



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Cultura

La palabra “cultura” en sí es un concepto difícil de definir y comprender en toda su extensión, sin embargo es un término que cada día es manejado con mayor frecuencia, por lo que a continuación damos a conocer la raíz etimológica del término así como diferentes conceptos y definiciones, que se le han atribuido, para poder comprender al concepto de “cultura” de una forma más factible.

Austin (1990), cita en su investigación a Williams, quien menciona que la palabra “cultura” se origina en el latín, “cultūra”, cuya última palabra trazable es “colere”, teniendo esta misma distintos significados como: habitar, cultivar, proteger, honrar con adoración. Pero el concepto en sí que representa ha variado continuamente de significado y de connotación (Austin, 1990).

“Colere”, siendo la palabra principal se transformó en “cultura”, el cual básicamente significaba “cultivo, o pedazo de tierra cultivada”, por lo que el significado



primario de esta palabra fue “labranza”, debido a la tendencia natural al crecimiento de los sembradíos hechos por el ser humano. Por otra parte también tuvo un significado adicional de “honor y adoración” (Austin, 2004).

Guédez (1987), establece que “el concepto de cultura que, desde un ángulo empírico descriptivo, representa el conjunto de informaciones y conocimientos; juicios e ideas, tradiciones y valoraciones; sentimientos, creencias, pensamientos y realizaciones, hábitos y costumbres, aptitudes y actitudes que la persona ha adquirido como consecuencia de ser miembro de una sociedad”.

La cultura es meramente del dominio humano, porque el hombre y la mujer son los únicos que rebasan las capacidades intelectuales del resto de los animales del mundo, y se mantienen en un aprendizaje constante a lo largo de su existencia. Así mismo su historia se concentra en la conducta aprendida que resulta de sus experiencias y costumbres. Esta va más allá de los instintos y se va modificando conforme se va adquiriendo de la herencia social (Guédez, 1987).

Además de estos conceptos también se encontró el que describe Malo, como citan Berzunza y Mejia (2003), donde dice que:

Esencial a la condición humana es la cultura, no solo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades que culmina en conocimientos y capacidades desarrolladas, sino, en el sentido antropológico de conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores jerarquizados, tecnologías y



sistemas de pensamiento y comunicación, de acuerdo con los cuales organizamos nuestras vidas como partes de grupos estructurados. Gran parte de lo que somos, es el resultado de los rasgos y complejos de la cultura a la que nos incorporamos (pp. 7-8).

Este mismo autor a su vez señala que cultura es el modo de vida de un pueblo, conformado por sus expresiones artísticas, fiestas, folklore, creencias, costumbres entre otras (Berzunza y Mejía, 2003).

Se encontró también que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT) aprobó la definición de la cultura que permitió establecer un vínculo muy importante entre cultura y desarrollo, diciendo que “La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 2002, párr 13).

De acuerdo con Coltman, como citan Berzunza y Mejía (2003), afirma que la cultura puede apreciarse desde diferentes ángulos o perspectivas, y prueba de ello son (p.9):

- Artes que comprenden artes gráficas, pintura, escultura, arquitectura.
- Artesanías.
- Ciencia.



- Danza propia del lugar, costumbres musicales y movimientos.
- Educación.
- Gastronomía.
- Gobierno.
- Historia.
- Industria, negocios y agricultura.
- Literatura como libros, revistas y periódicos.
- Música.
- Religión.
- Tradiciones.

2.1.1 Patrimonio y Patrimonio Cultural

La palabra patrimonio proviene del latín “patrimonium”, que significa: “bienes o hacienda que una persona ha heredado de sus ascendientes” (“Bienes o hacienda,” 1979).

El patrimonio representa una herencia invaluable que pasa de generación en generación como un elemento identitario de una comunidad, por lo que debe ser preservado para compartirlo con las diferentes generaciones de otras naciones que se interesen por enriquecerse de la cultura de otras comunidades (Galindo y Zenteno, 2004).

Por su parte la UNESCO menciona que: “el patrimonio es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones”.



El patrimonio en muchas ocasiones identificado con la herencia, es en sí mismo un concepto que se refiere a la historia, que se enlaza con la esencia misma de la cultura y es adquirido directamente por lo grupos locales; es la síntesis simbólica de los valores que identifican a una sociedad (Fernández, 2002).

