



Universidad Autónoma del Estado de México

UAEM

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**SOLO TRAVEL: MOTIVACIONES Y EXPERIENCIAS DE MUJERES MEXICANAS
RESIDENTES EN LA ZONA METROPOLITANA DEL VALLE DE MÉXICO**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADA EN TURISMO**

**PRESENTA
ANALLELY ÁVILA ADAME**

**ASESOR DE TESIS
DR. JUAN CARLOS MONTERRUBIO CORDERO**

**REVISORES
DRA. EN ANT. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS
LIC. EN T. JAVIER PÉREZ DÍAZ**

TEXCOCO, MÉXICO, NOVIEMBRE 2020

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1. MUJERES EN LOS VIAJES	6
1.1. Motivaciones turísticas	6
1.2 Experiencia turística	11
1.3 <i>Solo travel</i>	14
1.4 Participación de las mujeres en los viajes	16
1.5 Experiencias de las mujeres en los viajes en solitario	17
1.6 <i>Solo travel</i> como objeto de estudio	21
CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL	24
2.1 Demografía de las mujeres en México	24
2.2 Zona Metropolitana del Valle de México	27
2.3 Violencia de género en México	29
2.4 Turismo en México	32
2.5 Perfil promedio del viajero mexicano	33
2.6 Oferta turística para mujeres viajeras.....	35
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	38
3.1 Problemática	38
3.3 Justificación	39
3.4 Metodología	40
3.5 Proceso metodológico adoptado	46
CAPÍTULO 4. HALLAZGOS	49
4.1 Perfil sociodemográfico de las participantes	49
4.2 Contextualizando los viajes	53
4.3 Motivaciones turísticas en los viajes en solitario	55
4.3.1 Motivaciones de empuje.....	55
4.3.2 Motivaciones de arrastre	59
4.4 Experiencias asociadas al género	61
CONCLUSIONES	67
ANEXO	72
FUENTES CONSULTADAS.....	74

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. The Travel Career Pattern	9
Tabla 2. Escape-seeking dichotomy.....	10
Tabla 3. Clasificación de <i>solo travel</i>	15
Tabla 4. Limitaciones en los viajes.....	19
Tabla 5. Estudios empíricos sobre <i>solo travel</i>	22
Tabla 6. Mujeres y hombres inscritos en el sistema educativo nacional.....	25
Tabla 7. Porcentaje de mujeres que vivieron un acto violento por lo menos una vez en el transporte y espacios públicos	30
Tabla 8. Medidas ante la inseguridad.....	31
Tabla 9. Principales diferencias entre metodología cualitativa y cuantitativa	41
Tabla 10. Técnicas de muestreo no probabilístico	43
Tabla 11. Perfil de las participantes	50
Tabla 12. Clasificación de las participantes en función de su forma de vida y viaje.....	51
Tabla 13. Patrones de viaje de las participantes	53

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa Zona Metropolitana de la Ciudad de México	28
Ilustración 2. Som Dona Hotel solo para mujeres en Mallorca, España	36
Ilustración 3. WOM Agencia de viajes para mujeres que viajan solas.....	37
Ilustración 4. Agrupación de las participantes	52

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los viajes en solitario (*solo travel*) se han convertido en un segmento de mercado en tendencia y ha tomado gran relevancia entre los viajeros, tanto en hombres como en mujeres. Sin embargo, un estudio publicado por World Economic Forum (2019) demuestra que este tipo de viajes ha sido liderado por mujeres. Las mujeres son cada vez más activas en la participación y consumo de viajes, y ahora son reconocidas como una fuerza creciente dentro de la industria del turismo (Wilson, 2005). Esta tendencia está vinculada a los cambios sociales debido a que las ideologías tradicionales de la familia han cambiado y también se debe al cambio en el estilo de vida en cuanto a la decisión de no tener hijos y al aumento de la soltería. Como resultado de estos cambios, las mujeres en México están teniendo cada vez mayores oportunidades para viajar. En simples palabras, los estereotipos y roles de género establecidos por la sociedad han ido cambiando, permitiendo que las mujeres viajen cada vez más. Asimismo, los niveles educativos de muchas mujeres les han permitido oportunidades laborales más dignas, lo cual les permite ser económicamente independientes y ser ellas solas las decisoras de sus viajes.

En los estudios del turismo, la importancia del análisis de las motivaciones permite entender y explicar el comportamiento y la satisfacción de los turistas. Es por eso que las motivaciones juegan un papel importante para el diseño de productos especializados para un segmento en específico, en este caso para las mujeres que viajan solas. Sus decisiones de viaje son relevantes para conocer sus gustos, preferencias y lo que buscan en los destinos.

Los estudios turísticos enfocados en mujeres que viajan solas han ido en aumento; muchas investigaciones se han realizado alrededor del mundo y en contextos diferentes (Wilson y Little, 2008; Heimtum y Abelsen, 2014; Osman, et al., 2019). En muchas de estas investigaciones se han estudiado las motivaciones de las mujeres y las experiencias con un enfoque particular en las limitaciones y beneficios obtenidos en sus viajes (Wilson y Little, 2008). No obstante, es preciso señalar que este tipo de investigaciones dentro de un contexto latinoamericano, y específicamente mexicano, es muy limitado, desconociendo así las motivaciones y experiencias de las mujeres que viajan solas dentro y fuera del país. El estudio de las mujeres en los viajes y el turismo en México, particularmente, es de gran relevancia debido a la inseguridad y a la violencia de género, incluido el acoso sexual, que

prevalecen en el país (Rodríguez, 2020). Desde un enfoque de género, la percepción de miedo, riesgo y vulnerabilidad en las mujeres mexicanas que viajan solas suele ser influenciada por la normalización de la violencia en México, pero para otras no tanto.

