

## DETERMINANTES PSICOSOCIALES DE LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN LA ERA COVID-19

**José Marcos Bustos Aguayo**

UNAM: [marcos.bustos@unam.mx](mailto:marcos.bustos@unam.mx)

**Margarita Juárez Nájera**

UAM: [mjuarezn@azc.uam.mx](mailto:mjuarezn@azc.uam.mx)

**Cruz García Lirios**

UAEMEX: [cgarciali@uaemex.mx](mailto:cgarciali@uaemex.mx)

**Francisco Rubén Sandoval Vazquez**

UAEM: [fsandoval@uaem.mx](mailto:fsandoval@uaem.mx)

**Michiko Amemiya**

UNAM: [amemiya@unam.mx](mailto:amemiya@unam.mx)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

José Marcos Bustos Aguayo, Margarita Juárez Nájera, Cruz García Lirios, Francisco Rubén Sandoval Vazquez y Michiko Amemiya: "Determinantes psicosociales de la reactivación del turismo en la era COVID-19", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 29 (diciembre/diciembre 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/turydes/vol-13-no-29-diciembre-diciembre-2020/reactivacion-turismo-covid19>

**Resumen** –La literatura concerniente a la reactivación del turismo se debate entre modelos que incluyen determinantes exógenos como las políticas ante el cambio climático y los modelos de factores endógenos como el historial bursátil de las empresas o la ejecución de protocolos de bioseguridad. Ante este escenario, las propuestas de modelos híbridos consisten en la anticipación de escenarios de riesgo a partir de factores híbridos que usualmente están implicados en variables cognitivas como el *habitus* o la satisfacción. El objetivo del presente trabajo fue contrastar un modelo híbrido de ecuaciones estructurales predictivo de la reactivación turística a partir de los determinantes psicosociales. Se realizó un estudio transversal y psicométrico con una selección de 345 turistas potenciales, considerando su confinamiento y distanciamiento social, así como su frecuencia de traslado. Se encontró que la motivación del viaje determinó la experiencia satisfactoria, aunque el diseño de la investigación limitó los resultados a la muestra, sugiriendo la extensión del trabajo hacia otros escenarios.

**Palabras claves** –Covid-19, confinamiento, aislamiento, turismo, satisfacción

## PSYCHOSOCIAL DETERMINANTS OF THE REACTIVATION OF TOURISM IN THE COVID-19 ERA

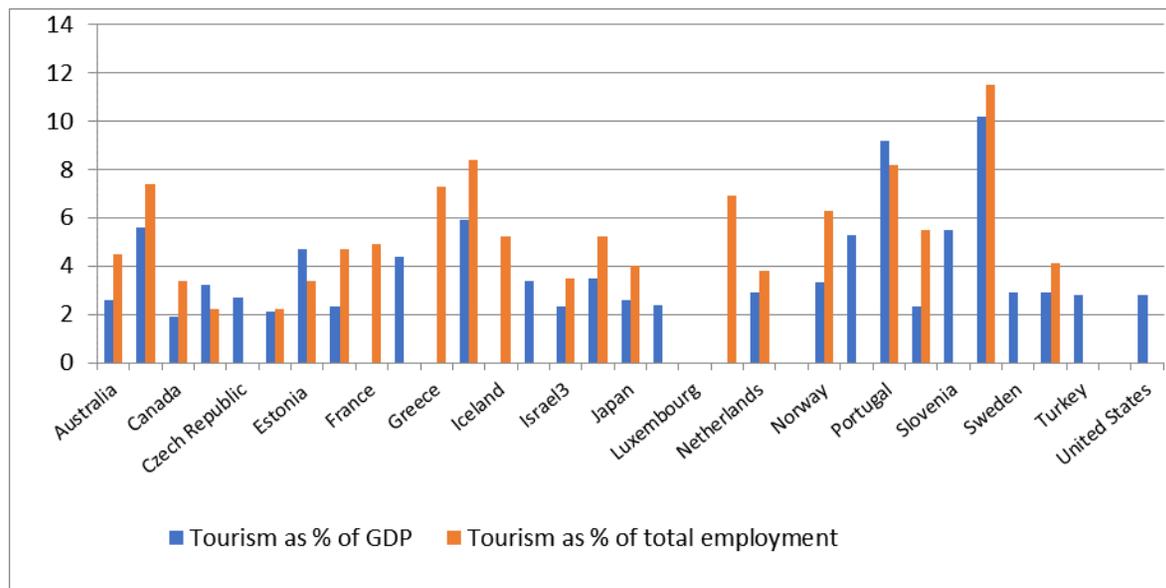
**Abstract** - The literature concerning the reactivation of tourism is debated between models that include exogenous determinants such as policies in the face of climate change and models of endogenous factors such as the stock market history of companies or the implementation of biosafety protocols. Faced with this scenario, the proposals for hybrid models consist of the anticipation of risk scenarios based on cognitive factors. The objective of this work was to establish the structural equation modelling of the prediction of tourist reactivation based on psychosocial determinants. A cross-sectional and psychometric study was carried out with a selection of 345 potential tourists, considering their confinement and social distancing, as well as their frequency of movement. It was found that the motivation of the trip determined the satisfactory experience, although the design of the research limited the results to the sample, suggesting the extension of the work to other settings.

**Keywords** –Covid-19, confinement, isolation, tourism, satisfaction

### Introducción

En las economías emergentes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el turismo representa un porcentaje significativo en el Producto Interno Bruto, así como en la Población Económicamente Activa (véase Gráfico 1). España, seguida de Portugal y Hungría dependen de esta actividad. Se trata de economías basadas en los servicios turísticos que suponen una reactivación de su economía a partir del enlace entre factores exógenos como las políticas de regulación aérea y factores endógenos como los protocolos de bioseguridad.

Gráfico 1. Contribución del turismo a las economías de la OCDE



Fuente: OCDE (2018)

En América Latina, antes del surgimiento de la pandemia propiciada por el coronavirus SARS-COV-2 y la enfermedad covid 19 que hasta el momento han cobrado la vida de 150 mil personas, México era el destino turístico de mayor tráfico con 45,5 millones de visitantes al año seguido de Argentina con 6,9 millones y Brasil con 6,6 millones (Bermúdez, 2019). Cancún era la ciudad más visitada con 6,4 millones y una derrama económica de 5,200 millones de USD, seguido de la Ciudad de México con 3,9 millones de visitantes y un impacto de divisas de 1,960 millones de USD, así como la Riviera Maya con 2,9 millones de turistas y un efecto de 2,940 millones de USD (Sandoval, 2019).

En México, el sector turístico explica el 33% de su Producto Interno Bruto (PIB) el cual lo posicionó en los lugares 8 y 6 del ranking mundial en 2018 y 2019 con 35 y 39 millones de visitantes en ambos periodos consecutivos (Carreón, 2019).

Sin embargo, el impacto de la pandemia en la economía latinoamericana ha sido devastadora. Se estima que del mes de enero a abril de 2020 los principales índices bursátiles de la región perdieron hasta el 50% de su valor accionario. El Índice de Precios y Cotizaciones de México (IPC) perdió el 25% de su valor, Ibvespa de Brasil redujo su precio de cotización en un 45%, IPSA de Chile disminuyó su cotización en un 35%. Merval de Argentina un 40% y COLCAP de Colombia un 45%.