Por otra parte, conforme a diversas investigaciones se afirma que el patrimonio además de ser aquellos bienes materiales que constituyen el pasado, también abarca aquellos elementos que integran el patrimonio vivo y dentro del patrimonio vivo se encuentran las tradiciones, la gastronomía, los estilos de vida, la artesanía, artes, vestimenta folklórica, conocimientos, valores, costumbres y tradiciones propias de una cultura o sociedad (Domínguez y Bernard, 2002).

El patrimonio, a su vez se puede clasificar en tres tipos:

1. Patrimonio Natural. Elementos que conforman el medio ambiente como suelo, aire, flora y fauna. Que sería en una parte integrada, el paisaje del lugar.
2. Patrimonio Cultural. Constituido por las costumbres, tradiciones, fiestas, ferias populares, riqueza étnica, vestuario, artesanías, comida típica, música popular, bailes, entre otras.
3. Patrimonio Histórico-monumental. Que se conforma de sitios, edificaciones, monumentos, las ciudades que se consideran patrimonio de la Nación, mobiliarios, pinturas, esculturas, entre otras (Fernández, 1998).

Dentro del patrimonio también se encuentra el patrimonio cultural siendo el conjunto de expresiones de la vida colectiva que se manifiestan en las costumbres y tradiciones, que constituyen la identidad de los sitios y comunidades.



Berzunza y Mejía (2003) citan a Koichiro Matsuura (2002) que define patrimonio cultural de un pueblo como “la memoria de su cultura viviente, que tiene múltiples formas de expresarse, tanto materiales (monumentos, paisajes, objetos) como inmateriales (lenguas, técnicas, artes interpretativas, música)”.

Por otra parte según Domínguez y Bernard (2002), especifican lo siguiente. “El concepto de patrimonio incluye a todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles e intangibles producidas por las sociedades”.

Haciendo énfasis a este concepto, para facilitar el análisis y comprensión de lo que es el patrimonio cultural en relación a su aprovechamiento turístico, es necesario delimitar los significados de patrimonio tangible e intangible.

La Secretaría de Turismo (SECTUR, 2002), menciona que el patrimonio cultural intangible “son los valores no materiales que forman parte del patrimonio, como las técnicas de producción e intercambio, las crónicas y leyendas, los emblemas y las figuras históricas, las fiestas y ceremonias, las representaciones teatrales y musicales, entre otros.”

El patrimonio cultural tangible, de acuerdo a la SECTUR (2002), “se refiere a los elementos materiales de valor monumental, artístico o simbólico que los pueblos van elaborando o edificando a través de su historia y pueden ser observados, palpados y disfrutados en el momento actual.” (párr.10). El concepto incluye todo el conjunto de objetos muebles e inmuebles que forman parte del país.



2.2 Turismo

Heath y Wall (citados por Berzunza y Mejía, 2001), definen al turismo como la estadía de una o más noches fuera de casa ya sea para vacacionar, visitar amistades o parientes, para asistir a algún evento, por negocios o por cualquier otro motivo que no sea por estudio o por empleo.

El turismo es responsable de que un sinnúmero de personas se desplacen de un lado a otro considerándose residentes temporales. Es lo que se señaló Ferraro (2001), en el Congreso Virtual de Turismo Cultural, Noticias de Antropología y Arqueología (NAYA).

Por su lado la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002), describe a la actividad del turismo como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”.

De acuerdo con Gurría (1997), el turismo es: “un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural” (p.5).

En el Programa de Comunicación Cultural NAYA se comenta que el turismo es responsable del aumento de traslados de personas de un país a otro o de una ciudad a otra,



donde se consideran residentes temporales, que ocasiona también que la cultura se globalice y que la cultura de una sociedad se enriquezca.

La SECTUR (2002), dice que el turismo es una acción que realizan los humanos y que radica en el ocio y tiempo libre de los mismos.

Como se puede apreciar a lo largo de todas las definiciones presentadas, muchos coinciden en que el turismo es el desplazamiento de las personas de su lugar de origen hacia otro por algún motivo en especial, incluyendo el cultural que es el tema relevante de esta investigación.