En este marco, el presente estudio contribuye al conocimiento del turismo al ofrecer un acercamiento a las motivaciones, experiencias y limitaciones de las mujeres mexicanas que deciden viajar en solitario. Esta contribución es relevante debido a que los viajes en solitario son un fenómeno aún incipiente en los estudios turísticos en general, y prácticamente desconocido en México. Ante esta necesidad, el objetivo general de este estudio fue describir las motivaciones y experiencias turísticas de mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana del Valle de México que hayan experimentado uno o varios viajes en solitario. Siendo un estudio de tipo exploratorio, este trabajo se ha estructurado en cuatro capítulos: marco teórico, marco contextual, metodología y hallazgos. En el marco teórico, se describen algunos de los modelos planteados sobre motivación y experiencia turística, los antecedentes de los viajes en solitario y su clasificación, así como las experiencias y motivaciones en estos viajes reportadas en otros estudios. El marco contextual describe el contexto social de la Zona Metropolitana de México y algunos datos sociodemográficos de las mujeres mexicanas en general como viajeras. En la metodología se expone detalladamente la problemática y el proceso metodológico adoptado para cumplir con los objetivos planteados. El último capítulo presenta los hallazgos en términos de las motivaciones y las experiencias turísticas asociadas al género de las mujeres mexicanas que fueron parte de este estudio. Finalmente, se discuten las conclusiones e implicaciones prácticas del trabajo de investigación.

CAPÍTULO 1. MUJERES EN LOS VIAJES

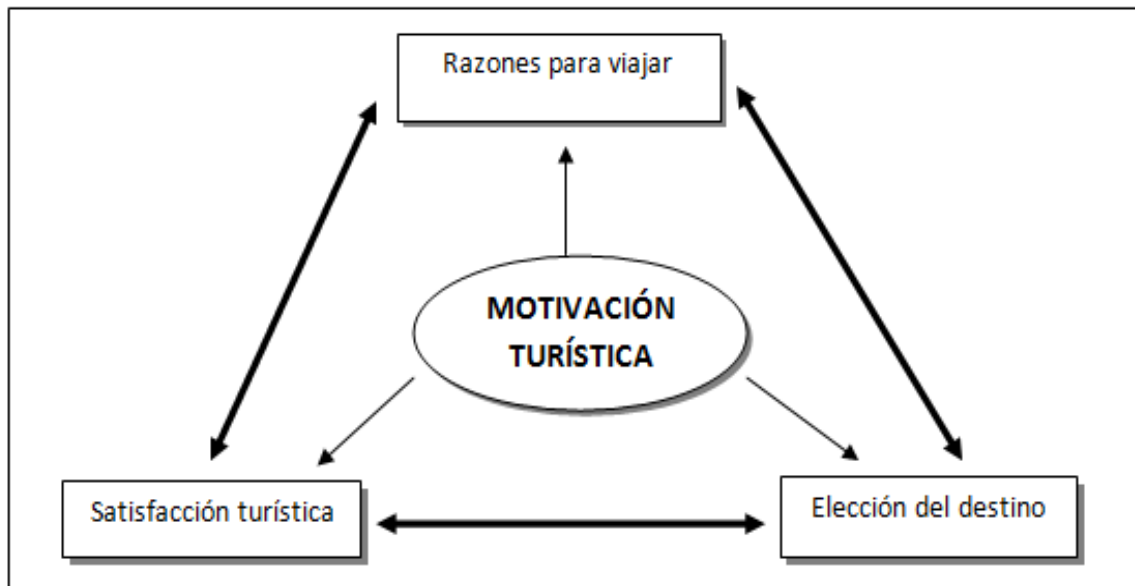
1.1. Motivaciones turísticas

A lo largo del tiempo, el turismo como campo de estudio se ha conformado por la aportación de varias disciplinas. Una de ellas es la psicología, la cual estudia el fenómeno turístico a partir de los turistas y visitantes, sus experiencias, motivaciones, comportamientos, entre otros aspectos relacionados a ellos. En cuanto a las motivaciones, éstas han sido estudiadas como factores internos y externos, siendo estos últimos los que permiten al individuo elegir un destino por los atributos del mismo (Beltrán y Parra, 2017). Estudiar al turismo desde un enfoque psicológico involucra cuestionar el comportamiento del individuo cuando viaja y las razones de porqué lo hace. De acuerdo con Araujo y De Sevilha (2017), las motivaciones turísticas tienen que estudiarse minuciosamente para comprender y analizar las razones que llevan al turista a ser partícipe de determinada tendencia o actividad turística.

En el campo del turismo, Crompton (1979) definió las motivaciones como uno de los muchos factores que inspiran a las personas a viajar a diferentes lugares y experimentar cosas nuevas, por lo que su estudio es relevante para entender el comportamiento, las necesidades y los deseos de los viajeros al momento de elegir el destino y de tomar la decisión de emprender un viaje (Araujo y Sevilha, 2017). Cabe mencionar que las necesidades son aquellas carencias sentidas por el individuo, es decir, cuando se llega a un determinado nivel de carencia, ésta se transforma en una necesidad. Existen necesidades consideradas básicas (fisiológicas). A medida que se van satisfaciendo estas necesidades, surgen otras de carácter secundario. Las necesidades se convierten en motivación cuando impulsan al individuo a realizar una determinada acción (González, 2008). En este sentido, puede definirse la motivación como la búsqueda de la satisfacción de la necesidad.