En el caso del turismo en México, La Riviera Maya en Quintana Roo perdió el 98,5% de los visitantes Internacionales y Acapulco el 98,7% de los turistas nacionales. En contraste durante el periodo

que va de 2012 a 2019, el 99% de los clientes buscaron información sobre lugares de destino turísticos en Internet, el 74,8% planificó y reservó su próximo viaje y estancia, siendo el 68,8% quienes realizaron su pago en línea.

Ante este panorama del turismo frente a la Covid-19, el presente trabajo se propone contrastar un modelo híbrido de los determinantes cognitivos de la satisfacción ante la experiencia de reactivación turística, considerando una revisión de la literatura sobre los factores externos e internos que determinan la reactivación y han sido reportados en la literatura. En seguida, se aborda la problemática tomando en cuenta que el modelo de ecuaciones estructurales incorpora las relaciones de variables externas como internas con respecto a la experiencia satisfactoria como indicador de la reactivación del turismo. De este modo, la inteligencia de negocios con respecto a los efectos de la pandemia en la recesión y reactivación de la economía basada en el turismo (porcentajes de PIB y PEA) identifica a la red de transporte como un factor determinante. En este sentido, la medición de la movilidad ha sido orientada desde estándares de calidad como las cero emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera.

### **Estudios de la movilidad turística**

Los estudios de la recesión, reactivación y movilidad turística derivan de la reactivación económica de sectores vinculados como el transporte en general y el transporte aéreo en particular. Atendiendo a sus determinantes externos e internos, las investigaciones de la reactivación turística plantean un escenario interconectado en el que las aerolíneas estarían vinculadas a la hostelería a través de alianzas estratégicas.

Solis y Muñoz (2020: p. 12) plantean que una red de inteligencia aérea en sus dimensiones de conectividad, centralidad e intermediación permitirían anticipar escenarios de reactivación turística siempre que las políticas de libertades aéreas abran la competencia entre compañías transnacionales y locales a fin de poder incentivar la oferta de vuelos hacia los destinos turísticos. A partir de un modelo de vectores autorregresivos (VAR) en donde las variables endógenas determinan simultáneamente a la variable blanco, considerando su historial de valores, permitiendo que todas las variables sean asumidas como endógenas y encontraron que la rentabilidad del capital es la determinante de la crisis de Aeromexico, afectando colateralmente a la reactivación del turismo local en los destinos de sus vuelos nacionales.

En contraste, otras investigaciones advierten que son los factores exógenos los determinantes de la reactivación turística. Antes de la pandemia, la experiencia del traslado y la imagen del destino eran dos factores determinantes de las intenciones y decisiones de viaje en turistas, pero con el advenimiento del coronavirus, el sistema de gestión, promoción y calidad de los servicios turísticos

se ha orientado hacia los protocolos de bioseguridad.

García et al., (2018: p. 882) demostraron que los sismos a través de la afectación al patrimonio turístico afectan la reactivación local. A partir de una revisión de la literatura encontraron que la logística de las políticas, estrategias y programas de gobierno en materia de prevención de riesgos y restauración son determinantes de la imagen de los destinos turísticos. El procesamiento de datos relativos a la frecuencia de los sismos permitió anticipar escenarios de riesgo, así como de reactivación turística, considerando las capacidades institucionales de restauración y promoción del patrimonio turístico.

Felix et al., (2020: p. 75) llevó a cabo una taxonomía y nomenclatura de las estrategias de reactivación del turismo ante la pandemia. Encontró dos dimensiones, una relativa a la acción gubernamental centrada en la gestión y otra alusiva a los empresarios vinculada a la bioseguridad. Los autores concluyen que la inteligencia de negocios con base en la codificación de las estrategias permitirá incentivar los estudios en las universidades e institutos con la finalidad de abrir la discusión y líneas de investigación para la reactivación del turismo.

Sin embargo, otros trabajos híbridos en los que se incluyen determinantes exógenos como las políticas públicas de promoción de destinos y patrimonio turístico, así como factores endógenos observables en los determinantes cognitivos de la decisión de viaje y estancia, explican los flujos y anticipan escenarios de reactivación turística.

Freire y Marcheno (2020) realizaron una revisión sistemática sobre las estrategias de reactivación económica en donde el acceso y uso a Internet fue un factor asociada a las políticas de turismo. La inteligencia de negocios en los países desarrollados, como es el caso de Francia, ha coadyubado en la reactivación del turismo en la capital París. Los motivos de viaje y del destino fueron analizados para establecer líneas de comportamiento de búsqueda de destinos en Internet con las expectativas de satisfacción de turistas que han experimentado positivamente su estancia.

González (2021) evaluó el grado de conocimiento con respecto a la bioseguridad en servicios hoteleros, encontrando seis dimensiones relativas a uso de equipos, protección personal, atención al cliente, convivencia laboral, higiene en la superficie y seguridad social. En un nivel operativo, los empleados llevan a cabo el protocolo orientado a la reactivación del turismo en la localidad de estudio.

Por consiguiente, los modelos que sólo incluyen factores exógenos han demostrado la predicción de escenarios de riesgo y activación turística, pero sin considerar las decisiones de los turistas y empresarios con respecto a los protocolos de bioseguridad ante la pandemia. En contraposición, los modelos de factores endógenos sólo han considerado la reactivación de empresas en el cum-

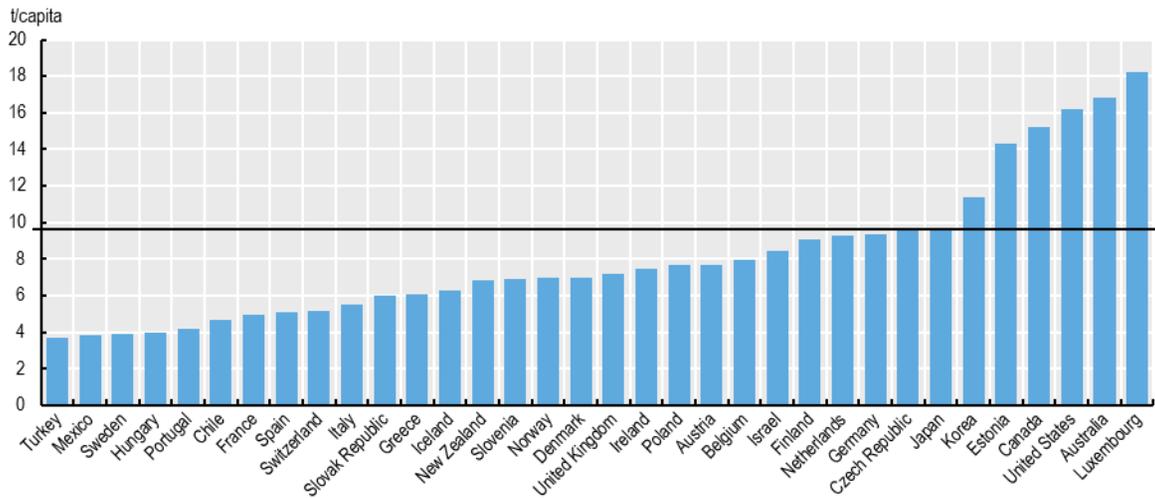
plimiento de las normas de bioseguridad más que las redes de conexión entre las ciudades y los destinos turísticos. La inteligencia de negocios en el sector parece oscilar entre la información exógenos y los datos endógenos, pero las propuestas híbridas que incorporan ambas dimensiones tienen ventajas competitivas con respecto a los modelos autorregresivos o de ecuaciones simultáneas.

