



CAPITULO II.

Marco Teórico

2.1 Los valores, su influencia y relación con el ambiente

2.1.1 Conceptos básicos

Todos los seres humanos, a pesar de que viven en un mundo igual son distintos e irrepetibles, ya que no existen dos seres humanos iguales. Lo anterior se debe a que cada uno tiene una personalidad diferente, y ésta se forma en base al cultivo de sus valores. Es decir que la personalidad de cada uno se encuentra unida a una escala de valores, los cuales se manifiestan en los esquemas culturales de cada persona. A todos los bienes o servicios que cubren las necesidades humanas, se les da un valor, lo que los hace dignos de aprecio. Además, los valores no son determinantes, a pesar de que el hombre sabe de ellos y los aprecia, no siempre actúa en relación a estos, de lo contrario no existirían conflictos en el mundo (Gurría Di-Bella, 2007).



CAPÍTULO II

El término de valores, frecuentemente es relacionado con los temas de problemas ambientales (Dietz, Fitzgerald y Shwom, 2005). Los valores influyen en el modo de conducta de los individuos (Hartsell, 2006). Estos son aprendidos por el refuerzo directo ya sea positivo y negativo de comportamientos (Bandura, 1976, citado en Hartsell, 2006). Gorman (2001), define al valor como una creencia de un individuo o grupo, la cual lo influenciaba su conducta o estado de existencia. Ayudan a traer el equilibrio y la disciplina a su vida. Generalmente, las personas señalan los valores como principios dirigentes en la vida (Karremans, 2007).

Según Molero (2003), el estudio de los valores puede abordarse desde una perspectiva psicológica o desde una perspectiva sociológica. Desde el punto de vista individual o psicológico, el estudio de éstos servirá para conocer las prioridades que orientan a las personas a la hora de adoptar decisiones y expresar unas determinadas actitudes.

Maio, Olson, Allen y Bernard (2001), aseveran que si las personas no tienen fuertes argumentos que soporten un valor en particular, puede ser relativamente fácil invalidar el valor en dirección del comportamiento. Por consiguiente, la persona que tenga el fuerte apoyo cognoscitivo a un valor, tiene fuertes motivos disponibles que le puedan ayudar a anular factores circunstanciales y motiven el comportamiento a favor del valor. Sin embargo Bardi y Schwartz (2003), afirman que un valor no puede sólo ser relacionado con el comportamiento que se expresa directamente, también puede relacionarse con comportamientos expresados por otros valores.



CAPÍTULO II

Bain, Kashima y Haslam (2006), aseveran que la relativa importancia de los valores ha servido como base para examinar de qué manera las personas los utilizan para entender y actuar en el mundo, ya que Kaur (2008) afirma que el mundo no puede ser un lugar de vida si no hay valores. Además se tiene un juego de valores principales, y no por que pertenezca a una religión o cultura en particular, sino porque se es humano. De igual forma sostiene que los valores como el respeto, el amor, la honestidad, la responsabilidad y el servicio permiten vivir con eficacia en una sociedad y pueden adquirirse sólo por la interacción en una sociedad de vida. El proceso de socialización determina nuestros valores casi a partir del momento de nacimiento, de igual forma nuestro lugar en la sociedad tiene una gran influencia sobre nuestras creencias (Hartsell, 2006). Aunque los valores sean estrechamente relacionados con el autoconcepto del individuo son dinámicos, y hay diversos factores que pueden cambiarlos con el tiempo. El factor subyacente es explicado como la necesidad de alcanzar el sentido de auto valoración y el cumplimiento (Maslow, 1964, citado en Hartsell, 2006).

2.1.2 Valores, moralidad, ética y creencias

Se debe aclarar la diferencia entre valores y moralidades. Si un valor es una creencia personal que influye en un individuo o en la sociedad en sus actos, entonces una moralidad es el código de conducta particular que demuestra aquella creencia (Hartsell, 2006). Se define una creencia como un propósito simple deducido de una observación, que comienza al decir que se cree en algo. Una creencia puede ser percibida como verdadera o falsa, pero más significativo es el efecto que esto tendrá sobre el creyente (Rokeach, 1976).



CAPÍTULO II

Por otro lado Bain, Kashima y Haslam (2006), proponen que las personas tengan creencias basadas en valores humanos relacionados con la naturaleza, ya que tal les ayuda a distinguir los valores que son fundamentalmente importantes de aquellos que no lo son. Es decir, la importancia de los valores puede estar basada en creencias conceptuales ya que las personas son una parte incorporada de la naturaleza, realizan funciones y objetivos, y de manera convencional interactúan dentro de los grupos sociales y culturales.

En la teoría de la ética, los valores influyen la toma de decisiones de las personas. Algunas teorías de los valores argumentan que las personas no sólo consideran justo sus deseos y necesidades, ya que algunas veces reflexionan en lo que es más importante (Dietz, Fitzgerald y Shwon, 2005). Se argumenta que los valores influyen en la elección de las preferencias de los individuos al momento de tomar decisiones (Hetcher, 1994).

Las creencias son formadas y conservadas muy temprano en la vida de un niño. Más tarde en el desarrollo de éste, tendrá como base un grupo de creencias que enfocan un objetivo en particular o una situación, lo que conducirá a la formación de una actitud. El total de la suma de las creencias de una persona y actitudes crea la formación de un sistema de creencias, el cual es un proceso a lo largo de la vida (Hartsell, 2006).

Dewey (1988, citado en Dietz et al., 2005), señala que los valores surgen, ya que es común tener opciones en la toma de decisiones y preferencias de los individuos. Afirman que los valores son un juego abstracto de principios que permiten resolver aquellos conflictos sugiriendo algo mejor. Se acentúa la importancia de valores en la identidad de las personas al



CAPÍTULO II

momento en que se reflexiona sobre uno mismo. Por consiguiente la identidad personal es formada por medio de la interacción con otros.

Cuando el modo de vivir de una persona comienza a reflejar una adhesión a un conjunto de actitudes muy estrechamente alineadas, éste ha incorporado un sistema de valores (Henessy, 1979, citado en Hartsell, 2006). Los modos de vivir de los individuos son utilizados para reflejar no sólo actitudes, también valora lo que es conectado a comportamientos físicos, en un camino en el que las formas de vida consiguen reflejar las identidades sociales de grupos (Zografos y Allcroft, 2007).

Algunos componentes de la sociedad responsable en el incremento del sistema de valores de un individuo incluyen a los padres y el ambiente de casa, profesores y otro personal de escuela, personalidades religiosas, gobierno, los medios de comunicación y el ambiente de trabajo (Caduto, 1985). La familia ideal, es percibida como un concepto funcionalista la cual se considera como una influencia social positiva para los integrantes de esta y la sociedad (Ingram, 2005).