En relación con lo anterior, Castaño (2005) propone el ciclo turístico de la motivación (ver figura 1), en él menciona que la motivación turística permite dar respuesta a tres cuestiones esenciales: las razones para viajar (el porqué), la elección específica (dónde) y los resultados obtenidos (satisfacción). Este planteamiento permite entender los tres pilares fundamentales de la motivación de los viajeros en diferentes modalidades del turismo.

Figura 1. Ciclo turístico y motivaciones



Fuente: Castaño (2005)

Existen varias teorías y modelos de motivaciones psicológicas que explican el actuar y la libre decisión de viajar del individuo. Como se verá en párrafos posteriores, podría resultar indeterminada la enumeración de motivaciones turísticas, ya que en principio estas obedecen a un proceso psicológico, psicosocial y sociológico (Beltrán y Parra, 2017).

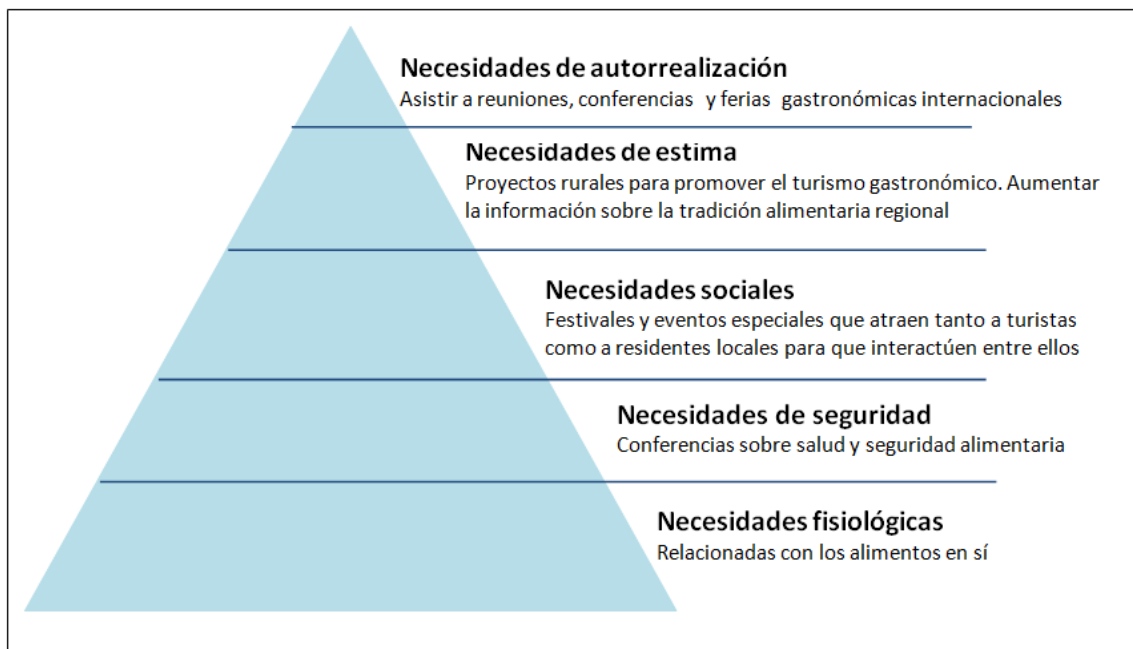
Entre las contribuciones teóricas más significativas sobre la motivación merece la pena destacar las aportaciones del modelo jerárquico de necesidades, propuesta por Abraham Maslow en 1970. Dicha teoría ha sido un punto de partida importante para estudiar las motivaciones del humano en diferentes ámbitos. En el campo del turismo, una parte importante de las teorías sobre las motivaciones turísticas tiene su origen en la jerarquización de las motivaciones. El modelo jerárquico de necesidades de Maslow propone una secuencia de necesidades que empieza por los deseos básicos de la supervivencia llegando hasta un proceso de autoconocimiento (Devesa, et al., 2008).

Dicho lo anterior y en relación con los estudios del turismo y ocio, la teoría de la jerarquía de Maslow ayuda a comprender las diferentes demandas que motivan al viajero (Tikkanen, 2007). Cabe señalar que este modelo fue la base para el diseño de otros modelos que explican el fenómeno de las motivaciones en los viajes y particularmente el turismo.

El modelo de las necesidades ha sido adoptado para el estudio de las motivaciones en formas específicas de turismo, entre ellas el turismo gastronómico. Un ejemplo es el estudio

realizado por Tikkanen (2007) en Finlandia que reconoce que “comer es una de nuestras necesidades fisiológicas, incluso cuando estamos fuera de nuestro entorno habitual” (p.223). Con base en esto, Tikkanen clasificó las motivaciones turísticas gastronómicas utilizando la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow (ver figura 2).