2.3 Turismo Cultural

Como se menciona en el Planteamiento del Problema de esta tesis, no se ha podido encontrar una definición exacta de lo que significa turismo cultural porque, como los conceptos que se describen a continuación, varios autores coinciden con que este tipo de turismo deriva de la cultura del lugar, pero si es un hecho que el turismo cultural pretende empaparse de otras culturas y de las historias de diferentes ciudades o países con patrimonios históricos significativos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2002 dijo que desde una perspectiva simple el turismo cultural es: “movimientos que realizan las personas con las motivaciones esencialmente culturales tales como viajes de estudio, que representan artes y viajes culturales, recorridos a los festivales y otros acontecimientos culturales; visitas a los sitios y monumentos; recorridos para estudiar la naturaleza, folklore o arte, y peregrinajes”.



Una definición técnica de lo que se entiende por turismo cultural es como: “Todos los movimientos de personas hacia las atractivos culturales específicas, como los sitios patrimoniales, manifestaciones artísticas y culturales; arte y drama fuera de su lugar de residencia.” (Richards, 1994).

Por su parte la SECTUR (2002), sugiere que el turismo cultural esta motivado a viajar porque pretende conocer y disfrutar de diferentes componentes de un destino específico.

2.4 Atractivos Culturales

Los atractivos turísticos culturales son lugares que se reconocen por la mezcla turística que ofrecen, esta se refiere a la diversidad de servicios que se pueden manejar para generar ventas y a la vez utilidades. Esto permite optimizarse y diferenciarse de sus competidores. (Richards, 1994).

Silberman (citada por Gurría, 1991) establece que los atractivos turísticos son lugares que significan algo para la gente de pueblos, naciones o regiones, y que estos pueden ser la arquitectura, zonas arqueológicas, poblados típicos, el folklore y fiestas tradicionales del lugar.

Silberman (citada por Gurría, 1991) considera que los atractivos turísticos culturales como los elementos donde el ser humano ha intervenido a lo largo de la historia y los clasifica en:



- Atractivos Históricos: que abarcan todas las obras dejadas por las civilizaciones y los lugares que marcan un significado en la historia de pueblos, naciones y regiones, las cuales pueden ser:
 - zonas arqueológicas
 - arquitectura antigua
 - lugares históricos
 - poblados típicos
 - folklore
 - fiestas tradicionales

- Atractivos Contemporáneos (no comerciales): representadas por las expresiones de un país o región que conservan y promueven su patrimonio cultural, que significa motivo de orgullo para los que lo muestran y un atractivo para los que lo quieren conocer. Y pueden ser:
 - centros de convenciones
 - instituciones de enseñanza
 - bibliotecas
 - museos y pinturas murales
 - obras monumentales
 - invernaderos
 - zoológicos



2.5 El turista

El turista es aquella persona que se desplaza de su lugar de origen buscando diferentes experiencias y satisfacciones tanto intelectuales como físicas. La naturaleza de esta necesidad determinará el lugar que se elija para visitar y las actividades que se puedan disfrutar en éste. Así mismo esta acción determinará que tipo de turista será.

Un turista es aquella persona que visita temporalmente o que permanece por lo menos 24 horas en el destino elegido y cuyo propósito del viaje puede clasificarse bajo los rubros de tiempo libre que abarca recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, cultura y deportes. También por negocios, familia, misiones o reuniones (Gurría, 1991).

McIntosh, Goeldner y Ritchie (2001), citan la definición oficial de la Organización Mundial del Turismo que establece que “El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de una año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros” (p.27).

Dentro de las clasificaciones de turistas se encuentran:

- Turismo Internacional, que comprende:
 - Turista de Entrada. Persona que visita un país del cual no es residente.
 - Turista de Salida. Visitas por residentes de un país a otro.
- Turismo interno que comprende las visitas de personas en su propio país.
- Turismo doméstico son personas que visitan su propio país pero que no residen ahí.
- Turismo nacional es viajar dentro del país de residencia.



2.5.1 Visitante

Dentro de las conceptualizaciones de turismo, se encuentra el de viajero que se define como “cualquier persona que viaja entre dos o más países o entre dos o más localidades dentro de su país de residencia”. A su vez los viajeros que realizan turismo, refieren como visitantes a las personas que se trasladan a otra región dentro de su lugar de residencia por un período menor de 12 meses, y en donde ganar dinero no es el propósito principal.

