

## ARTÍCULO

**VALORACIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO EN LA EXPERIENCIA TURÍSTICA DE SOL Y PLAYA DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS. ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES DE SUS PREFERENCIAS Y MODALIDADES EN RELACIÓN CON PLAYAS DE COMUNAS QUE PERTENECEN A LA ZONA RURAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2015-2016**

*INCIDENCE OF ALTERNATIVE TOURISM IN THE TOURIST EXPERIENCE OF SUN AND BEACH OF YOUNG UNIVERSITY STUDENTS. MULTIVARIATE ANALYSIS OF THEIR PREFERENCES AND MODALITIES IN RELATION TO BEACHES OF THE COMMUNES THAT BELONG TO THE RURAL AREA OF THE PROVINCE OF SANTA ELENA, 2015-2016*

Recepción: 02/05/2017

Aceptación: 10/06/2017

Publicado: 28/06/2017

## Resumen

El problema de investigación es el insuficiente conocimiento de los jóvenes universitarios entre 18 y 23 años de playas que pertenecen a comunas rurales de la Provincia de Santa Elena. El turismo necesita que su epistemología amplíe el conocimiento actual más allá del turismo masivo, tradicional y urbano. Y lo puede hacer a partir del turismo alternativo desde las zonas rurales con potencial turístico. Nos enfocamos en el futuro del turismo a partir de un grupo social y generacional como son los jóvenes universitarios. Los jóvenes buscan experiencias y el turismo puede contribuir a que ellas contribuyan a la estimulación de su mundo de vida frente a la rutina y los momentos de vacío existencial que la sociedad postmoderna les propone. El objetivo es determinar el valor que los jóvenes universitarios asignan a las tipologías derivadas del turismo alternativo en base a un análisis factorial de componentes principales. Para la investigación partimos de una población universitaria en modalidad presencial con un N= 18.053 estudiantes en el 2015 a partir de la cual se tomó una muestra no probabilística con un n= 502 estudiantes con un nivel de confianza del 95%, se usó una escala de Likert de 0 a 11.

**Palabras clave:** turismo alternativo, turismo rural, turismo de sol y playa, jóvenes universitarios, comunas.

## Abstract

*The research problem is the insufficient knowledge of university students between 18 and 23 years of beaches belonging to rural communes of the Province of Santa Elena. Tourism needs its epistemology to expand current knowledge beyond mass, traditional and urban tourism. And it can do so from alternative tourism from rural areas with tourism potential. We focus on the future of tourism from a social and generational group such as university students. Young people look for experiences and tourism can contribute to their contribution to the stimulation of their world of life in the face of routine and moments of existential emptiness that the postmodern society proposes to them. The objective is to demonstrate that the value that young university students assign to the typologies derived from alternative tourism based on a factor analysis*



Econ. Julio Aráuz Mancilla, Mgs.

Magister en Finanzas y Economía  
Empresarial (Universidad Católica de  
Santiago de Guayaquil)

Diplomado Superior en Finanzas  
(Universidad Católica de Santiago de  
Guayaquil)

Economista (Universidad Católica de  
Santiago de Guayaquil)

Docente fundador de la Carrera de Comercio  
y Finanzas Internacionales

E-mail: julio.arauz@cu.ucsg.edu.ec

*of principal components. For the investigation, we started with a university population in face-to-face modality with a N = 18.053 students in 2015, from which a non-probabilistic sample was taken with n = 502 students with a 95% confidence level.*

**Key words:** *alternative tourism, rural tourism, sun and beach tourism, university students, communes.*

## Hecho científico

Los jóvenes universitarios tienen historia turística junto a sus familias y amigos, y se constituyen como una nueva generación de turistas potenciales. Ellos al hacer turismo de sol y playa en la Provincia de Santa Elena están acostumbrados a visitar las playas más conocidas como Salinas, Punta Carnero, Montaña, Olón y Manglaralto. Por tanto existe una oportunidad de conocer otras playas aledañas que se ubican en la misma ruta. Ello implicará enriquecer la experiencia en relación con las comunas rurales que comparten el mismo perfil costanero. Estas comunas aunque no todas gozan de infraestructura hotelera moderna pueden brindar acogida familiar y hospitalidad cálida a sus jóvenes visitantes.