En este sentido, los modelos de ecuaciones estructurales aluden a las dos dimensiones, cosniderándolas como híbridas formativas para explicar las relaciones determinantes y/o reflejantes para anticipar los escenarios de riesgo a la reactivación turística en medio de la pandemia.

### Movilidad de bajas emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera

En este apartado se revisan los estándares de calidad de movilidad de cero emisiones ante los efectos del cambio climático en la economía de servicios en general y del turismo en particular. Se destacan los determinantes de la movilidad como factores exógenos a la reactivación del turismo. Los niveles de CO2 en las economías de la OCDE muestran a Luxemburgo como el país con mayores áreas de oportunidad, seguido de Australia y Estados Unidos. Por el contrario, las economías con mayor oportunidad de venta de bonos de carbono son Turquía, México y Suecia (véase Gráfico 2).

Gráfico 2. Emisiones de CO2 per cápita



Fuente: OCDE (2018)

La relación entre el transporte con altos estándares de calidad (velocidad, cero emisiones) con respecto a la imagen del destino ha sido estimada por el Panel Intergubernamental contra el Cambio

Climático, estableció en 2006 la estimación de la movilidad a partir de las variables de tiempo de traslado, transporte y longitud de desplazamiento

Es posible apreciar que las variables de tiempo de traslado y velocidad promedio aluden a las competencias de movilidad de transportistas y usuarios, así como a la logística de la infraestructura y al sistema de transporte (Rosas, Gómez y García, 2018).

De este modo, el cálculo de las emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera se ha propuesto como instrumento de gestión que en el caso de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su informe correspondiente a 2015 se advierte una brecha entre sus países miembros y las demás regiones (Quiroz, 2019).

Por consiguiente, a nivel local, los municipios y comunidades están expuestos al incremento de las emisiones de bióxido de carbono y a sus efectos en la salud pública ambiental como es el caso de la prospectiva para 2040 escenario en el que la movilidad del transporte de carga que alimenta las economías de servicios se intensificará y será el principal reto para las políticas anti-cambio climático y los programas de cero emisiones

Es así como el estudio de la movilidad periurbana es central en la administración de la seguridad pública, ambiental y alimentaria de una ciudad y de las comunidades a su alrededor (Amemiya, Valdés, Espinoza y García, 2018).

Las variables relativas a la movilidad muestran que tanto factores externos como internos explicarían y anticiparían escenarios de riesgo como la recesión del turismo, o bien, la reactivación de actividades asociadas al turismo y con ello la economía local. La inteligencia de negocios enfocada en el análisis de las emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera sugiere que estas variables exógenas se asocian con otras variables endógenas como los *habitus* de traslado.

### **Teoría de la movilidad turística**

En esta sección se exponen las variables híbridas que sintetizan los factores exógenos y endógenos determinantes de la recesión, reactivación y movilidad turística. Se parte del supuesto según el cual las políticas de movilidad, aunadas a la planificación estratégica de las empresas y las necesidades, preferencias y expectativas de los turistas, convergen en una construcción social que se conoce como *habitus*.

Los factores exógenos y endógenos relativos a la recesión, reactivación y movilidad turística han sido observados en las ciencias sociales como *habitus*. Se trata de intenciones, decisiones y comportamientos deliberados, planificados y sistemáticos en torno al uso de transporte y la orientación

hacia un destino. La inteligencia de los negocios turísticos sugiere que trabajar con factores híbridos o constructos resulta de mayor relevancia ante la proliferación de investigaciones que incluyen variables exógenas y endógenas como determinantes de la movilidad turística.

La movilidad turística, entendida como un habitus observable en 1) *aesthesis* (disposiciones estéticas), 2) *hexis* (disposiciones expresivas), 3) *ethos* (disposiciones éticas), y 4) *eidós* (disposiciones lógicas) (García, 2008).

El habitus de movilidad ha sido entendido como cuatro disposiciones relativas a la lógica de traslado, la estética del desplazamiento, la ética en torno a la seguridad y la expresividad cotidiana (García, 2011). Se trata de un proceso que se hereda en la interrelación entre usuarios, paseantes, transeúntes, vigilantes, operadores o espectadores respecto a la calidad del servicio de transporte público, concesionado o particular, así como la imagen de los puntos de salida y llegada de las unidades de transporte (García, Carreón, Bustos, y Hernández, 2013).

Las disposiciones éticas (*ethos*) refieren a una serie de aprendizajes de los valores y principios que guían un recorrido y las intenciones de traslado en función de la imagen de un destino público (García, Carreón, Hernández, Rivera, Aguilar y Rosas, 2015).

Las disposiciones lógicas (*eidós*) aluden a habilidades de apreciación del entorno, posicionamientos discursivos y apropiación de espacios con una intencionalidad de costo y beneficio (García, Carreón, Hernández, Salinas y Aguilar, 2015).

Las disposiciones estéticas (*aesthesis*) sugieren la inclusión de imágenes y discursos relativos a un traslado, las unidades de transporte, la interrelación con los demás actores implicados en el proceso de desplazamiento intencional (Hernández, Carreón, Morales, Aguilar y García, 2014).

Las disposiciones expresivas (*hexis*) connotan una serie de manifestaciones subjetivas apreciaciones compartidas en torno al significado de un transporte y los lugares de destino, así como los significados en torno a los propósitos de traslado (Limón, Rivera, Bustos, Juárez y García, 2017).

De esta manera, la movilidad periurbana ha sido analizada desde los significados y la apropiación de los medios de transporte como escenarios simbólicos de seguridad, confort, esparcimiento, recreación o convivencia (Llamas, Bustos y García, 2018).

Sin embargo, la estructura de factores que supone un proceso multidimensional como el habitus de movilidad periurbano sugiere cuando menos la exploración de las relaciones entre los indicadores tales como; gustos, preferencias, expectativas, necesidades, percepciones, apreciaciones, apropiaciones, usos y costumbres en torno al sistema de transporte colectivo y los destinos públicos

(Martínez, Martínez y García, 2018).

Una aproximación teórica a la problemática destaca las variables que incluyen tres matrices relativas al hábitus, capital humano y toma de decisiones en torno al uso del transporte público

Es posible advertir que el estudio de la movilidad periurbana está centrado en el uso del medio de transporte el cual depende de la toma de decisiones y esta de variables socioculturales y sociocognitivas que explicarían la prevalencia de un tipo de transporte sobre otros, el hacinamiento y los conflictos entre operadores y usuarios al momento de llevarse a cabo el traslado, pero los estudios de la movilidad periurbana destacan cuatro factores preponderantes

De esta manera, el hábitus de movilidad periurbana es resultado de las relaciones entre los cuatro factores siempre que el sistema de transporte colectivo facilite la interrelación hacia un centro público, histórico y significativo para los actores involucrados (Quintero, Rivera, García, Sandoval, Figueroa, y Molina, 2018).

Esto es así porque el sistema de transporte colectivo no sólo es un escenario de símbolos y significados en torno a los centros públicos. Además, es un escenario de interrelación entre diferentes actores que no se limitan a la seguridad o a la calidad del servicio (Rivera, García, García, Rosas, Limón, Carreón, Hernández y Morales, 2015).