Existe una subdivisión dentro de la clasificación de visitantes llamada visitantes de un solo día. Este tipo de visitantes son aquellos que no pernoctan en el sitio de su visita y prefieren regresar a su lugar de partida (McIntosh. et al., 2001).

2.5.2 Turista Cultural

En las definiciones que ya se expusieron anteriormente, se entiende por turismo cultural los movimientos de personas que están motivadas a viajar para conocer y disfrutar de las atractivos culturales de un destino específico. Por lo tanto, se puede definir al turista cultural como la persona que viaja de su lugar de residencia para conocer la diversidad de cultura de un lugar, siendo que el interés pueda ser de carácter arquitectónico, gastronómico, folklórico de tradición o costumbres, entre otros.



2.5.2.1 Perfil socioeconómico y educativo del turista cultural

En el caso particular de Europa, varios estudios han intentado analizar el consumo y la producción del turismo cultural y patrimonial dentro de este continente. En estos estudios se ha encontrado que los consumidores predominantes de los sitios culturales y patrimoniales pueden ser a la vez turistas del tipo cultural y también empleados que trabajan en sitios de esta índole, los cuales, eligen consumir los atractivos culturales relacionadas con sus actividades económicas. Además, son más jóvenes y están representados, probablemente, por profesionistas urbanos que viven predominantemente en el centro de ciudades importantes; donde disponen de una amplia gama de instalaciones, sitios y eventos de un alto nivel de cultural.

Sin embargo, lo que hace la diferencia entre el turista cultural específico y el turista cultural en términos generales no son tanto sus patrones de consumo de productos culturales, sino el nivel de involucramiento que demuestran hacia estos.

De acuerdo con la investigación realizada en 1992 por la *Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS) con respecto al visitante cultural, su perfil característico denota a toda persona que posee altos niveles educativos y socioeconómicos (Richards, 1996) Sin embargo, Rátz y Puczkó (1999) describen al turista cultural como aquel que tiene un nivel económico de ingresos medios, perteneciente a la clase media, con experiencia en viajes extranjeros, y que además suelen viajar sin niños pequeños y tiene un gasto diario relativamente alto. Por lo tanto, de lo antes mencionado por los diferentes autores, no se puede determinar con exactitud el nivel socioeconómico y educativo del turista cultural



2.5.2.2 Fuentes de información del turista cultural

El tipo de información que necesitan los turistas durante su experiencia de viaje, está relacionada con los atributos motivadores y satisfactores que ofrece la oferta.

La principal fuente de información para los turistas es la recomendación de familiares y amigos. También son relativamente importantes las guías y mapas turísticos para todo tipo de viajeros, aunque en su mayoría son reconocidas por los viajeros con un interés particular en la cultura. Los viajeros culturales antes de iniciar un viaje se informan acerca de los diferentes destinos culturales a través de diversos medios de comunicación, así como durante y posteriormente a dicho viaje, utilizan y se apoyan de diversas fuentes de información local para complementarse (SECTUR,2002b)

2.5.2.3 Influencia de ingresos en los viajes

De acuerdo con SECTUR (2002b) en la Tabla 2.5.2.3.1 se muestra que “el gasto por viaje de la demanda turística relacionada con la cultura es mayor al promedio nacional, por el aumento de su consumo diario en función de las actividades que realizan alrededor del patrimonio cultural y por su estadía que es mayor a la de otros segmentos” (p.6).

Tabla 2.5.2.3.1 Gasto total de los turistas relacionados con la cultura
(dólares al año)

Segmento		Millones turistas	Gasto promedio US \$	Millones de US \$
Motivado especialmente	Nacional	8.5	260	2,210
	Internacional	.594	615	365
TOTAL		9.094	-	2,575
Con Interés ocasional	Nacional	53.33	201	10,763
	Internacional	7.33	555	4,068
TOTAL		60.66	-	14,831

Fuente tomada de la Encuesta en aeropuertos, telefónica nacional y en sitio de:
Turismo cultural en México: Resumen ejecutivo del estudio estratégico de viabilidad del
turismo cultural en México, por Navarro, B. L. et al.,(2002).