2.1.3 La importancia de los valores ambientales

El hombre vive en un medio integrado por materia inanimada y seres vivos, y junto con ellos forma una comunidad en la que se desenvuelven conjuntamente. Es por eso, que él mismo produce, crea, usa, cuida y destruye su hábitat. Este puede cambiar ya sea por cuestiones naturales, por uso excesivo del mismo o por acciones violentas. Pero es importante tener en



CAPÍTULO II

cuenta que si los cambios son muy drásticos, la raza humana también se puede ver afectada y destruida. Los seres humanos, por su necesidad de desarrollo y progreso, tratan o logran alterar la naturaleza, de igual forma como lo hacen con el orden social, logrando únicamente que se ocasione un desorden y desencaje de las piezas que lo conforman. Esto lleva a un enlace entre las acciones del hombre, que son cuestiones de ética, con la preservación de su entorno, que es un asunto de ecología (Gurria Di-Bella, 2007).

Los valores a menudo son invocados en las discusiones de cómo desarrollar una relación más sostenible con el ambiente. Este tema atraviesa varias disciplinas. En la filosofía, los valores son principios relativamente estables que ayudan a tomar decisiones cuando las preferencias están en conflicto. En la economía, el término es utilizado en discusiones de ámbito social, donde una evaluación de los valores sociales de varias alternativas sirve como una guía para la mejor opción bajo una ética altruista. En la sociología, la psicología social y la ciencia política, dos líneas principales de investigación han tratado los valores ambientales. Una se ha enfocado en cuatro racimos del valor: interés propio, altruismo, tradicionalismo y franqueza para cambiar y encontrar un apoyo consistente, teórico y empírico para la relación que existe entre estos y el ambiente. La otra línea de investigación sugiere que la ciencia del medio ambiente surge cuando necesidades básicas materiales son encontradas, y que los individuos y las sociedades que son post materialistas en sus valores, tienen mayor probabilidad de demostrar comportamientos a favor del ambiente (Dietz et al., 2005).

Sutton y Harmon (1987, citados en Gurría Di-Bella 2007), definen la ecología como una ciencia que se encarga del estudio de organismos vivos y del medio en el que viven. El



CAPÍTULO II

término proviene del griego *oikos* que significa casa y *logos* que quiere decir tratado. Es el estudio de la organización y función de la naturaleza en la cual se encuentran todos los seres vivientes, entre ellos los seres humanos. Olivier (1993), define el ecosistema como: “El total de organismos vivientes y sustancias no vivientes ligados por intercambios materiales dentro de cierta porción delimitada de la biosfera” (p.16). Gurría Di-Bella (2007), afirma que los elementos que forman parte de un ecosistema, deben de estar equilibrados para que puedan lograr un correcto funcionamiento, ya que el exceso o ausencia de cualquiera de ellos puede interrumpir el equilibrio, lo que provocaría su destrucción definitiva. Las acciones humanas se pueden ver en casi todos los ecosistemas que existen en la tierra, y generalmente son un factor que perturba el equilibrio de ésta.

La relación que existe entre valores y toma de decisiones es de suma importancia, ya que se asume que éstos son los que influyen a las mismas. De igual forma, los valores son utilizados para expresar preocupación, interés y esperanza acerca de los impactos humanos sobre el ambiente. Los cambios en éstos son vistos como formas que llevan a cambios en las decisiones y por consiguiente a cambios en el comportamiento. Sin embargo, las decisiones son influenciadas por los valores, y a pesar de esto los comportamientos no son siempre el resultado de decisiones reflexionadas (Dietz et al., 2005).

Seara (1986, citado en Gurría Di-Bella, 2007), define los recursos naturales como: “Todos los elementos originales con los que la tierra ha sido dotada de modo natural” (p. 29). Con esto, se pueden clasificar los antes mencionados en varias formas, de los cuales los más utilizados son dos: recursos renovables y no renovables. Los primeros son todos los que la



naturaleza vuelve a producir cuando estos se agotan, como lo son los bosques. Los segundos son aquellos que no se pueden volver a producir, y en caso de que se pudiera tomaría millones de años como en el caso del petróleo, carbón, piedra y la mayor parte de los minerales. Por todo lo anterior, se debe tomar conciencia para darle al mundo natural en el que vivimos el valor que merece. Y de igual forma crear una conciencia ecológica, para que de este modo se modifiquen los actos humanos que diariamente amenazan el planeta (Gurria Di-Bella, 2007).

2.1.4 Influencia de los valores en el ambiente

Se habla del porqué los valores influyen el pensamiento y el comportamiento que existe hacia el ambiente. Éstos ayudan a pensar acerca de una opción dada y a decidir lo que hay que hacer. Sin embargo los efectos producidos pueden ser complejos, ya que existen otros factores que de igual manera intervienen en la toma de decisiones. Las cuestiones ambientales implican siempre incertidumbre, algunos estudios han comenzado a explorar la relación entre los valores y las percepciones de riesgo. Los valores, los cuales pueden actuar indirectamente en las decisiones sobre el ambiente a través de su influencia en las normas o creencias, no actúan solos y no tienen influencia en todas las decisiones (Dietz et al., 2005).

Stern (2000), señala la teoría de VCN; la cual consiste y significa *valores, creencias y normas* (VBN) para la preocupación y comportamiento ambiental, y la relación que existe entre los valores y las decisiones sobre el ambiente. Fransson y Gärling (1999), afirman que éstos influyen la visión mundial sobre el ambiente, que a su vez influyen en las creencias sobre las consecuencias del cambio ambiental en cosas a las que las personas dan valor, y que



CAPÍTULO II

de igual forma cambian las percepciones y las habilidades para reducir las amenazas hacia las cosas apreciadas. Todo esto en conjunto influye en las normas seguidas para tomar acciones.

La teoría de VCN asume que los sentidos de interés propio, el altruismo humanista y el altruismo bioesférico, son los determinantes más fundamentales para la preocupación ambiental. Son esenciales en dos sentidos: Primero, son vistos como los determinantes más estables del ambientalismo a lo largo del curso de la vida. Esto quiere decir que son los más difíciles para cambiar a corto plazo, pero a la larga los cambios en los valores podrían tener el mayor impacto en las decisiones sobre el ambiente. En segundo lugar, son fundamentales ya que llegan a influenciar las visiones del mundo y las creencias específicas (Stern, Dietz, Abel, Guagnano y Kalof, 1999; Stern, 2000). Esto quiere decir que tienen una acción considerable, pero también en las otras variables del modelo, los valores tienen una influencia directa modesta sobre decisiones ambientales (Stern, Dietz, Kalof y Guagnano, 1995).

Se argumenta sobre el papel de los valores en la toma de decisiones y sugieren que éstos son invocados cuando se tienen opciones difíciles, sobre todo aquellas que implican el uso de nuestras preferencias. Una vez que una decisión se vuelve rutinaria, se puede presentar la situación en que no se consideren los valores, pero con mayor probabilidad son utilizados para decisiones nobles (Fransson y Gärling, 1999). La figura 2.1 es una representación esquemática de las variables de la teoría de VCN, valores, creencias y normas del ambiente. En ésta, se puede observar que la base e influencia del comportamiento final en los individuos son los valores, a pesar de que en el camino estén las creencias y normas personales. Las abreviaturas NPE, AC y AR corresponden a Nuevo Paradigma Ecológico (NEP),



CAPÍTULO II

Consecuencias Adversas (AC) y Atribución de Responsabilidades (AR) de la persona (Stern, 2000).