Figura 2. Motivaciones turísticas gastronómicas



Fuente: Elaboración propia con base en Tikkanen (2007)

Otro de los modelos aplicados a las motivaciones turísticas es el propuesto por Pearce en 1988 (ver tabla 1) denominado The Travel Career Pattern (TCP), que también propone que las elecciones del turista asumen una jerarquía de necesidades. No obstante, para este autor, el individuo interpreta sus acciones y experiencias turísticas de mejor manera, y esto influye significativamente en las necesidades del turista, determinando así la capacidad de cualquier destino o atracción para satisfacerle al turista (Lopes, 2006). A diferencia del modelo de Maslow, en este el individuo sigue un proceso de aprendizaje a través de la experiencia turística lo que le permite determinar qué destino o atracción le satisface, pudiendo llegar incluso a la aparición de nuevas motivaciones.

Tabla 1. The Travel Career Pattern

Factores	Motivaciones
Novedad	Divertirse
	Experimentar algo diferente
Escape/ relajación	Estar lejos de la rutina diaria
	Descanso y relajación
	Alejarse de las tensiones cotidianas
Relaciones	Pasar tiempo con la familia y amigos
	Estar con otros que disfruten de las mismas cosas por hacer
	Fortalecer las relaciones interpersonales
Naturaleza	Visualizar el paisaje
	Estar cerca de la naturaleza
	Estar en armonía con la naturaleza
Autorrealización	Confianza en sí mismo
	Aprender cosas nuevas
	Conocer nuestras capacidades
	Desarrollar habilidades y capacidades
	Compartir nuestras habilidades y capacidades con otros
Autonomía	Ser independiente
	Hacer cosas por cuenta propia
Autodesarrollo	Aprender cosas nuevas
	Conocer nuevas personas
	Asistir a eventos
	Conocer la comunidad local

Fuente: Pearce (2005)

Morris y Teye (2010) en un estudio que realizaron a jóvenes mochileros de diferentes nacionalidades, identificaron las motivaciones principales de estos viajeros con base en el modelo de Pearce. En particular, se encontró que el conocimiento cultural fue una de las motivaciones constantes, y que las motivaciones más importantes en esta investigación fueron la novedad, el autodesarrollo y las relaciones con otras personas, así como explorar otras culturas, aumentar el conocimiento y experimentar actividades únicas en la vida. En tanto, el factor de la autonomía también reflejó las siguientes motivaciones: ser libre e independiente, ser de mente abierta, y organizar el viaje por cuenta propia. De manera relevante, el estudio encontró que el motivo de viaje menos importante fue el de relajación.

Otro de los modelos aplicados a las motivaciones turísticas es el de Iso-Ahola quien en 1982 propuso una teoría de la motivación del ocio basada en la psicología social, conocida como *Escape-seeking dichotomy*. Dicha teoría sugiere que la motivación del viaje surge por dos

factores: búsqueda y escape. Ambos factores pueden dividirse en aspectos personales e interpersonales, los cuales se consideran un factor de empuje que impulsa el comportamiento de los turistas (Thanabordeekij, 2018)

El modelo de búsqueda y escape incluye cuatro categorías motivacionales (ver tabla 2): escape personal; escape interpersonal; búsqueda personal y búsqueda interpersonal.

Tabla 2. Escape-seeking dichotomy

Categorías	Ítems
Escape personal	Alejarse del ambiente cotidiano
	Superar el mal humor
Escape interpersonal	Evitar a las personas que molestan
	Alejarse del ambiente social estresante
	Evitar las interacciones con los demás
Búsqueda personal	Contar a otros sobre mis experiencias
	Sentirse bien consigo mismo
	Experimentar cosas nuevas por mí mismo
Búsqueda interpersonal	Estar con personas de intereses similares
	Acercarse a amigos / familiares
	Conocer gente nueva

Fuente: Elaboración propia con base en Uysal (2006)

Al respecto, Thanabordeekij (2018) realizó un estudio utilizando este modelo para indicar la motivación de los turistas chinos que viajan a Tailandia, con el fin de comprender su comportamiento y los factores decisivos para elegir el destino. Los resultados del estudio mostraron que la dimensión de “escape personal” es la más significativa, seguida de “búsquedas personales”. Se identificó el “escape interpersonal” y la “búsqueda interpersonal” como el factor motivacional más influyente en estos turistas, lo que significa que escapar de la rutina cotidiana es más importante.

Por otro lado, la teoría de la motivación de Crompton (1979) sobre los factores *push and pull* es también una base teórica importante en el estudio de la motivación turística, siendo esta las más antigua y utilizada para explicar dicho fenómeno en investigaciones turísticas (Araujo y De Sevilha, 2017). Las motivaciones *pull*, también conocidas como de atracción, son aquellas que involucran factores externos al individuo como los atractivos del lugar, la infraestructura o el patrimonio cultural y natural. Las motivaciones *push*, es decir, de empuje, implican factores internos tales como el escape, descanso y relajación, así como la aventura

y la interacción social. Cabe señalar que para el desarrollo de esta investigación se elegirá este modelo debido a que se pretende identificar las motivaciones de las mujeres que viajan en solitario y la influencia que estas tienen en la elección del destino para la práctica de dicha tendencia.

Para ilustrar el modelo mencionado anteriormente, Kim, et al., (2009) analizaron los factores *push and pull* de los visitantes a los Parques Nacionales en Corea, se encuestaron a 2,720 visitantes de seis parques. La encuesta fue diseñada para evaluar las razones de la visita al parque, seleccionaron a los visitantes y evaluaron qué tan bien se desempeñó el parque en un conjunto de atributos seleccionados. Por un lado, se identificaron como motivaciones de empuje a la unión familiar, apreciación del recurso natural, mejora de salud, escapar de la rutina y hacer amigos; por otro lado, los visitantes eligieron los parques por sus recursos turísticos disponibles, información del parque, instalaciones, accesibilidad y transporte.