Sin embargo, la calidad del servicio de transporte colectivo es también resultado de su eficiencia, eficacia y efectividad (Rivera, Limón, Sandoval y García, 2018). Por consiguiente, es menester la observación de los factores que permitan anticipar un escenario libre de conflictos (Tun, García y Carreón, 2017). O bien, cuando menos un servicio público seguro que se traduzca en una confianza del usuario al sistema y su administración (Villegas, Rosas y García, 2018).

Los hábitus de movilidad sintetizan los factores exógenos y endógenos que determinan las crisis, reactivación y prosperidad turística, sea tanto en niveles institucionales, empresariales y clientelares. Las ciencias sociales que estudian el fenómeno han sintetizado estas variables en modelos predictivos que anticipan escenarios de riesgos y eventualmente situaciones contingentes o emergentes como la reactivación turística ante la pandemia.

### **Modelos de la movilidad turística**

En este apartado se advierte que la imagen del destino, las promociones en línea y la expectativa de satisfacción explican el sistema turístico mundial, latinoamericano y nacional, aunque su dimensión sustentable exige requerimientos para una experiencia satisfactoria (García, 2020). En este sentido, los estándares internacionales refieren al uso de transporte de bajas emisiones o cuando

menos difusión transparente de emisiones.

Las revisiones sistemáticas y metanálisis relativos a la movilidad turística han identificado dos dimensiones relativas a la imagen del destino y la experiencia satisfactoria como sus dos determinantes principales (Adams, 2020). En este sentido, los modelos y los instrumentos que miden este fenómeno se han edificado a partir de los marcos teóricos y conceptuales del habitus y sus disposiciones estéticas, expresivas, éticas y racionales.

El Modelo de Turismo Religioso (MTR) explica los ejes, las trayectorias y las relaciones entre las variables determinantes; motivación social, religión, nivel educativo, cultura y ambiente rural, siendo la Escala de Motivaciones Religiosas (EMR) el instrumento que mide el fenómeno a partir de las creencias y razones atribuidas a la imagen del destino y procesadas como expectativas de experiencias satisfactorias (Salvatore, 2020).

El Modelo de Apoyo al Turismo (MAT) también propone los mismos determinantes, pero con una variable mediadora de impacto de la contingencia, explicando con ello las probabilidades de elegir un destino a partir de su imagen antes, durante y después de un evento de riesgo y en concomitancia con las variables sociodemográficas, educativas y laborales (Quiroz, 2020).

El Modelo de Lealtad Turística (MLT) especifica las trayectorias directas e indirectas de variables ambientales como el ecosistema natural, la cultura y las relaciones sociales mediadas por la percepción del turismo ecológico (Martínez, 2019). Es decir, la lealtad es explicada a partir de la influencia del entorno en las expectativas de satisfacción y la imagen del destino de clientes potenciales.

Estos tres modelos y sus instrumentos correspondientes miden las relaciones de determinantes de la experiencia turística a partir de ambas premisas de destino percibido y expectativa de satisfacción, soslayando la importancia del traslado con sus estándares de reducción de emisiones de bióxido a la atmósfera.

Los estudios de la movilidad turística se distinguen por contrastar modelos predictivos que pueden ser autoreversibles para indagar los efectos aleatorios homogéneos con respecto a las decisiones y acciones de las empresas dedicadas al turismo. Otros modelos plantean la combinación de los factores exógenos con endógenos al momento de anticipar escenarios de riesgo y eventualmente escenarios emergentes.

### **Especificación de un modelo para el estudio de la movilidad turística**

En este apartado se expone el modelamiento de las variables que explican la movilidad turística,

indicada por el grado de satisfacción alcanzada por el habitus de las partes involucradas en la inteligencia de negocios. Se parte de la definición de la técnica para proseguir con el modelamiento de las variables reportadas en el estado de la cuestión y la discusión de los ejes, trayectorias y relaciones predictivas de la satisfacción turística.

La inteligencia de negocios cobra su fundamento en el develamiento de los activos intangibles. En el caso de la recesión, reactivación, movilidad y satisfacción turística, la técnica de análisis de datos permite el esclarecimiento de las relaciones entre las variables. De este modo, la inteligencia de negocios ha sido definida como el efecto del rol de ventajas competitivas para la competitividad de productos y servicios (Ahumada y perrusquía, 2016: p. 127).

La inteligencia de negocios predice las decisiones y acciones de empresas en un mercado local a partir de sus determinantes los cuales se infieren del procesamiento de datos como el transporte. Ee el caso de la anticipación de escenarios de riesgo ante la pandemia en el sector turístico. Caseiro y Coelho (2019) demostraron que el tratamiento de los datos determinó la innovación en starups.

Sin embargo, la inteligencia de negocios también advierte las áreas de oportunidad de las empresas dedicadas a las planificaciones estratégicas de la calidad de sus procesos y productos (Muñoz et al., 2016: p. 195). Los análisis de datos han sido utilizados en las áreas financieras, pero es la información de los usos y preferencias de internautas las que predicen la aceptación o rechazo de productos o servicios (Murillo y Cáceres, 2013: p. 119). Al tratarse de una técnica para develar el conocimiento de las partes involucradas en una empresa, la inteligencia de negocios está vinculada a la gestión, producción y transferencia del conocimiento en organizaciones creadoras de activos intangibles (Ramírez, 2014: p.1).

A partir de los marcos teóricos, conceptuales y empíricos es posible modelar los ejes, trayectorias y relaciones entre las variables determinantes de la experiencia turística, principalmente en lo concerniente al traslado con las expectativas de bajas emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera.

De este modo, el modelo explicativo de la experiencia de traslado hacia un destino turístico con base en la expectativa de satisfacción recupera las variables; 1) demográficas, 2) educativas, 3) laborales y 4) motivacionales con respecto a las variables de tiempo de traslado y velocidad de desplazamiento.

Virkar y Mallya (2018) establecieron como determinantes de la satisfacción a la motivación del viaje y a la imagen del destino en centros turísticos los cuales tuvieron altas correlaciones con la variable socioeconómica del ingreso, la variable sociocultural de la escolaridad y la variable sociodemográfica de edad, pero en el presente trabajo las variables socioculturales, sociodemográficas y socioeconómicas tuvieron bajas correlaciones tanto con la motivación del viaje como con la imagen del

destino, sugiriendo la inclusión de otros factores sociocognitivos, aún y cuando el tiempo desplazamiento y la velocidad promedio son imprescindibles en el cálculo de las emisiones de CO2

¿Existen diferencias significativas entre las dimensiones teóricas de la percepción de movilidad con respecto a la especificación de las relaciones entre esas dimensiones reportadas en el estado de la cuestión?