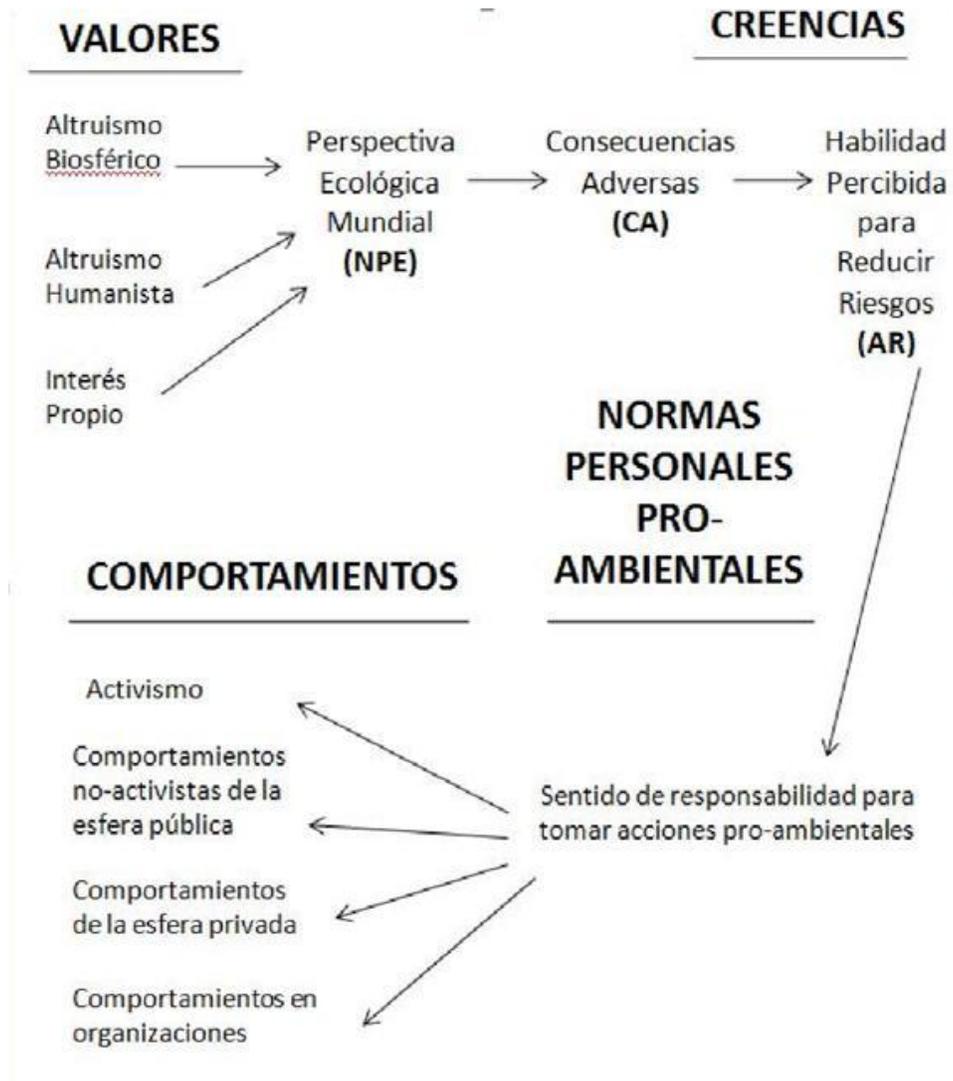


Figura 2.1: Representación de las variables en la teoría de VCN, 2000.

Fuente: Stern P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior.

Journal of Sociology Issues, 56, 407–24.



2.1.5. Educación ambiental

Margalef (1971, citado en Gurría Di-Bella, 2007) señala: “Los problemas de conservación de la naturaleza y de regulación de su explotación no se resuelven con reglamentos sino que son cuestión de educación” (p.127). La implementación de la educación ambiental hoy en día es un tema de gran importancia. Es necesario que todos los educadores sepan entender su rol en las instituciones para poder desarrollar de este modo una responsabilidad ciudadana ambiental, incluyendo en estos: conocimientos, actividades y compasión por la situación mundial actual. Si el mundo se encuentra en una crisis ambiental, suena lógico trabajar para resolver estos problemas empezando por educar a los niños desde edades tempranas para que en un futuro sus acciones como adultos logren un cambio (Kecker, 2007). Los valores ambientales son aquellos que son sostenidos por las personas con respecto a la relación que tienen con su ambiente natural (Zografos y Allcroft, 2007).

Gurría Di-Bella (2007) señala:

La educación debe hacerse integralmente, y consiste en incorporar a los individuos a los diferentes campos culturales independientemente de aquellos de su particular interés, dar una formación completa que permita su integración social. Estos conocimientos, habilidades, las leyes, el arte, la salud, la ecología y muchas otras disciplinas que deben formar parte de todo el proceso, desde su educación elemental, hasta la profesional (p. 128).



CAPÍTULO II

Se considera que la educación ambiental es de suma importancia para lograr una sociedad sostenible, mediante un proceso de aprendizaje constante y duradero que se enfoque principalmente en respetar todas las formas de vida. Con esta educación, se pueden fortalecer los valores y las acciones que estén involucradas con el cambio social, humano y con la preservación de la ecología. La educación ambiental ayuda a la creación y formación de sociedades justas y que cuenten con un equilibrio ecológico. Para lograr esto, se necesita trabajar en la responsabilidad individual y colectiva en todos los niveles, ya sea local, nacional e internacional (Tratado sobre la Educación, 2006).

Kecker (2007), comenta que algunos de los principales objetivos de la educación ambiental son:

- Fortalecer y crear una conciencia acerca de los asuntos económicos, sociales, políticos y ecológicos en áreas urbanas y rurales.
- Proveer a todas las personas con oportunidades, para que de este modo les sea posible adquirir los conocimientos, los valores, las actitudes, el compromiso y las habilidades necesarias para la protección y el mejoramiento del ambiente.
- Crear nuevos patrones de comportamiento en los individuos, grupos y sociedades con respecto al ambiente.

En el lenguaje diario, usamos los valores en tres sentidos: para determinar lo que vale algo, para opinar en base a un valor, y en base a los principios morales (Dietz et al., 2005). Se sostiene que algunos aspectos del ambiente biofísico, como los paisajes, ecosistemas complejos y las especies raras, tienen un valor intrínseco. Es decir, tienen un valor



CAPÍTULO II

independiente de aquel que los seres humanos les asignan. Aunque otros argumentan que esto no es así, sino que los valores siempre deben de ser asignados por los humanos, es decir poseer únicamente un valor instrumental (Zimmerman, 2004).

El turismo sostenible ha contribuido a la protección de la biodiversidad y éste se ha convertido en un tema de suma importancia alrededor del mundo. Las actitudes de los segmentos ecoturísticos no difieren significativamente, los valores ambientales pueden ser utilizados para segmentar a los ecoturistas potenciales (Zografos y Allcroft, 2007).