Otro ejemplo en donde dicho modelo fue adoptado es el trabajo de Monterrubio (2019) donde se identificaron las motivaciones de los asistentes al festival nudista en Zipolite, México. Entre las más importantes, sobresalen la interacción social, participación en un estilo de vida nudista, la relajación y el descanso. Según los entrevistados en este estudio, las principales características para la elección del destino fue que el lugar permitía la desnudez, al igual que los elementos propios del lugar como la playa y el clima; por último, una de las razones de viaje fue la gastronomía.

De acuerdo con los modelos y teorías de la motivación analizados anteriormente, se concluye que las motivaciones turísticas son aquellos factores que inciden en la decisión de viaje y en el comportamiento del individuo en el lugar turístico. Son diversos los modelos que se plantean para explicar el fenómeno de las motivaciones turísticas, y estos se categorizan de diferentes formas dependiendo el aporte de cada autor, sin embargo, algunos coinciden entre sí. Las teorías han sido aplicadas en diferentes estudios de caso, pero requieren mayor comprobación en contextos y formas de turismo no estudiadas hasta ahora, siendo el *solo travel* una de ellas.

1.2 Experiencia turística

La experiencia puede ser concebida como un proceso de aprendizaje (Morgan Lugosi y Ritchie, 2010). Una experiencia turística en palabras de Pereira y Silva (2018) es algo “agradable, atractivo y memorable” (p.136) que permite a cada turista construir sus propias

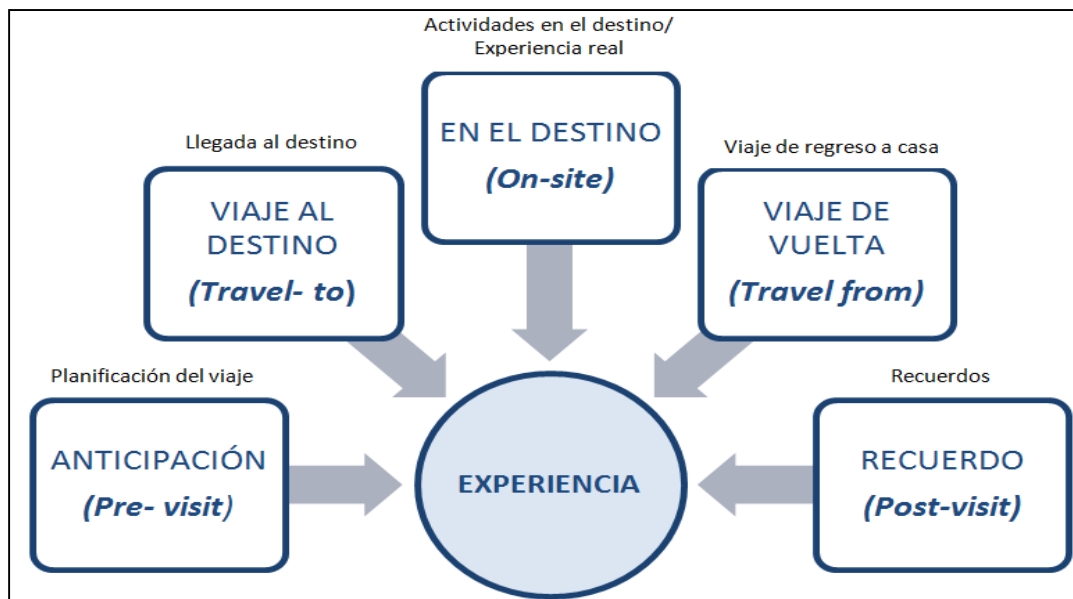
vivencias de viaje para que satisfagan una amplia gama de necesidades personales, desde el placer hasta la búsqueda de significados. Erick Cohen (2000, citado en Ahlfert, 2012) define experiencia como el “estado interior provocado por alguna cosa que nos encontramos personalmente, experimentamos o vivimos” (p.94). Desde un enfoque psicológico, se dice que los seres humanos se han caracterizado por la búsqueda de experiencias nuevas con el propósito de aprender y crecer, así como desarrollarse y mejorar (Ahlfert, 2012).

Ahlfert (2012) plantea dos ideas básicas para definir la experiencia turística: la diferencia y la novedad. Por un lado, la diferencia significa “experimentar algo que diverge de la cotidianidad” (p.94), dicho en otras palabras, en algo que aleje al individuo de lo cotidiano. Por lo que se refiere a la novedad, se usa en el sentido de lo no conocido hasta el momento o de lo no experimentado antes. Una experiencia se consigue cuando se conoce por primera vez lo que sea o se ve de una nueva manera algo que ya se conocía.

Cabe señalar que la experiencia turística sucede como resultado de un sujeto que la práctica, por tanto, se dice que la experiencia se caracteriza por ser subjetiva (Morgan Lugosi y Ritchie, 2010). Dado que cada individuo vive una realidad propia, las experiencias serán distintas para cada persona dependiendo de su bagaje sociocultural. Además, es intransferible porque la experiencia involucra a la persona, llegando a sus sentimientos, emociones y sensaciones (Quinlan y Carmichael, 2010).