Un precio accesible, clima, paisaje y actividades son parte importante de lo que busca el turista interesado en la cultura para así satisfacer a los integrantes del grupo con el que viaja (SECTUR,2002b), por lo cual, establece que “el paisaje natural, el clima y las playas, son complementos importantes para la decisión del viaje, sobre todo para los viajeros de larga distancia que combinan su viaje cultural con la estadía de descanso en playas mexicanas y/o experiencias relacionadas con la naturaleza.”

En el caso particular del turista cultural mexicano, SECTUR (2002b) establece que “éste es sensible al costo-beneficio de los destinos, valora los destinos en torno a la variedad y calidad de actividades que ofrecen; está dispuesto a gastar en experiencias pero no en servicios que no ofrezcan diferencias claras respecto a otros que tienen un estilo



interesante”(p.8). Por lo que se puede concluir que los factores de costo económico, emocional y físico son determinantes y que la relación entre éstos y sus correspondientes beneficios es proporcional.(SECTUR,2002b)

2.6 Motivación

Causa o razón por la que un organismo realiza una actividad determinada. En los seres humanos engloba tanto los impulsos conscientes como los inconscientes. También se le considera motivación al conjunto de acciones y efectos que intervienen en un acto electivo de las personas (Morfín, 2003).

De acuerdo a los motivos para viajar, se encontró que los viajes provocan satisfacciones únicas y que solamente se encontraran durante las experiencias que se vivan en la aventura del viaje. A la vez, un viaje reduce las tensiones por las actividades que se realizan día a día, ocasionando que se busque el viaje como una distracción. La motivación hacia el turismo engloba varias razones que determinan la decisión para realizar un determinado viaje, y pueden, según McIntosh, Goeldner y Ritchie (2001) dividirse en cuatro:

1. Motivaciones Físicas. Pretenden reducir la tensión mediante actividades físicas e incluyen el descanso físico, deportes, recreación, entretenimiento y salud.
2. Motivaciones Culturales. Deseo de conocer otros países o regiones por su música, arte, folklore, bailes, pintura, religión, gastronomía y arquitectura.



3. Motivaciones Interpersonales. Deseo por conocer nuevas personas, visitar amigos o familia, pretende salir del lugar de residencia y de la rutina cotidiana.
4. Motivaciones de Status y Prestigio. Necesidades de ego y desarrollo personal, incluyen negocios, convenciones, estudios, pasatiempos y educación.
5. Muchas veces involucra la necesidad de reconocimiento, atención y apreciación de otras personas, a través de los viajes.

También es cierto que el status socioeconómico, nivel de ingresos, la educación, el sexo y la edad influyen en gran parte en la motivación de realizar viajes, y es porque dependiendo en el ciclo de vida en que una mujer o un hombre se encuentren, dependerá de los motivos que los orillen a buscar las diferentes experiencias que solo encontrarán con el viaje que realicen (McIntosh. et al., 2001).

2.6.1 Motivación del Turista

Diferentes grupos de personas, buscan diversas experiencias en los destinos que visitan en su tiempo libre. Las motivaciones para viajar, pueden constituirse de antecedentes de relatos históricos y literarios de viajeros también de la psicología y la búsqueda de explicación de cuales son los motivos que llevan a los humanos a viajar.

La historia permite que se conozcan series de relatos acerca de por qué los viajeros emprenden sus viajes a lo largo del tiempo. Siempre se ha tratado de escapar de la rutina cotidiana, buscando entretenimiento, curiosidad cultural, espiritualidad, aprendizaje y posición social.



De acuerdo a la psicología humana, las motivaciones van más allá de solo “escapar” de la rutina, se identifican motivos como control personal, amor, sexo, competencia, reducción de la tensión, excitación, logro, aceptación, desarrollo personal, respeto, curiosidad, seguridad, conocimiento y realización de sí mismo (McIntosh. et al., 2001).