Como es sabido, la educación es un derecho que tienen todas las personas, en el caso de la educación ambiental, ésta debe tener como objetivo principal formar personas con una conciencia a nivel local y de todo el planeta. Se debe lograr la transformación social mediante la influencia en los valores. Por medio de ésta, se deben generar cambios en los estilos de vida y se debe crear una mayor conciencia en la conducta de las personas, además deberá lograr que exista una armonía entre los seres humanos y las otras formas existentes de vida (Tratado sobre la Educación, 2006).

Kecker (2007), sostiene que el cuestionarse sobre si los educadores de las instituciones tienen el entendimiento necesario acerca de los contenidos y materiales disponibles para integrar efectivamente una educación ambiental en sus programas instructivos, es algo que debe ocurrir muy frecuentemente entre los líderes de éstas, en los programas para preparación de maestros, en los departamentos de educación y en los distritos



CAPÍTULO II

locales. Hoy en día se han encontrado distintas formas de enfocar la energía y los recursos para construir un programa educativo ambiental más efectivo.

En el Tratado sobre la Educación (2006), se señala que es necesario que ésta tenga una perspectiva de carácter holístico, ya que es esencial que vaya enfocada a la relación entre la naturaleza, los seres humanos y el universo de una manera interdisciplinaria. Es por eso que debe tratar también asuntos críticos mundiales y analizar las causas de estos. Debe de reconocer, recuperar, reflejar, respetar y hacer uso de la historia del lugar y de las culturas que en el habitan, para que de este modo pueda dar a conocer la diversidad cultural, el lenguaje y la ecología de dicho lugar. Además esta educación debe de invitar a la cooperación y el diálogo entre personas e instituciones, con el propósito de establecer nuevos estilos de vida. Esto se puede realizar mediante un compromiso por parte de los medios masivos, ya que éstos deben convertirse en una forma privilegiada de información, promoviendo el intercambio de opiniones, experiencias, métodos y valores. Obteniendo como resultado la formación y recolección de conocimientos, aptitudes, actitudes, acciones y valores que ayuden al desarrollo de una conciencia más ética acerca de todas las formas de vida con las cuales se convive en el mundo; lográndolo por medio del respeto de sus ciclos vitales y colocando los límites necesarios para que el consumo excesivo llegue a su fin (Tratado sobre la Educación, 2006).

2.1.6. Segmentación del mercado en base al consumo

Higham y Carr (2002), señalan que existen ventajas importantes que pueden ser obtenidas por la segmentación del mercado para el ecoturismo, en especial para los operadores en el mundo



CAPÍTULO II

que experimentan presiones por asegurar que sus consumidores reciban las experiencias que ellos esperan. Esto podría proporcionar ideas útiles para los debates que existen sobre la definición del ecoturismo, que en la práctica se traduce en un debate acerca de qué exactamente constituye una experiencia ecoturística. Es posible que distintas actividades comprendan una experiencia para los tipos de turistas existentes y la segmentación de mercados puede ayudar a relacionar diferentes experiencias ecoturísticas con diferentes perfiles de los visitantes.

Las formas de vida son tomadas no solo para reflejar las actitudes, sino también los valores que se encuentran conectados a los comportamientos de consumo, y esto consigue reflejar las identidades sociales de los grupos. Lo anterior se ha criticado ya que ignora acciones materiales y la capacidad de las personas para interpretar el mundo a través del consumo. Es decir, el hecho de que estratos sociales más pobres tengan una capacidad inferior que estratos más ricos para expresarse por medio del consumo, limitan a este acercamiento al momento de entender y explicar las opciones de consumo (Marsden, 1999).

Los bienes son vistos como marcadores sociales que sirven como componentes básicos de los modos de vivir. Para averiguar qué bienes satisfacen de mejor forma a los consumidores, los investigadores utilizan la psicografía para examinar las preferencias de los diferentes grupos de consumidores. Ésta evalúa las creencias, opiniones e intereses de los consumidores mediante la medición de lo psicológico como lo son las creencias religiosas, las opiniones acerca de crímenes y rasgos de personalidad, en vez de medir lo demográfico como sexo y edad de los consumidores. La investigación psicográfica segmenta a los consumidores



CAPÍTULO II

en grupos según las diferentes opciones de consumo, mirando las variables de personalidad y las preferencias en los estilos de vida, como por ejemplo, sus modelos de consumo para poder explicar su inclinación hacia productos o servicios en particular. Para realizar la segmentación, la psicografía se enfoca en una variable, como por ejemplo ventajas percibidas por el consumo verde, como base para separar a los grupos de consumidores; y poder describir cada segmento e identificar sus exigencias de consumo que pueden ser satisfechas con diferentes mezclas de mercado (Solomon, Bamossy y Askegaard, 2002).

Aunque la importancia relativa de las variables psicográficas está muy lejos de ser establecida, la búsqueda de los modelos generales para la segmentación de mercados en base a la información psicográfica se ha enfocado ya sea en necesidades y motivos, o en valores humanos (Blamey y Braithwaite, 1997). En las investigaciones acerca del ecoturismo, los estudios de la segmentación psicográfica han explorado ambos caminos, produciendo un número interesante de perfiles en segmentos ecoturísticos en base al producto (Zografos y Allcroft, 2007).

Blamey y Braithwaite (1997), han segmentado al mercado de ecoturistas potenciales basándose en sus valores sociales. En éste se encontraron tres grupos de valores sociales; Desarrollo y Control, Igualdad y Armonía; y Derechos. Aquí se ejemplifica la importancia de los valores sociales para entender a los ecoturistas y sus preferencias. A pesar de esto existen sugerencias de que los valores ambientales en particular, tienen un alto nivel de influencia en el desarrollo del concepto de ecoturismo (Wood, 2002).



CAPÍTULO II

Lück (2000), afirma que los valores ambientales son importantes al momento de elegir viajes ecoturísticos, y que las características de los estilos de vida de los ecoturistas podrían ser significativas en la obtención de una mejor penetración en estos valores. A pesar de la importancia de utilizar valores ambientales para obtener una segmentación psicográfica de los ecoturistas, ésta permanece relativamente inexplorada.

Zografos y Allcroft (2007), sostienen que existen estudios, los cuales han establecido eslabones entre los valores ambientales y el ecoturismo, y los han utilizado para descifrar las características principales de los consumidores ecoturísticos en su totalidad, es decir como una categoría integrada de consumidores. Esto se logra empleando los valores ambientales para saber qué es lo que sucede internamente en el mercado ecoturístico, y por consiguiente se puedan distinguir los diferentes tipos de ecoturistas basándose en los valores que sostienen con respecto al ambiente. También señalan que los valores ambientales pueden ser empleados para segmentar significativamente a ecoturistas potenciales en diferentes grupos según sus características psicográficas y demográficas. Sin embargo, a pesar de que pueden tener diferentes valores ambientales, generalmente están de acuerdo en el momento de decidir qué nivel de prioridad se le da a ciertos elementos ecoturísticos. La mayoría de los autores concluyen en que la preservación del medio ambiente y la biodiversidad es el aspecto más importante además de afirmar que el uso exhaustivo de los recursos es el segundo punto de mayor importancia.