Hipótesis nula: Existirán diferencias significativas entre las dimensiones teóricas con respecto a la especificación de sus relaciones

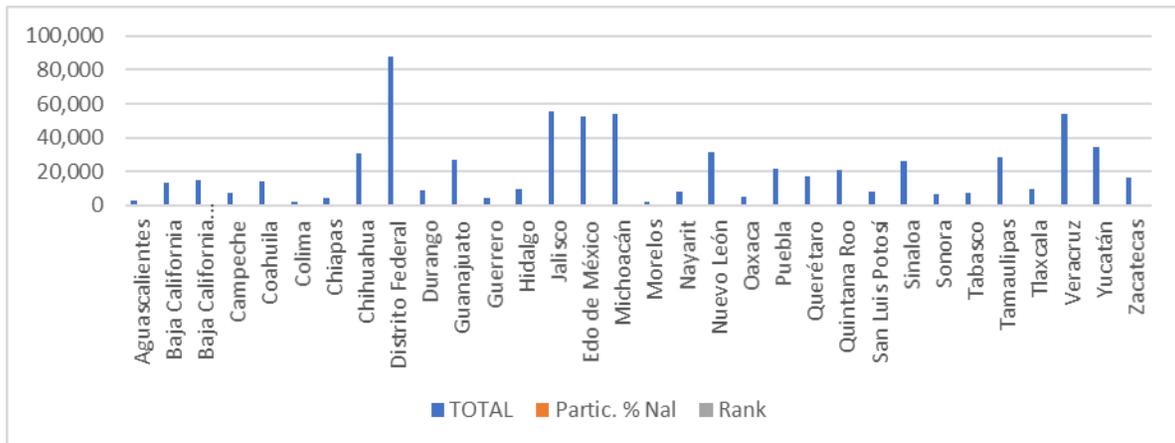
Hipótesis alterna: No existirán diferencias significativas entre las dimensiones y las relaciones.

### Método

En virtud de que la inteligencia de negocios es la vía deliberada, planificada y sistemática más idónea para explicar el impacto de la pandemia en el turismo, así como la alternativa más eficiente, eficaz y efectiva para orientar la reactivación del turismo, principalmente en lo concerniente a la movilidad como dimensión preponderante y la satisfacción como meta hegemónica, se procedió a realizar el diagnóstico del escenario de riesgo; contras y pros de las relaciones entre la movilidad y la satisfacción del turista.

**Escenario.** En México, están registradas 685,023 empresas. La Ciudad de México concentra el mayor número de empresas con alrededor 87,786, seguida del Estado de Jalisco con 55,841 y el Estado de México con 52,501 (véase Gráfico 3).

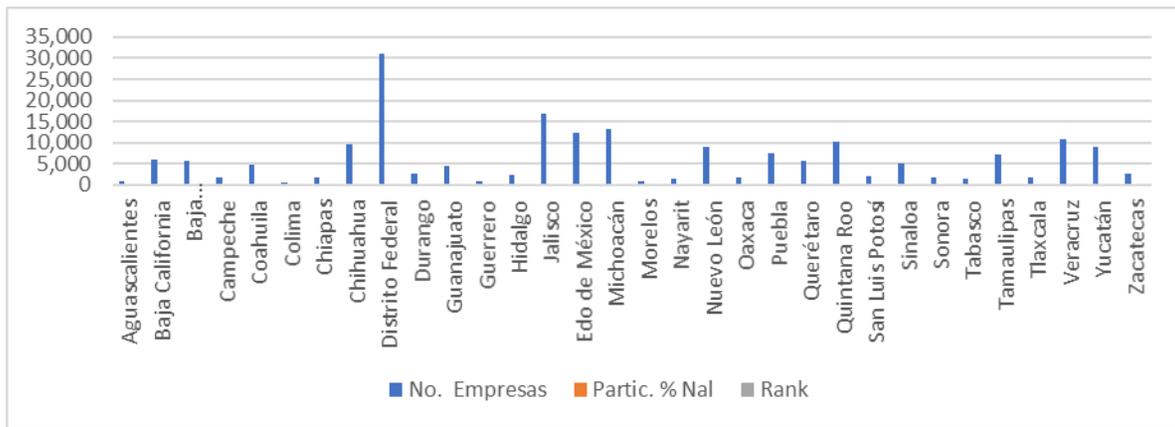
Gráfico 3. Empresas registradas por entidad federativa



Fuente: Inegi (2018)

194,061 empresas conforman el sector de servicios, la Ciudad de México incluye 31,135, el Estado de Jalisco 16,866 y el Estado de Michoacán 13,331 (véase Gráfico 4).

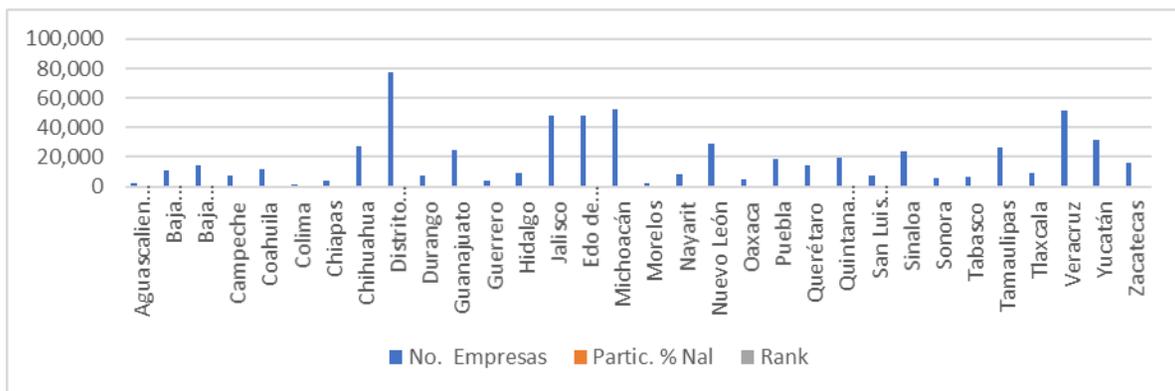
Gráfico 4. Empresas registradas por entidad federativa del sector de servicios



Fuente: Inegi (2018)

625,224 micro empresas están registradas en México. 77,188 están registradas en la Ciudad de México, 52,703 tributan en el Estado de Michoacán y 51,296 en el Estado de Veracruz (véase Gráfico 5).

Gráfico 5. Micro empresas registradas por entidad federativa



Fuente: Inegi (2018)

En este panorama de micro empresas del sector servicios y concentradas en la Ciudad de México, se realizó una investigación con base en la inteligencia de negocios, considerando el potencial turístico de los micro empresarios como usuarios de transporte con destinos turísticos.

Muestra. Se realizó un estudio no experimental con una selección no probabilística de 345 usuarios de transporte de turistas (véase Tabla 1).

Tabla 1. Descriptivos de la muestra

	<b>Edad</b>	<b>Escolaridad</b>	<b>Ingreso</b>	<b>Estado civil</b>
Femenino	M = 24,3 DE = 1,2	Posgrado 5%; Licenciatura 15%; Bachillerato 24%, Secundaria 46%	M = 3451,2 DE = 243,1	Soltería 56%; Matri- monio 23%; Otro 21%
Masculino	M = 26,1 DE = 1,5	Posgrado 8%; Licenciatura 20%; Bachillerato 31%; Secundaria 41%	M = 4233,1 DE = 126,3	Soltería 67%; Matri- monio 17%; Otro 16%

Nota: Elaborada con los datos del estudio; M = Media, DE = Desviación Estándar

Instrumento. Se construyó el Autorreporte de Movilidad Turística (AMP-28) a partir del Diferencial de Imagen del Destino de (Olague, Flores y Garza, 2017) y la Escala de Motivación del Viaje de Olague (2015).

El Autorreporte de Movilidad Turística incluyó dos dimensiones para imagen del destino (aspectos emocionales y cognitivos) y dos dimensiones para la motivación de viaje (aspectos de impulso y atracción)

La velocidad promedio y el tiempo de traslado se registraron en un autorreporte del usuario, comparándose con los informes de los sistemas de traslado, así como del reglamento de tránsito en cuanto al límite de velocidad de la Ciudad de México.