Cees Goossens (2000) cita a Crompton en una investigación que realizó acerca de los aspectos emocionales de elegir un determinado destino para viajar, en el cual dice que la motivación de los turistas para viajar, no depende exclusivamente de ellos, sino de factores sociopsicológicos que se han denominado “push” y “pull”. Los motivos “push”, se han utilizado para explicar el deseo de ir de vacaciones (excitación, sensación, cambiar la rutina diaria, la sorpresa, etc); mientras que los “pull” se utilizan para explicar la elección del destino (la mercadotecnia, anuncios, televisión, estilo de vida, revistas, servicios, etc) (Goossens, 2000).

La motivación individual esta relacionada con los factores “push”, que son las necesidades y los objetivos personales, donde también explica dimensiones que se relacionan directamente con la motivación y el comportamiento de los turistas. Estas son las funciones de conocimiento o motivos de educación y cultura; las funciones utilitarias, o como las describe el autor: “minimizar el castigo” o “la necesidad de escapar”, y “la maximización de recompensa” o “la búsqueda de sensación y placer”; y las funciones de autoestima o “prestigio social”. De hecho, estas dimensiones han permitido que el mercado pueda segmentarse (Goossens, 2000).

El comportamiento humano se rige por propósitos y se regula por la premeditación, con esto, la gente se motiva y guía sus acciones anticipadamente sumando las imágenes y el



deseo de eventos futuros que tienden a fomentar el comportamiento para realizar dichos deseos y eventos. Al igual que los propósitos, crear diferentes visiones de consumo, permite a los turistas crear diferentes alternativas y seleccionar aquellas que proveen el mayor placer durante su consumo y, sobre todo, que éstas satisfagan los valores y metas que se propusieron con anticipación (Goossens, 2000).

El concepto de motivación es complejo de acuerdo a los puntos de vista emocional y cognitivo. El aspecto cognitivo se refiere a las representaciones mentales tales como el conocimiento o las creencias. Por otra parte, las emociones encierran los sentimientos y los instintos. Refiriéndose a los aspectos emocionales y las experiencias de consumo, se afirma que estos elementos juegan un papel importante en el comportamiento de los turistas y dado que, a diferentes emociones surgen diferentes necesidades, las emociones positivas y negativas afectan intensamente las actitudes para tomar la decisión sobre un viaje a determinado lugar (Goossens, 2000).

Los atractivos son con frecuencia las razones para visitar un destino en particular. Al parecer, todas las culturas tienen urgencia de viajar y presenciar lo extraordinario o maravilloso que sucede alrededor del mundo. En una investigación realizada por Richards (2002), es posible establecer que los turistas, visitarán un determinado sitio gracias a la información que de él reciban, pero también es preciso establecer que la información recibida debe coincidir con sus necesidades y deseos (Richards, 2002).

En su estudio sobre los sistemas de atracción turística, MacCannell (citado por Richards, 2002) sugiere que las agencias de viajes pueden ser las causantes de la decisión final de los turistas porque muestran los atractivos de muchos lugares turísticos sobre los



cuales los viajeros no tendrían conocimiento alguno de su existencia. Asimismo, los resultados del estudio también aseguran que, en el caso de haberse realizado alguna visita previa al destino elegido, la imagen positiva de ese lugar que permaneció en la mente del viajero se constituirá a su vez en un motivo poderoso para volverlo a visitar (Richards, 2002).

Al igual que la motivación, se menciona que existen otros factores casuales como el tiempo disponible y la suficiencia recursos económicos, que influenciarán en la decisión de viaje.

Algo muy interesante que se trata en este estudio, es que existen autores que aseguran que la distancia es un factor clave en las decisiones de los turistas para viajar, ya que los turistas que viajan a un destino lejano de su lugar de origen, generalmente tendrán menor conocimiento de ese destino, en comparación con los que viven cerca, (a menos, que sea un viaje repetitivo), sin embargo, también estos autores aseguran que los turistas que planean un viaje largo y lejano se informan más acerca del lugar que planean visitar debido a los altos costos que representa la inversión tanto económica como de tiempo que se pudiera requerir (Richards, 2002).

El tiempo de estancia en el destino turístico, también es un factor importante para llegar a conocer los atractivos del lugar. Los turistas que se alojarán poco tiempo en el destino elegido, se concentrarán más en los atractivos mas populares del sitio y no tendrán tiempo suficiente de explorar; a diferencia de aquellos que al invertir más tiempo en el viaje, podrán explorar más allá de los atractivos que son meramente comerciales (Richards, 2002).