CAPÍTULO II

2.2. Turismo y Ambiente

Little (1999), asevera que el término de ambiente a menudo se refiere a elementos culturales y sociales. Usualmente el término de ambiente social es usado para describir grupos, el lugar donde viven las personas pertenecientes a estos, estructuras sociales de organizaciones donde las mismas personas que lo integran participan y la política que crean para organizar sus vidas. El que digan que existe una diferencia conceptual entre ambiente físico y social es un error, ya que cada ambiente es un resultado de interacción de componentes naturales y sociales, incluyendo relaciones entre individuos y grupos (Yen y Syme, 1999).

La industria turística es sumamente dependiente del ambiente, ya que el turismo surge en áreas que ofrecen atractivos ambientales con características únicas (Cánoves, Villarino, Priestley y Blanco, 2004). Sin embargo, otros autores argumentan que el turismo tiende a desarrollarse en áreas que ofrecen atractivos naturales, culturas exóticas o ciudades históricas. La mayoría de las actividades realizadas por el turismo, se hacen en recursos ambientales, físicos o socio culturales (Morrison y Selman, 1991, citado en Uriely, Reichel y Shani, 2007).

El concepto de un destino turístico va ligado fuertemente a las condiciones geográficas de un lugar. La atracción que tenga un destino turístico depende considerablemente de los recursos naturales y de las condiciones climáticas del lugar geográfico en el que se encuentre localizado. Estos factores son percibidos por el turista y



CAPÍTULO II

ayudan a que formen cierta imagen del destino (Hernández-Lobato, Solís-Radilla, Moliner-Tena y Sánchez-García, 2006).

El desarrollo del turismo es rápido e imprevisto, lo que provoca una completa transformación de los paisajes en un periodo de tiempo corto y muy a menudo la deforestación. Tal interrupción de hábitat puede causar la pérdida significativa de diversidad biológica. El problema es agravado por el hecho de que grandes cantidades de turismo ocurren generalmente en áreas frágiles como lo son zonas costeras, montañas, áreas protegidas o en áreas de alta diversidad biológica. Lo que ha dado como resultado, desde las tres décadas pasadas, que comenzaran haber grandes pérdidas prácticamente de cada clase de hábitat natural, y el decline y la extinción de las principales especies. Tan grande es la preocupación y el interés por la disminución de las especies y sus implicaciones para el bienestar humano, que la biodiversidad fue identificada como una de las cinco áreas prioritarias en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Fajardo, 2003).

Además Dessai, Lacasta y Vincent (2003), señalan que existe el Protocolo de Kyoto, el cual es un símbolo en la Ley Internacional Ambiental. Es un tratado internacional destinado a regir los problemas existentes sobre el Cambio Climático Global. Delegados de 170 países que lo integran deben diseñar e implementar instrumentos y políticas de adaptación con la finalidad de promover tecnologías y acciones para la protección ambiental (Zarahn, Kim, Chen y Lubell, 2007). El Protocolo de Kyoto fue emitido el 3 de diciembre de 1997. Este promete mover a la comunidad internacional para alcanzar los objetivos



CAPÍTULO II

estipulados (The Kyoto Protocol, 2003). El protocolo se complementa con la Convención de Marco de Naciones Unidas acerca del Cambio de Clima (Yamin, 1998).

Por otro lado existe la Conservación Internacional (CI), la cual es una organización internacional no lucrativa, cuya misión es preservar la herencia natural y la biodiversidad del planeta. Ésta ha desarrollado una estrategia que fija principalmente su atención en puntos conflictivos acerca del tema ambiental en el mundo entero. Estos puntos, son las regiones que abrigan una gran diversidad de especies y al mismo tiempo que han sido considerablemente afectadas y cambiadas por actividades humanas (Fajardo 2003).

Existe la necesidad de examinar más detalladamente la demanda de diferentes tipos de ambientes por los turistas. Es sabido que la atracción por las montañas y la naturaleza no era tan común antes de la revolución romántica en la literatura y el arte en el siglo XIX. Áreas como los Alpes no eran vistos como destinos turísticos, si no como barreras que tenían que ser atravesadas bajo un riesgo considerable y a expensas de tiempo y dinero (Hibbert, 1969; Towner, 1985, citados en Butler, 2000). Por consiguiente Gold y Gold (1995), sostienen que anteriormente, diferentes ambientes parecerían claramente atractivos en periodos y poblaciones diferentes como destinos turísticos potenciales. Los mismos que hoy en día son considerados como países con maravillas escénicas, alguna vez fueron vistos como áreas peligrosas y salvajes.

Según Fajardo (2003), si el desarrollo del turismo no es controlado, podría dañar el ecosistema, pero ¿cómo podría el turismo competir y tener un menor o nulo impacto en el



ambiente? El turismo depende de la belleza natural de un destino para el desarrollo económico, pero debe haber un crecimiento sostenido sin provocar el daño principal.

2.2.1. Efectos del turismo en el ambiente

El mundo y el turismo, como parte de un sistema global socio-económico, se encuentran afrontando desafíos fundamentales. De modo que este nuevo énfasis sobre los impactos ambientales ocasionados por el turismo es muy similar a las tempranas investigaciones sobre turismo sostenible en los años de 1970 y años 1980, aunque en este caso de una forma diferente y de manera más global (Bramwell y Lane, 2008).

Durante las dos décadas pasadas, se realizaron numerosas y considerables investigaciones que tratan los efectos ambientales del turismo (Butler, 2000). Los diferentes tipos de turistas generan distintos impactos sociales, económicos y ambientales en los destinos. Estos impactos o huellas varían dependiendo de la intensidad que tengan y en que tan frecuentemente se lleven a cabo (Lundie, Dwyer y Forsyth, 2007). Los procesos por los cuales el turismo puede afectar el ambiente natural no son muy diferentes a los procesos humanos que de igual forma provocan un efecto ambiental (Liddle, 1997).

Ha habido un enorme aumento de interés y preocupación en cuanto a los impactos que tiene el turismo sobre el clima. Esta preocupación ha sido de gran ayuda ya que ha servido para que la implementación del turismo sostenible sea visto como un problema global y que concierne a todos (Bramwell y Lane, 2008). Los investigadores del turismo han



CAPÍTULO II

comenzado a responder a estos cambios y preocupaciones explorando las conexiones que tiene el turismo con el cambio global ambiental (Gössling y Hall, 2006; Peeters, 2007). Bramwell y Lane (2008), señalan que ha surgido una necesidad mucho más apremiante de mayor investigación sobre estos cambios que el turismo provoca, sobre todo los relacionados con el rápido cambio climático.