Procedimiento. Las encuestas se realizaron en las plazas informáticas de las instalaciones del sistema de transporte turístico. Se garantizó por escrito la confidencialidad y el anonimato de los encuestados, así como la no afectación de los resultados del estudio a su estatus económico.

Análisis. La información se procesó en el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (IBM-SPSS-AMOS por su acrónimo en inglés versión 25,0). Se estimaron alfa de Crombach para la consistencia interna de la Escala de Motivación de Viaje (alfa de ,880) y Sperman Brown (,618) para el Diferencial de Imagen de Destino (Carreón, Hernández, Morales y García, 2014). La adecuación se estableció con el estadístico KMO (,742) y la esfericidad con la prueba de Bartlett [ $\chi^2 = 213,2$  (34gl)  $p = ,000$ ] (García, 2007). La validez se estableció con un análisis factorial exploratorio de ejes principales con rotación promax. Las correlaciones entre los factores con  $r$  de Pearson, así como las

covarianzas para observar las relaciones entre los factores (Carreón, 2014). La contrastación el modelo con parámetros de ajuste; GFI, CFI y residual; RMSEA (Carreón, Hernández y García, 2014).

## Resultados

La Tabla 2 muestra los descriptivos estadísticos del instrumento que midió los factores de motivación del viaje e imagen del destino, indicando una consistencia superior a la requerida de ,700

Tabla 2. Descriptivos del instrumento

<b>R</b>	<b>M</b>	<b>D</b>	<b>S</b>	<b>C</b>	<b>A</b>	<b>F1</b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>
<b>r1</b>	4,31	1,12	1,02	1,91	,721				,341
<b>r2</b>	4,52	1,07	1,24	1,81	,742				,362
<b>r3</b>	4,01	1,19	1,15	1,82	,711				,371
<b>r4</b>	4,13	1,00	1,12	1,63	,733				,301
<b>r5</b>	4,24	1,14	1,11	1,81	,741				,381
<b>r6</b>	4,51	1,16	1,10	1,95	,762				,390
<b>r7</b>	4,23	1,13	1,18	1,61	,781				,361
<b>r8</b>	4,30	1,01	1,54	1,73	,791			,450	
<b>r9</b>	4,51	1,13	1,55	1,71	,703			,351	
<b>r10</b>	4,62	1,02	1,58	1,85	,712			,361	
<b>r11</b>	3,71	1,19	1,13	1,91	,724			,479	
<b>r12</b>	4,11	1,10	1,12	1,81	,731			,460	
<b>r13</b>	4,24	1,01	1,51	1,71	,704			,352	
<b>r14</b>	4,33	1,10	1,59	1,83	,713			,362	
<b>r15</b>	3,41	1,11	1,13	1,92	,721		,476		
<b>r16</b>	4,55	1,10	1,12	1,83	,731		,461		
<b>r17</b>	4,10	1,18	1,36	1,36	,721		,541		
<b>r18</b>	4,38	1,45	1,85	1,18	,735		,601		
<b>r19</b>	4,56	1,56	1,40	1,08	,793		,502		
<b>r20</b>	4,62	1,20	1,23	1,09	,710		,497		
<b>r21</b>	4,30	1,13	1,14	1,00	,784		,502		
<b>r22</b>	4,41	1,14	1,15	1,04	,705	,607			
<b>r23</b>	4,28	1,89	1,16	1,06	,761	,601			
<b>r24</b>	4,19	1,65	1,08	1,02	,784	,508			
<b>r25</b>	4,17	1,46	1,29	1,54	,793	,502			
<b>r26</b>	4,03	1,39	1,35	1,47	,704	,504			

<b>r27</b>	4,37	1,23	1,26	1,76	,761	,490
<b>r28</b>	4,10	1,05	1,19	1,29	,762	,389

Nota: Elaborada con los datos del estudio; R = Reactivo, M = Media, D = Desviación, S = Sesgo, C = Curtosis, A = Alfa de Crombach quitando el valor del ítem. Adecuación (KMO = ,782), Esfericidad [ $\chi^2 = 346,34$  (56gl)  $p = ,000$ ]. Método: Ejes principales, rotación: Promax. F1 = Motivación del Viaje (25% de la varianza total explicada), F2 = Expectativa de Traslado (21% de la varianza total explicada), F3 = Imagen del destino (17% de la varianza total explicada) F4 = Experiencia Satisfactoria (14% de la varianza total explicada).

A fin de poder observar la estructura de relaciones entre variables se procedió a efectuar la estimación de correlaciones y covarianzas para inferir las trayectorias (véase Tabla 3).

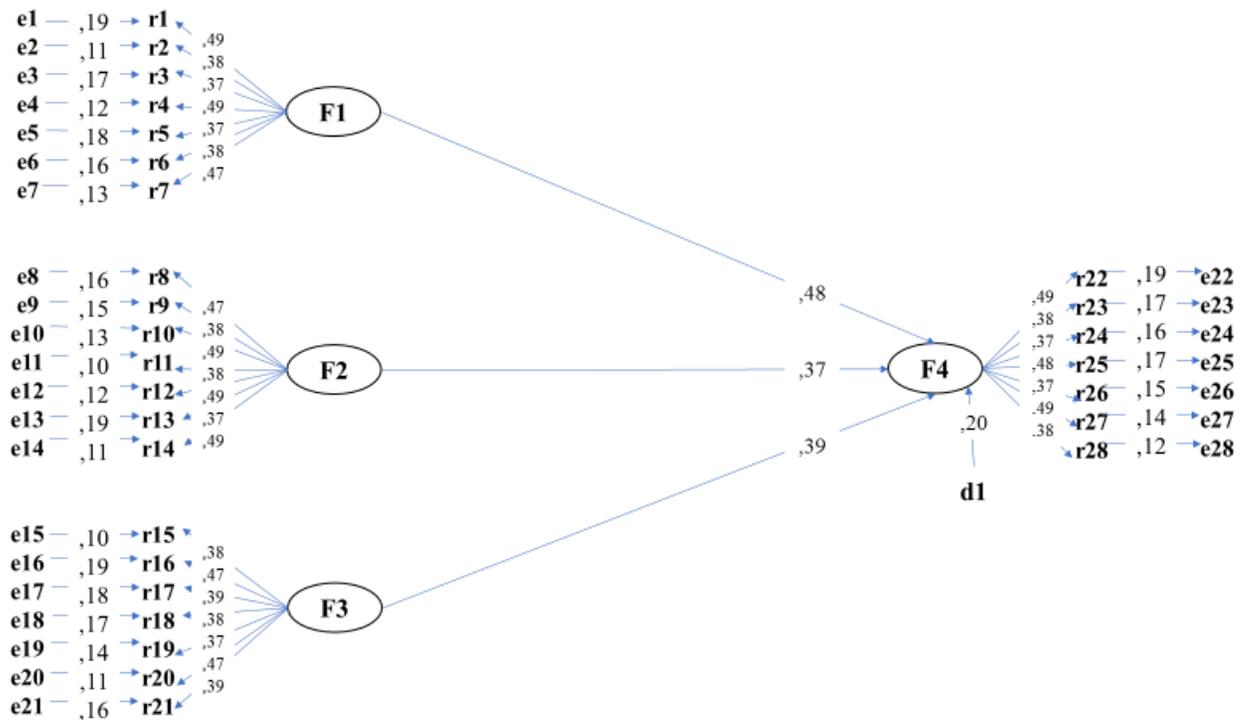
Tabla 3. Correlaciones y covarianzas entre factores

	M	DE	F1	F2	F3	F4	F1	F2	F3	F4
F1	24,31	14,35	1,000				1,879	,487	,387	,488
F2	22,35	16,28	,393*	1,000				1,989	,389	,479
F3	28,35	10,43	,487*	,476**	1,000				1,877	,477
F4	20,31	13,26	,390***	,489*	,387*	1,000				1,897

Nota: Elaborada con los datos del estudio; F1 = Motivación del Viaje, F2 = Expectativa de Traslado, F3 = Imagen del Destino, F4 = Experiencia Satisfactoria, M = Media, DE = Desviación Estándar, \*  $p < ,01$ ; \*\*  $p < ,001$ ; \*\*\*  $p < ,0001$

Establecidas las relaciones entre las variables, se procedió a observar su estructura de factores e indicadores con la finalidad de anticipar escenarios de reactivación del turismo a partir del modelo propuesto y contrastado con los datos del estudio (véase Figura 1).

