aeropuerto a su llegada a la isla, ya que posiblemente salieron directamente de su país de origen.

Posteriormente, se realizó el análisis inferencial para determinar la influencia de los factores en relación a la satisfacción cognitiva o evaluativa del visitante. Como primera parte se realizó la revisión del modelo planteado, en ese sentido, se analizó la fiabilidad, la validez convergente y la validez discriminante, mediante la regresión por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS), que es útil para modelados causales para determinar predicción y/o la construcción de teoría (Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009). A continuación se presentan los indicadores de bondad de ajuste y el modelo depurado, resultado de las encuestas aplicadas.

Tabla 9. Resumen de indicadores de fiabilidad y validez.

Variables	Alfa de Cronbach	Varianza extraída promedio (AVE)	Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC)	Factor de Inflación de Varianza (VIF)
1 Disponibilidad del lenguaje en idioma inglés	0.861	0.509	0.861	1.378

2	Atractivos del destino	0.887	0.499	0.887	1.482
3	Atractivos turísticos y establecimientos	0.903	0.538	0.903	1.476
4	Satisfacción evaluativa	0.946	0.714	0.946	--

Fuente: Elaboración propia

Para la determinación de la fiabilidad individual de los ítems, se revisó que las cargas estuvieran encima del 0.5 y/o que el valor de los otros ítems estuvieran altos, como recomienda la literatura (Chin, 1998, Keil, et al., 2000), lo cual se puede observar en la figura 1. Como otro indicador de fiabilidad se analizó el alfa de Cronbach de cada uno de los constructos (Cronbach, 1951) para verificar que su valor sea igual o mayor a 0.7, como punto de corte aceptable. En la tabla 9 se observan que todos están por encima de 0.8.

En el caso de Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC) se observan que todas las variables estuvieran por encima del punto de corte 0.7 (Fornell & Larcker, 1981, Seidel & Back, 2009, Shook, et al., 2004), ya que este indicador se genera partiendo de las cargas estandarizadas de los ítems y del error de medición de los mismos (Chin, 1998).

Para el análisis de la validez convergente se examinó la Varianza Extraída Promedio (AVE). Este indicador representa la cantidad de varianza explicada de un constructo (Fornell y Larcker, 1981) lo adecuado es obtener valores superiores a 0.50, puesto que se espera tener el 50% o más de la varianza de los indicadores esté incluida en su respectiva variable latente (Chin, 1998; Fornell y Larcker, 1981). Es oportuno mencionar que la variable dos está apenas 0.001 por debajo del punto de corte. Por otro lado, para verificar la no colinealidad se revisó el Factor de Inflación de Varianza (FIV), validando que los valores internos no fueran mayores de 10, el punto de corte máximo (Diamantopoulos et al., 2008, Henseler et al., 2009).

Como otro indicador de validez discriminante se utilizó el criterio de Fornell-Larcker en el cual se observa que el valor de los constructos fueran superiores al cuadrado de las correlaciones entre pares de los otros constructos (Fornell y Larcker, 1981), en la tabla 10 se observa que los indicadores de la diagonal, en negrita, indican que son mayores que los valores por debajo de la correspondiente fila y columna (Barclay, et al., 1995).

Tabla 10. Validez discriminante: Criterio Fornell-Larcker

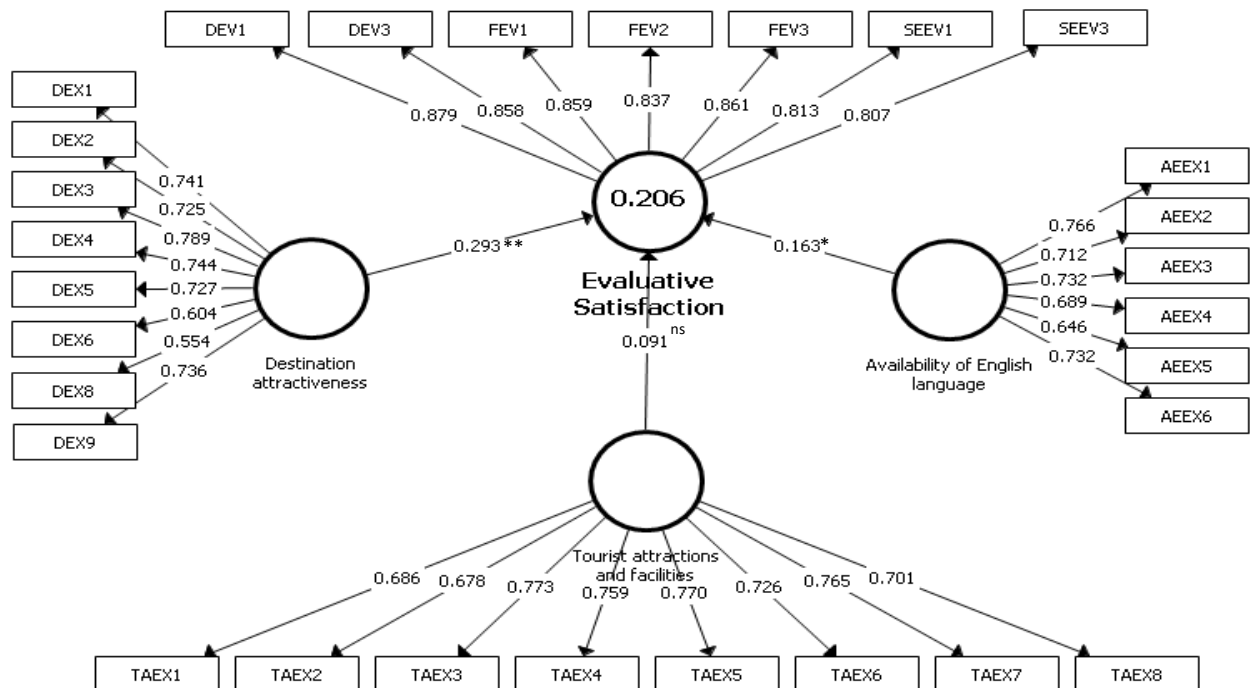
	Disponibilidad del lenguaje en idioma inglés	Atractivos del destino	Satisfacción evaluativa	Atractivos turísticos y establecimientos
Disponibilidad del lenguaje en idioma inglés	0.714			
Atractivos del destino	0.457	0.706		
Satisfacción evaluativa	0.339	0.415	0.845	
Atractivos turísticos y establecimientos	0.453	0.511	0.315	0.733