La degradación del medio ambiente siempre ha existido, sin embargo desde 1970 comenzó a cobrar gran interés debido a que las evidencias manifestaron que su carácter local se había transformado en global. El calentamiento global es el mejor ejemplo de que se ha creado un problema que daña a todo el mundo, y que además será el causante de que los continentes sufran un cambio ecológico directo (Held y McGrew, 2002). Lo anterior es el adecuado contexto para presentar al turismo como uno de los motores más importantes del desarrollo económico en los países, y de igual forma como el principal causante del deterioro del medio ambiente que lo soporta (San Martín Reboloso y Salcedo, 2007).

Desastres ambientales ocurridos e informes sobre el calentamiento global y el agujero de la capa de ozono originaron diversos estudios, además de que aumentaron la conciencia mundial (Wearing y Neil, 1999). Candel (2007), menciona que el cambio climático ha constituido un gran problema para América Latina además de una amenaza progresiva al ambiente, el desarrollo sostenible y poblaciones vulnerables. Se ha hecho necesaria tener una apropiada prevención, adaptación y estrategias para tratar la realidad. Yamin (1998), comenta que los cambios climáticos ocasionarán impactos en grandes dimensiones. Entre estos se incluyen los rápidos cambios en los ecosistemas, inundaciones en las costas o de



CAPÍTULO II

ríos, sequía severa, derrumbamientos, ciclones, tormentas. Sin embargo en algunas regiones esto favorecerá a la agricultura, pero todo provocará grandes consecuencias sociales y económicas.

Butler (2000), señala que uno de los principales problemas en cuanto a los impactos ambientales es la deliberación entre impacto accidental o fortuito e impacto incidental. Mucho se sabe ya sobre algunos de los impactos ocasionados por el turismo en la fauna, especialmente por actividades consumistas como lo son la caza y la pesca. El verdadero problema con los impactos involuntarios o fortuitos es que el autor es normalmente inconsciente del impacto negativo que está causando, y así no solo no podrá responder a la información acerca de los comportamientos inapropiados, si no que es muy probable que siga repitiendo tales comportamientos (Wood, 1987). Butler (2000) afirma que los impactos pueden ser causados por actividades comunes humanas en el ambiente, como:

- Incendios y basura.
- Contaminación y uso excesivo de combustible.
- Consumo desmedido de recursos.
- Modificación del hábitat a través del desarrollo como la contaminación de agua con sistemas de riego.
- Presas e irrigación.

Es alarmante saber que las regiones con mayor conflicto ambiental contienen el 44% de todas las especies de plantas conocidas, el 35% de las especies de pájaros, mamíferos, reptiles y anfibios en un área del 1.4% de la tierra del planeta. La mayoría de la industria



CAPÍTULO II

turística está de acuerdo en que, el turismo requerirá de una planificación más cuidadosa para evitar consecuencias negativas en un futuro para la diversidad biológica. El desarrollo del turismo debería ser dirigido por los principios asociados con el ecoturismo que consisten en: El mantenimiento ambiental, la protección de la naturaleza, la preocupación y el interés por el bienestar de los residentes locales del destino (Fajardo, 2003).

Existen diferentes tipos de ecosistemas, los cuales varían dependiendo de su resistencia a los impactos humanos originados por la recreación y actividades hechas por el turismo, además de sus características ecológicas (Hammit y Cole, 1998). Los impactos en áreas naturales por las actividades humanas pueden ser positivos o negativos, dependiendo de la magnitud de los daños causados (Newsome, Moore y Dowling, 2002).

Según Butler (2000), varios operadores privados son inconscientes de los impactos ambientales resultantes de la actividad turística sobre sus propiedades, o consideran estos insignificantes, o únicamente toman una opinión a corto plazo en la que priorizan y se concentran en la maximización de beneficios monetarios. En otros casos, los impactos del turismo simplemente son considerados como inevitables y como parte del proceso de uso de un destino. De igual forma sostiene que en muchas áreas privadas que no son ecológicamente sensibles o que no tienen una importancia crítica ecológica, el cambio ambiental puede ser visto, quizás de manera un poco menos llamativo. Los operadores de los sitios turísticos no se encuentran realmente preocupados por los impactos ambientales del turismo a no ser que aquellos impactos afecten sus áreas y consecuentemente el placer y la satisfacción de sus visitantes y además afecte la viabilidad económica de la operación.



CAPÍTULO II

Algunos destinos han sido diseñados con la finalidad de educar a los turistas sobre la sustentabilidad. Esto es considerado como un componente importante del ecoturismo, y definido como el hacer viajes de forma responsable, donde los visitantes son conscientes y toman en cuenta los efectos que tendrán sus acciones sobre la cultura y el ambiente del lugar a donde lleguen (Brouse, 1992).

Butler (2000), reconoce que los visitantes que causan los impactos negativos a veces pueden ser los más entusiastas para la conservación del ambiente que visitan. Así, los alpinistas, excursionistas y aquellos quienes disfrutan de las caminatas, discuten para proteger las áreas de las montañas del desarrollo, que son generalmente relacionadas con el turismo orientado a la recreación. Mientras que los amantes de la naturaleza apoyan el establecimiento de reservas para especies que pueden tener efectos negativos sobre especies más débiles, por ejemplo, a través de la depredación. Además reconoce que los impactos inesperados y fortuitos de tipo negativo siempre ocurrirán, y esto hace extremadamente difícil de controlar y de reducir los efectos ambientales totales del turismo y de la recreación en las diferentes áreas de destino.

En el momento en que se decide impulsar el desarrollo turístico en una región, suceden fenómenos que son demandantes de los recursos naturales, que traen como consecuencia desequilibrios ecológicos. Los destinos turísticos son los que en mayor medida presentan los efectos negativos (Ahumada, 2003). Por lo tanto uno de los retos más importantes que afronta el turismo es el logro de su vinculación con la sustentabilidad de los recursos que lo soportan, con la finalidad de ser un turismo sustentable el cual mantenga



productos y servicios de calidad y que estos no afecten al medio ambiente y el bienestar socioeconómico. Lo anterior ha forzado a las naciones a establecer iniciativas que garanticen el desarrollo sustentable del turismo. Los hoteles ecológicos, son un claro ejemplo que se ha convertido en una útil herramienta para apoyar la conservación de la biodiversidad, además de proveer una experiencia que satisfaga las expectativas (San Martín Reboloso y Salcedo, 2007).

2.2.2 Turismo sostenible

Butler (2000), asevera que solo cuando se ha identificado qué es lo que hace que un ambiente específico sea atractivo para el turista, se podrá entender qué se necesita hacer para mantenerlos, además de que sigan conservando esas características que atraen a los visitantes. Se debe de seguir identificando todos aquellos elementos necesarios para mantener una calidad ambiental en los destinos.

McKercher (2003), sostiene que la industria turística es la más apropiada para adoptar medidas de desarrollo sustentable como su guía filosófica ya que consume recursos que no son renovables. Esto ha conducido al argumento de que el turismo debería aliarse fuerte y naturalmente con conceptos como el desarrollo sostenible y el ecoturismo, ya que estos promueven la protección y el mantenimiento del ambiente (Hunter y Green, 1995). La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo sustentable como aquel que utiliza todos los recursos del destino con la finalidad de satisfacer necesidades económicas, sociales y estéticas. Respetando y manteniendo la diversidad biológica, la integridad cultural



CAPÍTULO II

y sistemas que apoyen la vida. Sin embargo, los principios mencionados anteriormente son difíciles de implementar ya que el turismo aumenta cada año (McKercher, 2003).