Figura 1. Modelo estructural



Nota: Elaborada con los datos del estudio; F1 = Motivación del Viaje, F2 = Expectativa de Traslado, F3 = Imagen del Destino, F4 = Experiencia Satisfactoria; d = Disturbio de medición el factor, e = Error de medición del indicador, ← = regresión del indicador respecto al error de medición, → = regresión del factor con respecto a su determinante

Los parámetros de ajuste y residuales [ $\chi^2 = 214,6$  (45gl)  $p = ,007$ ; GFI = ,995; CFI = ,997; RMSEA = ,007] sugieren el no rechazo de la hipótesis nula relativa al ajuste de las relaciones teóricas entre las variables con respecto a las observaciones empíricas.

## Discusión

El aporte del presente trabajo al estado de la cuestión radica en el establecimiento de una estructura factorial exploratoria de las relaciones entre los factores que la literatura identifica como los determinantes de la experiencia atisfactoria, pero el diseño de la investigación limita los resultados a la muestra encuestada, sugiriendo la extensión del trabajo a otras variables que la literatura identifica como disposiciones el turismo.

En relación con la teoría de la movilidad turística que enaltece la imagen del destino y la experiencia satisfactoria como variables centrales en la explicación de la reactivación turística luego de un evento de riesgo, el presente trabajo encontró que la motivación del viaje y la expectativa de tras-

lado inciden indirectamente sobre la experiencia satisfactoria mediante la imagen del destino. Líneas de investigación concernientes a otras variables mediadoras como la calidad del servicio permitirán observar la estructura de relaciones encontradas y contribuir a la predicción de la reactivación turística a partir de promociones u ofertas de traslado.

Respecto a los modelos de movilidad turística que destacan dimensiones motivacionales como determinantes directos e indirectos de la experiencia turística, el presente trabajo encontró que la motivación del viaje, el traslado y el destino conforman una estructura consistente en cuanto a la explicación y anticipación de un escenario satisfactorio. Los estudios concernientes a la influencia de factores externos como la calidad del servicio permitirán anticipar escenarios de sustentabilidad turística como valor agregado y ventaja competitiva.

En relación con la especificación del modelo predictivo de la experiencia turística que destaca al tiempo y la velocidad del traslado como indicadores de la calidad del servicio, el presente trabajo encontró que como expectativas de traslado tienen una incidencia directa sobre la experiencia satisfactoria; sugiriendo la inclusión de ambos indicadores en el modelo a contrastar en otras muestras de visitantes.

En síntesis, la calidad del servicio de traslado, indicada por el tiempo y la velocidad de traslado como valor agregado y ventaja competitiva de sustentabilidad en la reducción de emisiones de bióxido de carbono a la atmósfera permitirán anticipar un escenario de promoción del turismo a destinos con estándares de sustentabilidad.

## **Conclusión**

El objetivo del presente trabajo fue observar las relaciones entre determinantes de la experiencia satisfactoria turística, aunque el diseño limitó los resultados a la muestra, sugiere la extensión del modelo propuesto a otras dimensiones motivacionales como la religión o el ambiente en concomitancia con la motivación del viaje, la expectativa de traslado e imagen del destino. Además, el estudio realizado con microempresarios limita las necesidades, preferencias y expectativas tanto en el traslado como en la elección del destino y la planificación de la estancia. Es necesario extender la investigación a pequeños y medianos empresarios como turistas potenciales de la reactivación, la movilidad y la experiencia satisfactoria en los lugares de destino.

De este modo, la hipótesis nula de diferencias entre las relaciones de variables reportadas en la literatura con respecto a las observaciones realizadas en el presente estudio no fue rechazada. Es decir que se sugiere más bien la extensión del modelo propuesto con la inclusión de las motivaciones religiosas o ambientales que expliquen la experiencia ecológica satisfactoria de turistas. A diferencia de los modelos de efectos aleatorios homogéneos y los modelos de efectos simultáneos

donde se toma en cuenta el historial y las relaciones entre variables exógenas con las variables endógenas determinantes de las intenciones, decisiones y comportamientos turísticos, los modelos de ecuaciones estructurales brindan la posibilidad de extender el modelo. La inclusión de variables cognitivas en micro, pequeños y medianos empresarios anticipa sus necesidades, expectativas y elecciones, orientando el análisis del transporte asociado a la hostelería como una experiencia satisfactoria integral.

La estructura híbrida que los modelos de ecuaciones estructurales incorporan en su explicación de los factores exógenos y endógenos que determinan el comportamiento del turista tiene dos premisas; 1) la predicción de los ejes, trayectorias y relaciones entre las variables, proceso que se conoce como estructura formativa y 2) la anticipación de escenarios con dimensiones que reflejan el riesgo de llevar a cabo o no una acción a partir de la información disponible y procesable, proceso que se entiende como dimensión reflejante.

Por consiguiente, las políticas públicas en la materia deberán estar orientadas a incementar sustancialmente la calidad del servicio de traslado y conectarlo con promociones de estancia. Dichas estrategias y programas gubernamentales al estar sustentadas en la inteligencia de negocios como marco teórico y metodológico, así como en los modelos de ecuaciones estructurales como técnica de análisis de ejes, trayectorias y relaciones de variables permitirán advertir escenarios fatalistas y optimistas. La situación pandémica y las expectativas de reactivación turística a partir de la detección, tratamiento o vacunación de los clientes potenciales son variables que enriquecerán el modelo propuesto.