## El problema de investigación

**¿Cuál es la valoración del turismo alternativo en la experiencia turística de sol y playa de los jóvenes universitarios?** Ante una alta preferencia de destinos de sol y playa tradicionales y en algunos casos con una infraestructura y logística urbana que facilita el acceso de los turistas a estas playas, el problema de investigación representa una baja presencia y preferencia por otras playas existentes en comunas rurales en la misma ruta en que se encuentran geográficamente ubicadas. Ante este problema tenemos que plantear desde la teoría un turismo alternativo que relacione al joven turista con la comunidad situada en zona rural y con su potencial geográfico para generar experiencia turística y redistribución económica.

## Justificación de la investigación

Hay posibilidades de mejorar la inclusión turística comunitaria desde otra dimensión diferente al turismo tradicional de masas, como bien pudiera ser el turismo alternativo y rural. Una dimensión turística rural implica que se amplíe la oferta de otros balnearios no conocidos pero que paradójicamente se encuentran en la misma ruta turística en que se encuentran otras playas más concurridas conocida como Ruta "Spondylus". Las comunas rurales del perfil costanero permiten tener una oferta más amplia e interesante para un turista que busca encontrar conexiones diversas. Estas comunas poseen una geografía para abrir otros mercados a partir de la intención y comportamiento visitantes tradicionales y nuevos, obtener ingresos económicos diversificados por todo lo que turismo puede facilitar.

Al menos hay dos aspectos que justificarían un análisis estadístico multivariable para plantear en el futuro un modelo de negocio basado en turismo integral rural: el primero sería, aprovechar el potencial turístico de comunas pesqueras que gozan de una geografía de sol y playa adaptable al recorrido y estancia de turistas, y por otro descubrir la sensibilización turística de los jóvenes universitarios, que son a su vez un mercado de consumidores muy conectados e informados entre sí. Ellos son una demanda no extensivamente explorada en términos de turismo rural y alternativo. Nuestra investigación, permite ampliar el conocimiento de un posible turismo rural alternativo para las futuras generaciones.

## Marco teórico

La investigación debe partir que el turismo tiene historia en la Provincia de Santa Elena-Ecuador, y esa historia tiene una base antropológica desde que la persona quiso movilizarse por motivaciones y expectativas a un destino diferente al habitual, es decir quiso satisfacer su tiempo libre para llenarlo con una experiencia distinta y gratificante. Aquí ya notamos que el turismo es una dimensión no sólo de desplazamiento sino una inquietud intrínseca en la persona en la búsqueda de su calidad de vida (Mai, Rahtz, & Shultz, 2014) y por tanto sujeta a estudios académicos. Además el turismo es un factor en la dinámica y desarrollo económico de un país (Mowforth, & Munt, 2015). Al haber desarrollo económico en términos de inclusión, no puede dejar en la marginación a las comunas rurales con potencial turístico. El turismo rural dirige su esfuerzo desde prácticas responsables (Hanafiah, Azman, Jamaluddin, & Aminuddin, 2016) a una calidad de vida tanto para las comunas como para el turista (Kim, Woo, & Uysal, 2015; Liao, So, & Lam, 2016; Peters, & Schuckert, 2014) que implica mayor cantidad de hábitats naturales (Kastenholz, E. & Lima, J., 2011), menor contaminación ambiental, oportunidad de conocer la cultura local y la interrelación con la población. Gilbert (1992) considera que el turismo rural es el viaje o estancia en una zona rural con características agrícolas o naturales y sin masividad poblacional.