Chapman (2007), declara que en los años 80's se vio un incremento del turismo sostenible, lo cual marcó una tentativa para manejar destinos de una forma más responsable. El desarrollo del turismo sostenible surgió como una alternativa debido a los negativos resultados del turismo convencional (Hunter, 1997).

Berro (2006), afirma que el siglo XXI ha sido testigo de la evolución hacia la sostenibilidad en la protección y conservación ambiental. También señala que en términos de producción y consumo en la sociedad actual se consideran principales desafíos:

“Reducir las emisiones de gases del efecto invernadero y las emisiones de productos químicos peligrosos; evitar el sobre consumo de recursos y limitar las cantidades de residuos generados; detener el agotamiento de la capa de ozono y preservar la diversidad biológica” (p. 55).

El renovado interés por el turismo ambiental es fundamental y de suma importancia. La sustentabilidad no puede ser únicamente una preocupación. Una sociedad realmente sostenible es aquella donde las preguntas más profundas de necesidades sociales, bienestar y oportunidades económicas son relacionadas con el ambiente y apoyan al ecosistema (Bramwell y Lane, 2008). El desarrollo sustentable propone el problema de igualdad que existe entre el bienestar humano, ecológico y económico. Es una postura no obligatoria que



CAPÍTULO II

desea encaminar la construcción de un modelo de desarrollo económico, el cual garantice una mejor calidad de vida de la población, armonía con el medio ambiente para satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las capacidades de las futuras generaciones para satisfacer las propias (Bruntland, 1987, citado en Reboloso y Salcedo, 2007). Algunas organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Turismo, la UNESCO, los Viajes Mundiales y el Consejo de Turismo se dedican a promover prácticas sostenibles (Epler Wood, 2002).

Además, la sustentabilidad advierte que los problemas en la sociedad no se resuelven mediante la producción y el crecimiento económico. Si no, adoptando una visión y forma de pensar las cuales formen conocimientos, un sistema perdurable y único (Rodríguez Lizano, 1997). Dentro del desarrollo de la sustentabilidad, no sólo se perciben beneficios al crecimiento económico, ya que principalmente es dirigido a la viabilidad ambiental, social, cultural y política (Choi y Sirakaya, 2005).

2.2.3 La certificación en la sustentabilidad

“La certificación de la sustentabilidad es un mecanismo, con el que es posible medir cualitativa y cuantitativamente el desempeño del turismo a través de sus prácticas de operación” (San Martín Reboloso y Salcedo, 2007, p. 80). La Organización Mundial del Turismo asevera que ésta es un programa que se utiliza como instrumento, el cual cumple una función cada vez más importante en la reglamentación de los servicios turísticos (OMT, 2003). Además San Martín Reboloso et al. (2007), afirman que las certificaciones están



CAPÍTULO II

dirigidas a los proveedores turísticos de hospedaje, restaurantes, atracciones turísticas, instalaciones deportivas y recreativas, todos los operadores y empresas de transporte turístico.

Los programas de certificación se basan en tres aspectos principales para evaluar, los cuales son “el desempeño ambiental de las empresas, de los servicios y de los destinos; la calidad de los productos; y la responsabilidad social de las empresas en los servicios” (p.80). Honey y Rome (2001), señalan que la certificación del turismo sustentable depende del enfoque y de los requisitos que tengan los programas. Y los clasifican en tres tipos de certificación turística, los cuales son la “certificación para turismo masivo, certificación para ecoturismo; y certificación para turismo sustentable” (p.8).

Los programas de certificación son opcionales, es decir voluntarios, lo cual tiene desventajas ya que al no ser parte de políticas o leyes, los estatutos se formulan sin tomar en cuenta las necesidades del sector turístico. Además este sector no está obligado a certificarse sustentablemente, por lo tanto su compromiso con el medio ambiente y el desarrollo social queda sujeto a buenas intenciones. Sin embargo, en la mayoría de los países se crean políticas destinadas al control de la contaminación después de que esta es producida. Por ejemplo, el condicionar las descargas de emisiones y aguas residuales, la imposición de plantas de tratamiento y las penalidades contra los infractores (Oestreich, Dos Santos y Rocco, 2006). Los programas muestran que los beneficios de su aplicación favorecen a las empresas ya que un segmento del mercado está dispuesto a pagar por hoteles con un desempeño ambiental (San Martín Reboloso y Salcedo, 2007).



Honey y Rome (2001), dicen que los programas de certificación para turismo masivo se basan en la utilización de sistemas de manejo ambiental. Se apoyan en el cumplimiento de la legislación de cada localidad o país y en la adopción de buenas prácticas. Los programas de certificación ecoturística van más allá de los estándares verdes, fomentan una contribución directa a la conservación y al bienestar social e involucran activamente a los actores locales y nacionales. La última certificación, son programas que miden los sistemas a largo plazo e integran los aspectos económicos, ambientales y sociales (p. 8).

2.2.4 Ecoturismo como consumo de experiencia

La Organización Mundial del Turismo (OMT) pronosticó que el turismo de masas iba a seguir aumentando, ya que se ha visto dentro de los más importantes en el mundo desde la época posterior a la Segunda Guerra Mundial. Este tipo de turismo ha sido severamente criticado y reconocido como un depredador agresivo del ambiente, debido al incremento de la conciencia ambiental. Sin embargo, diversos tipos de turismo alternativo se han visto en el mercado originando daños sobre el ambiente. Uno de éstos es el turismo basado en la naturaleza, el cual ha sido generador de ingresos para el mantenimiento de las comunidades del destino y de las áreas protegidas (Bringas Rábago y Ojeda Revab, 2000).

¿Será posible conservar sitios con atractivos naturales, fauna y culturas una vez que los turistas, acompañados por su deseo de los lujos de vida, los explotan con el paso del



CAPÍTULO II

tiempo? El ecoturismo tiene un papel importante para entrar en el juego de la conservación y reducción de la pobreza de ciertas comunidades en regiones. Por consiguiente este implica aspectos ambientales y socioculturales que sean apoyados por beneficios económicos (Chapman, 2007).

Ceballos Lascurain (1988, citado en Bringas Rábago y Ojeda Revab, 2000), asevera que “(...) el turismo ecológico implica una apreciación científica, estética o filosófica, sin que el turista sea necesariamente un científico, artista o filósofo profesional” (p. 378). Meric y Hunt (1998), afirman que la literatura explica que el ecoturismo es un segmento gradual del turismo. Este hace una contribución a un sitio específico en términos ambientales, sociales y económicos (Wight, 2001). Weaver (2001), lo describe como una forma de turismo el cual fomenta el estudio de experiencias y el respeto al ambiente o elementos de este, todo encaminado a mejorar los recursos naturales y culturales.