## Referencias

- Adams, S. (2020). Academic framework of entrepreneurship. *Journal of Research Aspects of Engineering and Management* 14 (2), 1-5
- Ahumada, E. y Perrusquía, J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría & Administración*, 61, 127-158  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>
- Amemiya, M., Valdés, O., Espinoza, F. y García, C. (2018). Especificación de un modelo para el estudio del desarrollo local sustentable. *Eureka*, 15 (1), 136-157
- Bermúdez, G. (2019). Meta-analytical validity of the social entrepreneurship inventory: A study of random effect sizes. *Global Journal of Management and Business Research* 10 (1), 15-19
- Carreón, J. (2019). Studies of common goods and governance of resources. *Addiction, Medicine &*

- Teraphy, 6 (1), 13-23
- Carreón, J., Hernández, J. y García, C. (2014). Diferencias perceptuales ante el riesgo a las aglomeraciones en el transporte público y concesionado. *Delos*, 7 (21), 1-17
- Carreón, J., Hernández, J., Morales, M. y García, C. (2014). Complejidad sociopolítica del transporte público. *Tlatemoani*, 15(1), 1-22
- Caseiro, N. & Coelho, A. (2019). The influence of business intelligency capacity, network learning and innovativeness of starup performance. *Joournal of Innovation & Knowledge*, 4, 139-145 <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>
- Felix, A., García, N. y Vera, R. (2020). Participatory diagnosis of the tourism sector iin managing the crisis caused by the pandemic (Covid-19). *Interamerican Journal of Environmentall and Tourism*, 16 (1), 66-78 <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000100066>
- Freire, K. M. y Mancheno, M. J. (2020). Covid-19 between death and economic recesión. *FIPCAEC*, 5 (5), 280-320 <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.326>
- Garcia N., Doumet Y., & Carreño L. (2018). Post-earthquake strategic tourism plan for the municipality of bolívar, manabí, ecuador. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 881-894. <https://doi.org/10.30892/gtg.23322-336>
- García, C. (2007). El pensamiento sustentable. *Sincronía*, 12(43), 1-19
- García, C. (2008). Las creencias, los conflictos y las coyunturas que han estado impidiendo la representatividad y la gobernabilidad sostenible en México. *Gaceta de Antropología*, 24(2), 1-12
- García, C. (2011). La estructuración de la sustentabilidad. *Delos*, 5(10), 1-12
- García, C. (2018). Teoría del comportamiento sustentable para el desarrollo local. *Clivajes*, 5(9), 75-94
- García, C. (2019). Specification a model for study of local development. *Saudi Journal of Business & Management Studies*, 4 (1), 1-3
- García, C. (2020). Specification a model for study of entrepreneurship. *Advanced Research Journal of Multidisciplinary Discoveries*, 49 (1), 1-4

- García, C., Carreón, J., Bustos, J. y Hernández, J. (2013). Sistemas sociopsicológicos de gobernanza sustentable. *Sustentabilidades*, 9(1), 1-31
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Rivera, B. Aguilar, J. y Rosas, F. (2015). Diferencias perceptuales ante el riesgo a las aglomeraciones en el transporte público y conesionado. *Iberoforum*, vol. 10(19), 112-131
- García, C., Carreón, J., Hernández, J., Salinas, R. y Aguilar, J. (2015). Gobernanza del emprendimiento institucionalizado ante el cambio climático a partir del establecimiento de una agenda pública. *Sin Frontera*, 8(20), 1-15
- García, C., Juárez, M. y Bustos, J. (2018). Especificación de un modelo para el estudio de la gobernanza local. *Sincronía*, 22(73), 459-472
- González, A. (2021). Evaluación del nivel de conocimiento sobre los protocolos de bioseguridad en el personal de los establecimientos de alojamiento, provincia de Tunguragua ante la presencia del SARS-CoV-2. *Investigación y Desarrollo*, 13 (1), 1-10
- Hernández, J., Carreón, J., Morales, M., Aguilar, J. y García, C. (2014). Complejidad sociopolítica del transporte público. Implicaciones para el desarrollo local sustentable. *Razón & Palabra*, 86(1), 1-27
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2018). *Estadísticas económicas por entidad federativa*. México: Inegi
- Limón, G. Rivera, B., Bustos, J., Juárez, M. y García, C. (2017). Gobernanza del cambio climático: Especificación de un modelo de actitudes hacia los gobiernos del cambio climático. *Ciencia Política*, 30(1), 1-31
- Llamas, B., Bustos, J. y García, C. (2018). Especificación de un modelo para el estudio del habitus de movilidad. *Investigación Académica Sin Frontera*, 27(1), 1-25
- Maldonado, I. (2014). Solución de inteligencia de negocios y toma de decisiones en la gestión administrativa de boticas UCV-HACER. *Investigación y Cultura*, 3 (2), 1-8 <https://www.redalyc.org/pdf/5217/521751976006.pdf>
- Martínez, E. (2019). Specification of a model for study of mobility. *International Journal of Precious Engineering Research & Applications*, 5 (10), 5-9
- Martínez, E., Martínez, M. y García, C. (2018). Governance of perception and intention to vote in

- favor of bike ways. *International Journal of Environment Agriculture, and Biothecnology*, 3(3), 1-9
- Muñoz, H. H., Osorio, M. R., & Zúñiga, P.L. (2016). Inteligencia de los negocios. Clave del Éxito en la era de la información. *Clío América*, 10 (20), 194 – 211  
<https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/1877/1551>
- Murillo, M. J, Cáceres, G. (2013). Inteligencia empresarial y la toma de decisiones financieras: una aproximación teórica. *Logos, Ciencia & Tecnología*, 5, (1), 119-138  
<https://www.redalyc.org/pdf/5177/517751547010.pdf>
- Olague, J. (2015). La imagen del destino y la motivación del viaje como determinantes de la satisfacción y la lealtad del turismo urbano de ocio en Monterrey, México. Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2015). Informe de los países integrantes. New York: OCDE
- Organization Economic of Cooperation and Development (2018). *Country data. Direct ontribution of torurism to selected OECD economies*. New York: OECD
- Panel Intergubernamental del Cambio Climático (2006) Informe del estado de la cuestión. New York: ONU
- Quintero, M., Rivera, B., García, C., Sandoval, F. Figueroa, O. y Molina, H. (2018). Modelo de conciencia para la sustentabilidad. *Integración Académica en Psicología*, 6(16), 4-19
- Quiroz, C. Y. (2019). Meta-analytical retrospective of the policies in the handing of risk of transportation in the Mexico City. *Net Journal Social Sciences*, 7 (4), 92-100
- Quiroz, C. Y. (2020). Specification of a model of digital entrepreneurship. *Current Research in Psychology and Behavioral Science*, 1 (1), 1001-1004
- Rivera, B., García, C., García, E., Rosas, F., Limón, G., Carreón, J., Hernández, J. y Morales, M. (2015). Contraste de un modelo de desconfianza política. *Psiencia*, 7(1), 1-9
- Rivera, B., Limón, G., Sandoval, F. y García, C. (2018). Modelo de percepción de riesgos, beneficios e intención de voto a favor de ciclovías. *Ciencia Política*, (1), 1-25
- Rosas, F., Gómez, D. y García, C. (2019). Especificación de un modelo para el estudio de la per-

cepción de movilidad. Eureka, 15(2), 1-11

Salvatore, K. (2020). Habitus mobility in the transport of zero carbon dioxide emissions into the atmosphere. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7 (2), 1-4

Sandoval, F. R. (2019). Specification a model for study of environmental behavior. *International Journal of Research*, 7 (8), 5-9

Solis, S. y Muñoz, L. F. (2020). Mexican air lines in the current situation of Covid-19 evolution and pprospect. *European Journal of Marketing & Economics*, 3 (2), 10-21  
[http://journals.euser.org/files/articles/ejme\\_v3\\_i2\\_20/Tepexpa.pdf](http://journals.euser.org/files/articles/ejme_v3_i2_20/Tepexpa.pdf)

Tun, G., García, C., Carreón, J. (2017). Etnografía observacional de horizontes racionales en una localidad mágica del centro de México. *Ciencia Política*, 31(5), 1-14

Villegas, E., Rosas, F. y García, C. (2018). Social Works a quality of life and well-being subjective. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 5(6), 35-48

Virkar, A. y Mallya, P. (2018). A review of dimensions of turism transport affecting tourism satisfac-tion. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, 9(1), 72-80