El turismo alternativo es conocido como turismo de bajo impacto ambiental y se propone como una antítesis al turismo de masas y de alto impacto ambiental. En el turismo alternativo se proponen algunas tipologías o niveles de turismo que se desprenden de él (Mowforth, 1993) y que las tomamos como categorías para nuestros constructos: Turismo ecológico (Dilly, 2003; Liu, Qu, Huang, Chen, Yue, Zhao, & Liang, 2014; Reimer & Walter, 2013; Schellhorn, 2010; Scheyvens, 1999), turismo de aventura (Houge, Mackenzie, Hodge, & Boyes, 2011; Sibthorp, Paisley, & Gookin, 2007), turismo cultural (Campo, Brea, & González, 2013; Campolo, Bombino, & Meduri, 2016; Mallor, González-Gallarza Granizo, & Fayos Gardó, 2013; Mortara, Catalano, Bellotti, Fiucci, Houry-Panchetti, & Petridis, 2014). Añadimos el turismo religioso (Collins-Kreiner, 2010; Griffiths, 2011; Olsen & Timothy, 2006; Rinschede, 1992; Shinde, 2008);

el turismo comunitario (Boley, McGehee, Perdue, & Long, 2014; Nunkoo, & Gursoy, 2017; Rodrigues da Silva, Corbari, Cioce Sampaio, & Jurema Grimm, 2014) y el turismo de hospedaje (Han, & Hyun, 2017; Hernández-Maestro / González-Benito, 2014; Jani & Han, 2014; Krippendorff, 2004; Loureiro & Kastholz, 2011; O'Connor, 2008, Sun, Chi, & Xu, 2013; Yang, Wong, & Wang, 2012; Zhang & Mao, 2012). De algún modo el desarrollo turístico en playas de comunas costeras debe armonizar un turismo rural que se muestra con una imagen diferente al turismo urbano que muestre las bondades de su geografía y convivencia en equilibrio con el turismo alternativo que proponga en virtud de la calidad de vida de los turistas, experiencias que le ayuden a recuperarse del cansancio, el estrés (Chen, Petrick, & Shahvali, 2016) y de la saturación de información al estar envueltos en medios de comunicación social masivas, tradicionales y virtuales (Sashittal, Hodis, & Sriramachandramurthy, 2015) y le motiven a visitar esos espacios aún por conocer (Ridderstaat, Croes, & Nijkamp, 2016).

La investigación no solo plantea un marco teórico congruente con las posibilidades de las playas que se encuentran en las comunas rurales sino que va dirigido a una demanda

potencial y generacional (Stewart, Oliver, Cravens, & Oishi, 2017) como lo son los jóvenes universitarios que se encuentran entre 18 y 23 años. Por tanto, el turismo tanto rural como alternativo debe validarse desde la percepción y valoración de ellos al tener una personalidad (Lin, 2010) y comportamiento diferente (Cohen, Prayag, & Moital, 2014) de los adultos de otras generaciones. Por tanto es una generación con nuevas sensibilidades que tenemos que considerar si queremos generar a futuro una lealtad basada en satisfacción, motivación, percepción de valor e imagen de destino (Zhang, Fu, Cai, & Lu, 2014).

#### Metodología

**Enfoque metodológico:** Cuantitativo. Se suministra una encuesta con un cuestionario a la muestra seleccionada de la población y se procesan los datos.

**Periodo de la investigación:** 2015-2016

**Diseño de la investigación:** El diseño es no experimental debido a que no ha existido manipulación de las variables ni de los sujetos.