El ecoturismo y el desarrollo sustentable son conceptos asentados desde los años 80's. Estos eran utilizados de manera intercambiable en estudios de turismo y dentro de la industria (Reichel, Uriely y Shani, 2008). Duffy (2002), afirma que el ecoturismo permite vivir una experiencia al estar en contacto con la naturaleza. Ryan, Hughes y Chirgwin (2000), lo definen más como una observación directa a la naturaleza y sus componentes, que un entendimiento de los procesos naturales. Para Wight (1996), el ecoturismo es asociado con aquellas actividades relacionadas con la naturaleza y experiencias culturales.



CAPÍTULO II

El ecoturismo tiene tres rasgos principales. El primero dice que está basado en la atracción natural que tiene el destino, la cual puede incorporarse en los componentes de herencia culturales. El segundo rasgo menciona que existen ventajas, ya que se viven oportunidades y experiencias que hacen diferentes un sitio ecoturístico de uno con naturaleza designada para la relajación y motivación. Finalmente el tercero hace énfasis en la planificación y dirección con la finalidad de maximizar resultados ecológicamente y socio-culturalmente sostenibles (Weaver, 2005).

Son viajes de experiencia donde los turistas buscan un mejor entendimiento del ambiente natural y cultural. El ecoturista es un visitante diferente que consume productos y vive experiencias relacionadas con el ambiente (Page y Dowling, 2002). Este busca una actividad de estudio auténtica y compleja relacionada con los recursos naturales y culturales del destino (Ayala, 1996). Fennel (1999), concluye que los ecoturistas desean una guía de alta calidad y servicios, además de ver y experimentar en el tiempo disponible. Sin embargo Weaver (2005), reconoce que muchos investigadores ven al ecoturismo como una forma alternativa de turismo ya que el destino ofrece el ambiente y la cultura de sus comunidades. Datos demográficos demuestran que los consumidores de productos ecoturistas son catalogados como individuos educados y estos se encuentran dentro una sociedad de alto nivel económico (Honey, 1999; Wearing y Neil, 1999).

El ecoturismo ofrece diversos productos y servicios los cuales pueden ser catalogados como una experiencia (Boo, 1990, citado en Chan y Baum, 2007). Los lugares



CAPÍTULO II

ecoturistas son consumidos principalmente por la experiencia emocional a pesar de las funciones que representan (Fennell y Eagles, 1990).

Para poder desarrollar la capacidad para medir y confirmar la importancia del ambiente o de los elementos específicos de éste, los investigadores deben de intentar explicar qué es lo que los turistas buscan en los diferentes tipos de destinos turísticos. Si el elemento clave es el ambiente o es la combinación de elementos, entonces se debe intentar comprender esa atracción e interacción para que de este modo se trate de identificar los componentes específicos que lo forman (Butler, 2000). Existen pequeñas pruebas en la literatura para las mejoras de calidad en el ecoturismo en base a la percepción que tienen los ecoturistas y su entendimiento de experiencias de calidad. Por otro lado para tener éxito a largo plazo, lo más importante es la satisfacción de los turistas en base a experiencias ecoturísticas (Page y Dowling, 2002).

Las principales motivaciones para el ecoturismo son la observación y valoración de la naturaleza y la cultura (Epler Wood, 2002). De igual forma Holden y Sparrowhawk (2002), señalan que las características principales que motivan a los ecoturistas son el aprender sobre la naturaleza estando en contacto con ella y conocer o relacionarse con individuos que tengan los mismos intereses que ellos. Ballantine y Eagles (1994, citados en Chan y Baum 2007), creen que la principal motivación es el aprender sobre la naturaleza en diversas áreas de estas, ya sean salvajes o tranquilas. Por otro lado Chan y Baum (2007), aseveran que la captación en la experiencia de los ecoturistas es de gran importancia para cualquier negocio



CAPÍTULO II

de ecoturismo que pretenda mejorar las experiencias de sus visitantes y para poder influenciar en sus niveles de satisfacción.

El turismo es reconocido como una experiencia socio-psicológica (Iso-Ahola, 1983, citado en Chan y Baum 2007). Mannell e Iso-Ahola (1987, citados en Chan y Baum 2007), declaran que de igual forma lo anterior puede ser aplicado al ecoturismo. Los factores sociológicos afectan el comportamiento, sin embargo no determinan la calidad de experiencia, ya que es el conocimiento y los sentimientos del individuo.

Page y Dowling (2002), reconocen que las experiencias de los turistas son una compleja combinación de sentimientos y actitudes hacia su lugar de visita. En el entorno del lugar ecoturista la interacción con la naturaleza, el ambiente y otras fuentes son los elementos que el turista desea experimentar. Las experiencias pueden ser definidas como un estado mental propio dentro de un encuentro de servicios (Otto y Ritchie, 1996). Además afirman que las reacciones personales subjetivas y los sentimientos experimentados al consumir un servicio forman una experiencia psicológica, la cual es una parte importante para la evaluación y satisfacción del consumidor hacia los servicios.

Para Baum (1997), la calidad de la experiencia es definida como las respuestas afectivas de los ecoturistas en base a sus deseos socio-psicológicos. Esta incluye atributos proporcionados por el proveedor y atributos atraídos por el visitante. Lo anterior significa un intercambio de servicio específico junto con el contacto de las personas que contribuyen a



CAPÍTULO II

una experiencia real. Wearing y Neil (1999), afirman que a pesar de que las motivaciones de los turistas son heterogéneas, ellos buscan el estudio del ambiente y nuevas experiencias.

La satisfacción de los individuos al tener una experiencia de servicio, se ve intervenida por los elementos afectivos o emocionales que tengan. Sin embargo Khan (2003), afirma que las expectativas de los ecoturistas en la calidad del servicio son inferiores a las expectativas de los turistas convencionales. Los individuos presentan el componente afectivo de la experiencia de servicio basándose en respuestas subjetivas, emocionales y personales (Chan y Baum, 2007). Chapman (2007), menciona que a pesar de que se incita a los huéspedes a reutilizar sus toallas con la finalidad de reducir el consumo de agua y el uso de detergentes perjudiciales, esto puede representar una amenaza para el destino y su experiencia. No se debe descartar que la calidad del ambiente en un destino sea importante. Los turistas generalmente no volverán a destinos contaminados, sucios, poco atractivos si tienen destinos alternativos disponibles y a precios comparables, aunque muchas de las ciudades principales y mundialmente líderes atraen un gran número de turistas (Butler, 2000).

La atracción de un sitio ecoturista puede ser empírica ya que facilita sentimientos y emociones (Arnould y Price, 1993, citado en Chan y Baum, 2007). La perspectiva del turista influye para que este tenga una relación con los recursos (McArthur y Hall, 1996). Por consiguiente, el principal producto del ecoturismo se describe como las experiencias benéficas ganadas por los visitantes. Los productos o servicios en la naturaleza significan el consumo de una experiencia que proporciona el sitio como atracción (Chan y Baum, 2007).



CAPÍTULO II

Otto y Ritchie (1996), concluyen diciendo que la satisfacción y el modo de recibir un servicio en la naturaleza son el resultado de la experiencia del consumo.