Son muchos los factores que influyen en la experiencia del viajero. Según Clawson y Knetsh (1966, citado en Castaño, 2005), las experiencias del viajero se ven influenciadas no solo por las vivencias en el sitio, sino que estas se presentan en cinco fases (ver figura 3):

Figura 3. Fases de la experiencia turística



Fuente: Castaño (2005), Hammitt (1980) y Hall et al., (2000)

La experiencia turística comienza antes del viaje en la fase de anticipación (*pre-visit*), esta se refiere a cómo se planifica y anticipa el viaje; según Cox et al., (2009) los viajeros generalmente recopilan y revisan diversas formas de información al principio del proceso de toma de decisiones, esto con el fin de minimizar el riesgo de tomar una mala decisión al elegir el destino. El proceso continúa con la fase de viaje al destino (*travel-to*), posteriormente la fase en el destino (*on-site*) donde se desarrollan gran parte de las experiencias en el individuo y se refinan las expectativas que se tienen del destino; después sigue la fase viaje de vuelta (*travel from*) donde el individuo reflexiona sobre el viaje que acaba de tener lugar (Quinlan y Carmichael, 2010). El proceso concluye con el recuerdo (*post-visit*), es decir, todos aquellos recuerdos, reflexiones y aprendizajes después de que el viaje haya concluido.

Es importante resaltar que las fases mencionadas anteriormente son importantes, ya que permite identificar que la experiencia de cada individuo inicia desde que planifica su viaje. Y al término de su viaje, el viajero llega con recuerdos individuales, percepciones del lugar que visitó y de las personas, conocimiento sobre el mundo y comprensión de sí mismos (Quinlan y Carmichael, 2010). Por tanto, conseguir una experiencia satisfactoria depende en gran parte de las motivaciones del turista, de las ideas previas al viaje y de la actitud del turista cuando viaja (Ahlfert, 2012).

El reconocimiento de las cinco etapas de la experiencia turística ha sido poco abordado en investigaciones empíricas; sin embargo, un claro ejemplo es el estudio realizado por Hall et al., (2000) en el enoturismo. En términos generales, este estudio identificó como fase de anticipación la degustación previa de un vino, ya sea en casa o en algún restaurante, es aquí donde surge el deseo de viajar por conocer los viñedos; ya en el viaje, el material promocional y publicidad de la región vinícola hace que el visitante se sienta emocionado por conocer; estando en el destino, la experiencia como tal es la degustación del vino en el destino, el recorrido interpretativo y el servicio; en el viaje de regreso, nuevamente la degustación de algún vino en la aerolínea o en algún restaurante; y por último, la etapa posterior al viaje, es decir los recuerdos del viaje, resaltando la compra de un vino en la región vinícola visitada.

1.3 Solo travel

Solo travel, como lo llaman Laesser, Beritelli y Bieger (2009) y traducido al español como viajes en solitario, es un segmento de mercado en crecimiento dentro de la sociedad posmoderna, en donde los viajeros buscan diferentes experiencias, ya sea solas o con otras personas ajenas a su entorno habitual. Se demostró en el estudio de Laesser et al., (2009), realizado en Suiza, que cada vez más personas son solteras, ya sea porque no se casan, o se divorcian o enviudan, lo cual contribuye al aumento de estos viajes en solitario.

Los mismos autores clasifican este segmento en cuatro: *single-solo*, *single-group*, *collective-solo* y *collective-group*, cada uno con sus propias características. Mientras que el *single-solo* vive solo y viaja solo, es decir, sin la compañía de alguien, el *single-group* vive solo, pero viaja en grupo, ya sea con amigos o familia. Por el contrario, en el *collective-solo* el individuo vive con otras personas, pero viaja solo y el *collective-group* vive con otras personas y viaja con otros que comparten los mismos intereses, pero no con los que vive (ver tabla 3). Se demostró también que las personas solteras que viajan solas o en grupo son principalmente mujeres mayores, mientras que las otras dos categorías están compuestas principalmente por hombres jóvenes.

Tabla 3. Clasificación de *solo travel*

	SOLTERO-SOLITARIO	SOLTERO-GRUPO	COLECTIVO-SOLITARIO	COLECTIVO-GRUPO
Forma de vida	vive solo	vive solo	vive con otras personas	vive con otras personas
Forma de viaje	viaja solo	viaja en grupo	viaja solo	viaja con otras personas

Fuente: Elaboración propia a partir de Laesser, et al., (2009)

En el estudio de Laesser et al., (2009) se demostró que las personas que eligen viajar solas son en su mayoría solteras; no obstante, no todos los viajeros que practican esta tendencia lo son. En un principio, el fenómeno de los viajes en solitario se debía principalmente a la falta de compañía, familia y amigos, y se conceptualizaba al viajero como aquel que llegaba sin compañía al destino, por su propia cuenta, sin la necesidad de ser parte de un viaje todo incluido, o estar dentro de un grupo o tour (Heimtun y Abelsent, 2014).

En esta modalidad, hay dos tipos de viajeros: los que lo hacen por defecto y los que lo hacen por elección. El primero se refiere a que, si fuera por ellos, no viajarían solos si tuvieran la oportunidad de viajar con su pareja, familia o amigos; esto sucede, por ejemplo, en casos donde el individuo viaja por motivos de trabajo. Los viajeros por elección, como su nombre lo indica, son quienes eligen y deciden no viajar con otros, en este caso son aquellos que viajan por placer. En este último, ellos tienen más flexibilidad y libertad de elegir el destino en comparación con los que eligen viajar en compañía (Heimtun y Abelsent, 2014).