**Muestra poblacional:** Validar el problema de investigación

*Cuadro 1: Ficha técnica de diseño de la investigación*

<b>Población investigación</b>	Jóvenes estudiantes de grado entre 18 y 24 años residentes en Guayaquil, estudiantes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil N= 18.053 (al semestre B-2015)
<b>Muestra:</b>	n= 502
<b>Tipo de muestreo:</b>	No probabilístico – por conveniencia
<b>Error muestral:</b>	+/- 4.29%
<b>Nivel de confianza:</b>	1- $\alpha$ = 0.95
<b>Situación más desfavorable:</b>	P=q= 0.50
<b>Instrumento:</b>	Encuesta individual, formulario conformado por 25 ítems relacionados con su constructo.
<b>Análisis estadístico</b>	Análisis multivariable: Análisis de componentes principales

La muestra que utilizamos para validar el problema de investigación es de  $n = 502$  que se tomó utilizando la fórmula estadística conociendo el tamaño de la población. Esta muestra nos permite validar la situación problemática (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

$N = 18.053$  estudiantes

$n = 502$  estudiantes encuestados

A partir de la población la muestra para los cálculos

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

estadísticos fue  $n = 502$  estudiantes. Cualquier indicador estadístico fue bajo la condición de ser evaluado con un 95% de confianza,  $K = 1,96$  y 4,29% de error (Box, Hunter y Hunter, 2001).

### Métodos y técnica de muestreo

Método no probabilístico estratificado y conglomerado

### Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación es No-Experimental porque no se realiza una manipulación deliberada de variables y es exploratorio porque los datos se encuentran y observan

en un ambiente determinado para su registro y posterior análisis.

### Diseño del instrumento de investigación

El Instrumento de investigación es una Encuesta para medición de actitudes, con escalamiento tipo Likert de 0 = mínima y 11 = máxima satisfacción, intención y preferencia. Es una Muestra No-Probabilística porque se buscó una muestra por conveniencia seleccionadas por conocimiento previo y accesible al investigador. La revisión de la literatura detallada anteriormente puso en evidencia que aunque el tema ha sido tratado por especialistas también presenta áreas de oportunidad para la investigación.

### Aplicación del instrumento y validación

Para efectos de este proyecto se eligió un grupo de 502 estudiantes, que tienen una percepción clara de su relación con el turismo en su vida familiar y con amigos. La muestra fue seleccionada por conveniencia, accesibilidad y proximidad en las clases de Humanismo Integral que se encuentran en todas las Facultades de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. La consulta durante el mes de febrero del año 2016 previo al feriado de carnaval. Aproximadamente las mujeres representaron el 66% y los hombres el 34%.

El turismo de sol y playa está explicado por cinco constructos

*Cuadro 2. Matriz constructos: Variables e indicadores*

Categoría	Constructos	Indicadores y preguntas	Escala de Likert
Turismo de sol y playa	Turismo de Hospedaje	TH: Te gusta el turismo de descanso y placer en la playa	De 0 a 11
		TH1: Hospedaje sencillo y acogedor en cabaña de caña	
		TH2: Hospedaje sofisticado - casa de cemento estilo mediterráneo	
		TH3: Hospedaje con ambiente de lujo - casa de cemento con acabado de lujo	
	Turismo de Aventura	TAV: Te gusta participar del turismo de aventura en zona de playa	
		TAV1: Acampar en la playa de la comunidad	
		TAV2: Andar en bicicleta/caballo/hacer buceo	
		TAV3: Parapente/algún deporte extremo	
	Turismo Ecológico	TECO: Te gusta hacer turismo ecológico	
		TECO1: Visita en lancha a reserva ecológica	
		TECO2: Visita ecológica a senderos y observación de aves	
	Turismo religioso	TRELI: Te gusta hacer turismo religioso	
		TRELI1: Compra de artículos o recuerdos religiosos	
		TRELI2: Visita a santuarios con historias y leyendas interesantes	
	Turismo comunitario	TRELI3: Participar de oración y misa con misioneros	
		TCOM: Te gusta hacer turismo y conocer la gente de una comunidad	
		TCOM1: Conocer la zona y alguna historia del pueblo que te acoge	
TCOM2: Que la comunidad te haga un recuerdo/regalo de despedida			
		TCOM3: Que la comunidad te enseñe hacer un plato típico o una artesanía	

que se corresponden a lo que plantea el turismo alternativo y sus respectivas modalidades que de ello se derivan están en relación con el grado de implicación del turista con el medio que lo rodea. Uno de los enfoques que haga contrapeso al turismo ya existente es que el turista se implique por medio de las actividades y la experiencia para lograr una mayor lealtad (Sirakaya, Petrick, & Choi, 2004) para el turismo en el medio rural.