Fuente: Elaboración propia

Al realizar el análisis del modelo estructural no hubo necesidad de eliminar ningún indicador de los constructos debido a que sus valores de calidad del modelo fueron satisfactorios.

Finalmente, el modelo de ecuaciones estructurales se observa en la figura 1, con sus respectivos valores de las cargas de cada indicador, el valor del R^2 del modelo probado, así como el grado de significancia estadística de cada constructo. De acuerdo con el resultado obtenido del coeficiente de determinación del modelo estructural, el R^2 obtuvo 0.206 que podría considerarse entre moderado y débil (Chin, 1998, Henseler, et al., 2009), aun así es suficiente para realizar las inferencias resultantes.

Figura 1. Modelo depurado de los factores que influyen en la satisfacción evaluativa del visitante



**Significativo al 99.9% de confianza con valores t para una prueba de dos colas

*Significativo al 95% de confianza con valores t para una prueba de dos colas

^{ns} No significativo estadísticamente.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cuestionarios. N : 385.

Con los resultados de la figura 1, se observa que los atractivos del destino en general y la disponibilidad del lenguaje en idioma inglés, son los factores que influyeron significativa y positivamente en la satisfacción evaluativa del visitante de cruceros encuestados.

En el caso de los atractivos turísticos y las instalaciones que ofrece el destino, no resultaron significativos estadísticamente para determinar la satisfacción de este.

Los atractivos del destino ($\beta = 0.293$; $p < 0.001$) son los indicadores que influyeron con mayor peso en la satisfacción evaluativa del visitante de cruceros encuestados.

Existe similitud en los resultados analizados por Kozak y Rimmington (2000), en cuya investigación se obtuvo que los visitantes están satisfechos, en general, con el destino, pero el factor dos (relacionado con los atractivos turísticos y establecimientos) no resultó motivante para realizar su visita de nuevo.

5. Conclusion

Al analizar la satisfacción cognitiva de los visitantes que llegan vía cruceros al destino, se reveló que si bien se van satisfechos en este aspecto, los factores que influyeron en dicha satisfacción, se encuentran relacionados con los atractivos generales del destino, aspectos relacionados con los aspectos tangibles de estos, inherentes a sus atractivos naturales, no así a los servicios turísticos que ofrece, con ello se observa que estos aspectos, en ese momento, no fueron relevantes para la construcción de su satisfacción de la experiencia. Lo anterior presenta un área de oportunidad para diversificar los atractivos turísticos del destino, los cuales no influyeron estadísticamente en este análisis empírico.

Sin embargo, es de observarse que la propuesta conceptualizada por SEGITTUR, sobre lo que considera un Destino Turístico Inteligente, permite observar que existe un panorama alentador para este destino turístico, en tanto es el primero en realizarlo fuera de Europa y que cuenta con los elementos básicos para atraer a los visitantes a través de las redes sociales y la web, permitiendo que la experiencia de visita sea más placentera. Es importante repetir nuevamente el estudio para validar la percepción de los visitantes después de la implementación de las iniciativas.

Otro hallazgo importante es que los recursos naturales, los cuales son parte de los atractivos del destino, resultaron estadística y positivamente influyentes en la satisfacción los visitantes de cruceros, es decir, en esencia, Cozumel, cuenta con los elementos básicos sobre los cuales puede potencializar su desempeño. Si se integran estratégicamente acciones que fomenten el uso eficiente de recursos tecnológicos, se puede hacer un aprovechamiento menos excesivo de los recursos naturales, buscando el fomento al desarrollo sostenible. Con este enfoque es posible hacerlo aún más competitivo en el mercado y permitir que prevalezcan los aspectos naturales del lugar, aprovechando las plataformas tecnológicas, sin continuar con el uso excesivo de servicios turísticos, que pueden afectar la capacidad de carga de recursos naturales acuáticos (los arrecifes de coral) y el límite de cambio considerado aceptable por los grupos de interés.