Los viajes en solitario se encuentran entre los segmentos de mayor crecimiento en los últimos años, impulsados por cambios en las estructuras sociales y estilos de vida (Abbasian, 2019), resultando importante para agencias de viaje y los operadores turísticos de diferentes partes del mundo (Laesser, et al., 2009; Bianchi, 2016).

En cuanto a las motivaciones de estos viajeros, Bianchi (2016) refiere que están relacionadas con los factores de empuje tales como explorar y aprender sobre nuevas culturas, así como sentir confianza en uno mismo. Igualmente plantea que las principales motivaciones para los viajeros son el hedonismo, es decir, el deseo de viajar sin abstenerse de la comodidad. Y su motivo principal de los viajeros en solitario es la necesidad de fomentar y desarrollar redes sociales conociendo gente nueva, lo cual representa una satisfacción para ellos.

Actualmente hay personas que están acostumbradas a realizar viajes o desafíos solos. Por lo general, quienes tienen buenas experiencias en estas aventuras son personas que anteriormente han tenido experiencias positivas en sus viajes. Sin embargo, también están conscientes de los riesgos que representa emprender un viaje solo (Bianchi, 2016).

1.4 Participación de las mujeres en los viajes

Históricamente, los viajes y el turismo contemporáneo tuvieron sus orígenes por lo que se conoce como el '*Gran Tour*', donde jóvenes de clase alta se desplazaban a diferentes lugares de Europa con motivos totalmente educativos; sin embargo, estos viajes se limitaban debido a que, en su mayoría, sólo los hombres podían tener acceso a ellos. Desde entonces se mostraba la desigualdad que existía en los viajes y la limitación que tenían las mujeres al viajar.

Wilson y Little (2005) sostienen que las mujeres han viajado y explorado solas durante muchos siglos, prueba de ello son algunos de los relatos históricos. Antecedentes indican que las mujeres escribieron sobre sus viajes en diarios personales y cartas que enviaban desde el lugar donde se encontraban, obras que podrían considerarse como autobiográficas (Ávila, 2017); sin embargo, "las mujeres generalmente han sido pasadas por alto en la historia de los viajes [...], las mujeres viajaban, pero sus voces dentro de la historia del turismo apenas comienzan a escucharse" (Wilson y Little, 2005, p.156). Por lo tanto, académicamente poco se sabe sobre los antecedentes de la participación de las mujeres en los viajes en solitario.

A finales del siglo XIX surgieron movimientos sociales de mujeres exigiendo igualdad, por esta razón, se ha percibido un cambio significativo en el aumento de la participación femenina en los viajes contemporáneos a diferencia de las generaciones anteriores. A pesar de la escasa participación de las mujeres en la sociedad, estudios demuestran que "las convenciones sociales sobre los roles y el comportamiento de las mujeres han cambiado considerablemente en gran parte del mundo occidental. Las oportunidades de educación y empleo de las mujeres han aumentado y mejorado" (Wilson y Harris, 2006, p.163). Además, otros factores que mencionan Jordan y Gibson, (2005) tales como mayores ingresos, derecho a vacaciones y una reducción en el costo de los viajes al extranjero han hecho que los viajes se vuelvan accesibles para la sociedad y ya no exclusivos para cierto sector o segmento de la población.

1.5 Experiencias de las mujeres en los viajes en solitario

Algunos estudios han analizado el riesgo en los viajes, especialmente para las mujeres (Gibson y Jordan, 2005; Wilson y Little 2008). Estos estudios han revelado en general que las mujeres que viajan solas se sienten más preocupadas sobre su seguridad y creen que son más vulnerables al riesgo (Gibson y Jordan, 2005). En particular, se ha confirmado que las mujeres que viajan solas muestran un alto nivel de riesgos debido a su género. De esta forma, se concluye que las diferencias de género pueden influir y explicar parte de las experiencias de las mujeres en sus viajes. Las experiencias de viaje están asociadas a cuestiones de género social y culturalmente construidas, inhibidas por factores sociodemográficos e influenciadas por las expectativas individuales.

En general, se considera que las mujeres enfrentan más barreras sociales y culturales cuando viajan solas, por ejemplo, cuando comen solas en lugares públicos, las mujeres en algunas ocasiones se suelen sentirse excluidas (Heimtun y Abelsen, 2014). Comer sola se experimenta como incómodo por las críticas negativas de las personas hacia estas mujeres, incluso se estaría hablando de discriminación por permanecer solitarias. Esto da pauta a que “independientemente del género y la edad, la soledad en tales lugares evoca sentimientos de marginalidad y soledad” (Heimtun y Abelsen, 2014, p.169).

Muchas mujeres que viajan solas experimentan una sensación de empoderamiento, pero también de desafíos (Yang, Khoo-Lattimore y Arcodia, 2018). Un estudio realizado por Jordan y Aitchison (2008) abordó aspectos del poder y la vigilancia social en el caso de las mujeres que viajan solas, explicando que las mujeres son observadas como objetos a través de la mirada de los hombres, por tanto “a ellas les preocupa que los hombres en los destinos interpreten su soledad como una necesidad de búsqueda sexual” (Jordan y Aitchison 2008, p.199); en otras palabras, que sean vistas como personas que buscan relaciones o encuentros sexuales con ellos. Esto, por supuesto, es un impacto negativo en la experiencia de las mujeres.