En cada constructo las variables TH, TAV, TECO, TRELI, TCOM miden la percepción de gusto general que sienten por alguna tipología de turismo alternativo. Las demás variables que se derivan de cada una de ellas mide la percepción de gusto por actividades concretas que se pueden realizar en el perfil costanero de la zona rural de la Provincia de Santa Elena.

## Resultados

### Estadísticos descriptivos

El análisis descriptivo nos ayuda a visualizar cuales de las

*Cuadro 3. Variables y sus valores de estadísticos descriptivos*  
Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación estándar
TH	9,496	2,17478
TAV	9,002	2,48281
TECO	8,0988	2,98214
TRELI	6,6581	3,4823
TCOM	7,9545	2,89279
TH1	7,751	2,96201
TH2	8,4585	2,3061
TH3	8,5079	2,80328
TAV1	7,3202	3,46014
TAV2	8,6937	2,76453
TAV3	8,4368	3,25804
TECO1	8,2134	2,95543
TECO2	7,7372	3,11052
TECO3	8,2115	2,89909
TRELI1	6,1522	3,54973
TRELI2	7,3241	3,38103
TRELI3	6,6561	3,59707
TCOM1	8,2648	2,68347
TCOM2	8,3063	2,96565
TCOM3	8,6522	2,81959

variables fueron las mejor valoradas respecto a las demás. Todas las variables tienen una variable mayor a 6, esto quiere decir que ninguna variable del turismo alternativo en contexto rural ha sido subvalorada en términos de una mínima o insuficiente satisfacción. Las variables que miden la percepción de gusto general, las de mayor promedio fueron el turismo de Hospedaje y el turismo de aventura. La variable que presenta menor promedio pero mayor desviación estándar es el turismo religioso.

### Análisis factorial por componentes principales

El análisis de componentes principales tiene como objetivo contener la mayor cantidad de varianza observada para evitar tener exceso de información. Para proseguir con nuestro análisis es necesario hacer una prueba de fiabilidad de nuestra escala a través del Alfa de Cronbach y la prueba KMO:

La validación de los datos obtenidos en la encuestas presenta

*Cuadro 4. Estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.894	.890	20

un Alfa de Cronbach muy alto 0,894, lo que indica que la fiabilidad de la escala usada en nuestros datos es muy buena. Con un número máximo de iteraciones y convergencia igual

*Cuadro 5. Prueba Kaiser-Meyer-Olkin*

KMO y prueba de Bartlett		
Prueba de esfericidad de Bartlett	Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.879
	Chi-cuadrado aproximado	5.472.462
	Gl	190
	Sig.	.000

a 25, se obtuvo un KMO muy alto de 0,878 que significa que la proporción de varianza que tienen en común las variables analizadas en la encuesta tienen una validez muy aceptable, con ello se indica una muy buen adecuación de los datos a un modelo de análisis factorial.

Como resultado tenemos que con seis componentes tenemos la mayor cantidad de varianza explicada es decir un 73,171%.