6. Bibliografía

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995): "The Partial Least Squares Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration". En revista *Technology Studies*, No. 2, 1995, p. 285-309.

Chi, W. (1998): "The Partial Least Square Approach to Structural Equation Modeling". En: G. A. Marcoulides (Ed.) *Modern Methods for Business Research*. Editorial Lawrence Erlbaum. Mahwah, EUA, pp. 295-333.

CONACYT (2017): Cozumel, primera isla inteligente del Caribe. Disponible en: <http://conacytprensa.mx/index.php/tecnologia/tic/17394-cozumel-primera-isla-inteligente-caribe>. Consultado en 11/06/2017 a 20:00.

Cronbach, L. (1951): "Coefficient alpha and the internal structure of tests". En revista *Psychometrika*, No. 3, 1952, p. 297-334

Cronin, J., Brady, M. y Hult, G. (2000): "Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments". En revista *Journal of Retailing*, No. 2, Verano 2000, p. 193-218.

Cronin y Taylor (1992): "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". En revista *Journal of Marketing*, No. 56, Julio 1992, p. 55-68.

Diamantopoulos, A. Riefler, P. y Roth, K. (2008): "Advancing formative measurement models". En revista *Journal of Business Research*, No. 12, diciembre 2008, p. 1203-1218.

Evrard, Y., & Aurier, P. (1994): "The influence of emotions on satisfactions with movie consumption". En revista *Journal of Consumer Satisfactions*, No. 7, 1994, p. 119-125.

Rodríguez, S., Rodríguez, A., Tejera, M. & Dávila, D. (2000): Satisfacción Del Consumidor: Modelos Explicativos. Disponible en: <http://www.asepelt.org/ficheros/File/Anales/2005%20-%20Badajoz/comunicaciones/satisfacci%F3n%20del%20consumidor....pdf> Consultado en 08/03/2014 a las 10:00.

Forbes (2016). Destinos turísticos inteligentes, el nuevo concepto en viajes. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/destino-turistico-inteligente/> Consultado en 11/06/2017 a 11:00.

Fornell, C. & Larker, D. (1981): "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". En revista *Journal of Marketing Research*, No. 18, 1981, p. 39-50.

Gefen, D., Straub, D. y Boudreau, M. (2000): "Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for research practice". En *Communications of the Association for Information Systems*, No. 7, 2000, p. 1-79.

- Götz, M., Willis, M., Kandalam, A., Ganteför, G., y Jena, P. (2010): "Origin of the Unusual Properties of $\text{Au}_n(\text{BO}_2)$ Clusters". En revista *Chem Phys Chem*, No. 4, Marzo 2010, p. 853-858.
- Henseler, J. Ringle, C. y Sinkovics, R. (2009): "The use of partial least squares path modeling in international marketing". En *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*, No. 20, 2009, p. 277-319.
- Hill, N., Brierley, J. & MacDougall, R. (2001): "Cómo medir la satisfacción del cliente". Panorama Editorial, México.
- Izard, C. (1977): "Human Emotions". Plenum Press, New York, EUA.
- Keil, M., Tan, B., Wei, K. Saarinen, T., Tuunainen, V., & Wassenaar, A. (2000): "A cross-cultural study on escalation of commitment behavior in software projects". En revista *MIS Quarterly*, No. 2, 2000, p. 299-325.
- Kozak, M. y Rimmington, M. (2000): "Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination". En revista *Journal of Travel Research*, No. 3, Febrero 2000, p. 260-269.
- Oliver, R. (1997): "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer". McGraw-Hill, New York, EUA.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Dirección General de Puertos (2013): Informe estadístico mensual Enero-Diciembre 2013. Disponible en: http://www.sct.gob.mx/fileadmin/CGPMM/U_DGP/estadisticas/2013/Mensuales/12_diciembre_2013.pdf Consultado en 08/03/2014 a las 10:00.
- SEGITTUR (s/f): Destinos Turísticos Inteligentes. Disponible en: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf> Consultado en 01/06/2015 a las 12:00.
- SEGITTUR (s/f a): Cozumel. México. Disponible en: <http://www.destinosinteligentes.es/destinos/cozumel-mexico/> Consultado en 11/06/2017 a las 11:00.
- Seidel, G. & Back, A. (2009): "Success factor for validation for global ERP programmers". En 17th European Conference on Information Systems, p. 1-13.
- Shook, C., Ketchen D., Hult, G., & Karmar, K. (2004): "An Assesment of the Use of Structural Equation Modeling". En revista *Strategic Management Journal*, No. 4, 2004, p.397-404.
- Werts, C. Linn, R., Jöreskog, K. (1974): "Intraclass Reliability Estimates: Testing Structural Assumptions". En revista *Educational and Psychological Measurement*, No. 1, Abril, 1974, p.25-33.
- Westbrook, R. y Oliver, R. (1991): "The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction". En revista *Journal of Consumer Research*, No. 18, Junio 1991, p. 84-91.