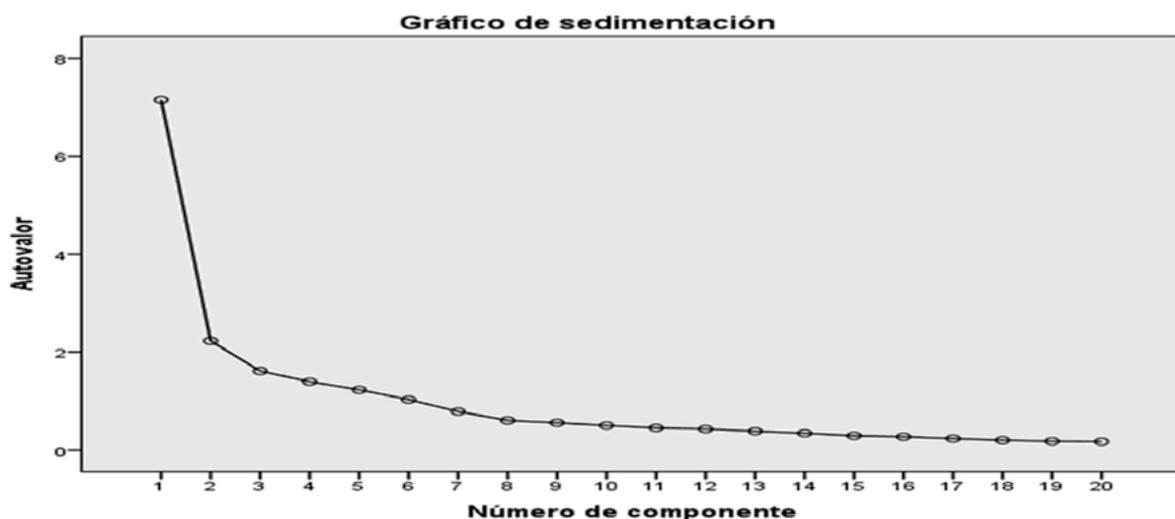
En efecto, podemos observar en la matriz de la varianza total explicada que el mayor aporte para explicar la realidad desde

Cuadro 6. Varianza total explicada

Com- ponente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumula do	Total	% de varianza	% acumula do	Total	% de varianza	% acumula do
1	7,148	35,739	35,739	7,148	35,739	35,739	3,351	16,755	16,755
2	2,227	11,134	46,873	2,227	11,134	46,873	3,285	16,426	33,181
3	1,61	8,051	54,924	1,61	8,051	54,924	3,002	15,01	48,191
4	1,394	6,971	61,895	1,394	6,971	61,895	2,057	10,287	58,478
5	1,227	6,136	68,031	1,227	6,136	68,031	1,522	7,608	66,086
6	1,028	5,138	73,169	1,028	5,138	73,169	1,417	7,083	73,169
7	0,784	3,92	77,089						
8	0,602	3,008	80,098						
9	0,554	2,771	82,869						
10	0,497	2,486	85,355						
11	0,45	2,248	87,603						
12	0,427	2,135	89,738						
13	0,382	1,91	91,648						
14	0,34	1,702	93,35						
15	0,289	1,445	94,795						
16	0,269	1,347	96,142						
17	0,232	1,158	97,299						
18	0,197	0,984	98,284						
19	0,175	0,877	99,16						
20	0,168	0,84	100						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Gráfico 1. Gráfico de sedimentación



la varianza sigue este orden: el componente 1 está dado por el turismo ecológico, el componente 2 por el turismo religioso, el componente 3 por el turismo comunitario, el componente 4 por el turismo de aventura, el componente 5 por un turismo de hospedaje con villas de cemento con acabados modernos y el componente 6 por el hospedaje de cabañas.

Cuadro 7. Varianza total explicada

Matriz de componente rotado<sup>a</sup>

	Componente					
	1	2	3	4	5	6
THOSPED						0,659
TAVENT				0,813		
TECOL	0,766					
TRELI		0,852				
TCOMUN			0,708			
TH1						0,818
TH2					0,798	
TH3					0,886	
TAV1				0,583		
TAV2				0,516		
TAV3				0,763		
TECO1	0,826					
TECO2	0,857					
TECO3	0,808					
TRELI1		0,873				
TRELI2		0,781				
TRELI3		0,867				
TCOM1			0,800			
TCOM2			0,817			
TCOM3			0,830			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

## Conclusiones

La evaluación del turismo rural se la hizo a través de las modalidades que brindaba el turismo alternativo. Se demuestra que hacer turismo alternativo en el contexto rural de la Provincia de Santa Elena tiene un valor significativo para los jóvenes.

1. El turismo ecológico es el que más aporta a la explicación de la realidad intencional y perceptiva de los jóvenes. En la zona y ruta estudiada encontramos que en la Comuna de Palmar existe el único manglar de la zona que puede ser recorrido en canoa o lancha para el conocimiento del área y la visualización de aves endémicas.
2. El turismo religioso es el segundo componente que aporta a la experiencia del turismo alternativo. Dado que se tiene que desarrollar en la zona rural, las comunas poseen de tres Santuarios: Santuario de la Virgen de Fátima – Comuna Palmar, Santuario María Rosa Mística – Comuna de Olón y Santuario del Señor de las Aguas – Comuna de Colonche.
3. El turismo comunitario recoge una realidad donde los jóvenes quieren interactuar y aprender a través de la experiencia de lo que la comunidad les pueda enseñar. La comunas poseen un conocimiento doméstico rural, artesanal y ancestral que puede ser compartido en la experiencia turística.
4. El turismo de aventura aporta al modelo de turismo alternativo, aunque de forma no tan contundente como el ecológico, sin embargo sí de una manera complementaria. La zona permite hacer buceo en las comunas de Ayangue y Montaña, paseo a caballo en la comuna Libertador Bolívar, paseo en bicicleta en las comunas aledañas y hacer Parapente en el sector de Playa Rosada.
5. Los últimos componentes que aportan a la varianza se refieren al hospedaje. Observamos que más el hospedaje de cemento con estilo mediterráneo y de lujo aportan más que el hospedaje de cabañas. No podemos dejar de considerarlos en el modelo porque las villas de las comunas bien pueden readecuarse para dar acogimiento y hospitalidad a la estancia de los futuros turistas.

## Listado de Referencias

- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49, 33-50.
- Campo, M. L. R., Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2013). Nuevos segmentos turísticos culturales. Una aproximación al comportamiento del consumidor turístico cinematográfico. *Cuadernos de turismo*, (32), 259-279.
- Campolo, D., Bombino, G., & Meduri, T. (2016). Cultural Landscape and Cultural Routes: Infrastructure Role and Indigenous Knowledge for a Sustainable Development of Inland Areas. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223, 576-582.
- Chen, C. C., Petrick, J. F., & Shahvali, M. (2016). Tourism experiences as a stress reliever: Examining the effects of tourism recovery experiences on life satisfaction. *Journal of Travel Research*, 55(2), 150-160.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of tourism research*, 37(2), 440-456.
- Dilly, B. J. (2003). Gender, culture, and ecotourism: development policies and practices in the Guyanese rain forest. *Women's Studies Quarterly*, 31(3/4), 58-75.
- Gilbert, D. C. (1992). Perspectivas de desarrollo rural. *Revista Valenciana D'Estudis Autonòmics*, núm. 13, pp. 167-193.
- Griffiths, M. (2011). Those who come to pray and those who come to look: interactions between visitors and congregations. *Journal of Heritage Tourism*, 6(1), 63-72.
- Han, H., & Hyun, S. S. (2017). Impact of hotel-restaurant image and quality of physical-environment, service, and food on satisfaction and intention. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 82-92.
- Hanafiah, M. H., Azman, I., Jamaluddin, M. R., & Aminuddin, N. (2016). Responsible Tourism Practices and Quality of Life: Perspective of Langkawi Island communities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 406-413.
- Hernández-Maestro, R. M., & González-Benito, Ó. (2014). Rural lodging establishments as drivers of rural development. *Journal of Travel Research*, 53(1), 83-95.
- Jani, D., & Han, H. (2014). Personality, satisfaction, image, ambience, and loyalty: Testing their relationships in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 11-20.
- Kastenholz, E. & Lima, J. (2011). The integral rural tourism experience from the tourist's point of view: A qualitative analysis of its nature and meaning. *Tourism and Management Studies*, 7, 62-64.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Liao, X. Y., So, S. I., & Lam, D. (2016). Residents' perceptions of the role of leisure satisfaction and quality of life in overall tourism development: Case of a fast-growing tourism destination—Macao. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(10), 1100-1113.
- Lin, L. Y. (2010). The relationship of consumer personality trait, brand personality and brand loyalty: an empirical study of toys and video games buyers. *Journal of Product & Brand Management*, 19(1), 4-17.
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., & Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190-201.
- Loureiro, S. M. C., & Kastenholz, E. (2011). Corporate reputation, satisfaction, delight, and loyalty towards rural lodging units in Portugal. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 575-583.
- Mackenzie, S. H., Hodge, K., & Boyes, M. (2011). Expanding the flow model in adventure activities: A reversal theory perspective. *Journal of Leisure Research*, 43(4), 519.
- Mortara, M., Catalano, C. E., Bellotti, F., Fiucci, G., Houry-Panchetti, M., & Petridis, P. (2014). Learning cultural heritage by serious games. *Journal of Cultural Heritage*, 15(3), 318-325.
- Noonan, D. S., & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2017). Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: an improved structural model. *Tourism Geographies*, 19(3), 318-339.
- O'Connor, P. (2008). User-generated content and travel: A case study on TripAdvisor. *Information and communication technologies in tourism 2008*, 47-58.
- Olsen, D. H., & Timothy, D. J. (2006). Tourism and religious journeys. *Tourism, religion and spiritual journeys*, 1-21.
- Sirakaya, E., Petrick, J., & Choi, H. S. (2004). The role of mood on tourism product evaluations. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 517-539.
- Mallor, E., González-Gallarza Granizo, M., & Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2).
- Peters, M., & Schuckert, M. (2014). Tourism entrepreneurs' perception of quality of life: an explorative study. *Tourism Analysis*, 19(6), 731-740.
- Reimer, J. K., & Walter, P. (2013). How do you know it when you see it? Community-based ecotourism in the Cardamom Mountains of southwestern Cambodia. *Tourism Management*, 34, 122-132.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of tourism Research*, 19(1), 51-67.
- Ridderstaat, J., Croes, R., & Nijkamp, P. (2016). The tourism development-quality of life nexus in a small island destination. *Journal of Travel Research*, 55(1), 79-94.
- Rodrigues da Silva, D., Corbari, S. D., Cioce Sampaio, C. A., & Jurema Grimm, I. (2014). Turismo comunitario en favelas: Un estudio del Favela Inn Hostel, Chapéu Mangueira-Rio de Janeiro, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(4), 786-804.
- Schellhorn, M. (2010). Development for whom? Social justice and the business of ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 115-135.
- Shinde, K. (2008). Religious tourism: exploring a new form of sacred journey in North India. *Asian tourism: growth and change*, 245-257.
- Sibthorp, J., Paisley, K., & Gookin, J. (2007). Exploring participant development through adventure-based programming: A model from the National Outdoor Leadership School. *Leisure Sciences*, 29(1), 1-18.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism management*, 20(2), 245-249.
- Stewart, J. S., Oliver, E. G., Cravens, K. S., & Oishi, S. (2017). Managing millennials: Embracing generational differences. *Business Horizons*, 60(1), 45-54.
- Sun, X., Chi, C. G. Q., & Xu, H. (2013). Developing destination loyalty: The case of Hainan Island. *Annals of Tourism Research*, 43, 547-577.
- Yang, Y., Wong, K. K., & Wang, T. (2012). How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 675-685.
- Zhang, J. J., & Mao, Z. (2012). Image of all hotel scales on travel blogs: Its impact on customer loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(2), 113-131.