Con respecto a lo anterior, Valentine (1989) propuso un concepto denominado *Geography of women's fears*, el cual, asociado a los viajes en solitario, explica que las mujeres que viajan solas se preocupan más por los riesgos asociados al género que se presentan durante su viaje; estos riesgos son, por mencionar algunos, “violencia, acoso sexual y miradas masculinas” (Heimtun y Abelsen, 2014, p.164).

De acuerdo con Wilson y Little (2008), para analizar las experiencias de las mujeres que viajan solas, es relevante retomar el concepto de Valentine (1989) ya que este da la pauta para abarcar de mejor manera las experiencias negativas de las mujeres en los espacios turísticos. Las experiencias turísticas de las mujeres en el estudio realizado por Wilson y Little (2008) analizado desde el concepto *Geography of women's fears*, se sintetizan de la siguiente manera: preocupación por la percepción de los demás, vulnerabilidad en el lugar y ser objeto sexual para los hombres.

Las experiencias y limitaciones de viaje cambian dependiendo del contexto geográfico, ya que en países occidentales y primer mundo han mejorado la visión de las mujeres hacia los viajes, es decir, las mujeres occidentales se han sentido más libres y empoderadas, a diferencia del contexto asiático, donde aún permean las preocupaciones en mujeres.

Un caso de estudio particular es el de Seow y Brown (2018), quienes argumentan que en diferentes partes del mundo prevalecen los prejuicios y estereotipos hacia las mujeres, en consecuencia, ellas suelen estar limitadas debido a los roles de género impuestos por la sociedad. Las participantes de diferentes nacionalidades tuvieron que desafiar y resistir las limitaciones sociales y las expectativas de género para poder emprender su viaje. En su decisión de viajar en solitario, desafiaron las expectativas socioculturales de ellas como mujeres asiáticas. Se señaló que las mujeres asiáticas estaban menos inclinadas a viajar solas debido a las limitaciones sociales relacionadas con el contexto cultural, social y de género; sin embargo, esta situación no importó, puesto que estaban decididas y dispuestas a resistir la presión que se les impone para viajar solas. Una limitación de viaje que enfrentaron estas mujeres fueron las miradas masculinas incómodas las participantes sintieron que su herencia asiática les atrajo más atención de hombres, por lo que se concluyó que su apariencia asiática las diferencia y las hace más vulnerables.

Cabe resaltar que las limitaciones en el ámbito de los viajes se definen como “factores que inhiben la capacidad de las personas para participar en actividades de ocio [...]” (Yang y SunTung, 2018, p. 508). Según el modelo de las limitaciones (Crawford y Godbey, 1987, citado en Yang y SunTung, 2018), estas se clasifican en tres categorías: intrapersonales, interpersonales y estructurales. Las intrapersonales involucran estados y atributos psicológicos; las interpersonales reflejan las interacciones interpersonales; y las estructurales incluyen factores físicos y demográficos (tabla 4).

Tabla 4. Limitaciones en los viajes

Categorías	Factores
Intrapersonal	Miedo/riesgo
	Salud
	Actitudes de familiares y amigos
	Falta de interés
	Estrés
	Timidez/inseguridad
Interpersonal	Compromiso familiar y social
	Falta de compañero de viaje
Estructurales	Distancia del destino
	Instalaciones convenientes
	Falta de dinero
	Falta de tiempo
	Falta de información
	Transporte
	Compromiso familiar y social

Fuente: Yang y SunTung (2018)

De acuerdo con el modelo anterior, las limitaciones en los viajes son variadas; estas intervienen en la preferencia y la participación de los viajeros en determinada tendencia o modalidad de viaje. Una de las limitaciones de los viajes en solitario es la influencia de la familia (Yang y SungTung, 2018), ya que la familia representa un factor que impacta en las decisiones de estos viajeros. En general, tanto en hombres como en mujeres, la familia y específicamente los padres, pueden cuestionar la capacidad y las posibilidades de las personas que viajan solas por una serie de limitantes, incluidos el tiempo y el dinero (Yang y SungTung, 2018). La influencia de familia en un individuo es dependiente de la cultura, es decir, las presiones familiares pueden tener diferentes connotaciones dependiendo de si se consideran, por ejemplo, desde una perspectiva occidental. En otras palabras, los viajeros dependiendo de su cultura pueden ser influenciados por su familia. En particular, la familia de las mujeres que deciden viajar solas puede expresar inquietudes o preocupaciones relacionadas principalmente con la seguridad (Yang y SungTung, 2018; Wilson y Little, 2005).

Por otro lado, las percepciones y opiniones de los demás con respecto al viaje en solitario crean en mujeres una sensación de temor y duda, especialmente antes del viaje. En un estudio realizado por Yang y SunTung (2018), las mujeres se sintieron restringidas por los puntos de vista de sus familiares: muchas de estas mujeres discutieron cómo, en su vida

diaria, las percepciones de los demás ejercían presiones sobre ellas y afectaban la capacidad para alcanzar los objetivos deseados. En un estudio similar al anterior, algunas mujeres contaron a otras personas sobre sus planes o sueños para viajar al extranjero, y se encontraron con reacciones como desaprobación, sorpresa, miedo y enojo, sin embargo, las actitudes y los comentarios de amigos, compañeros de trabajo y familia, no impidieron que estas mujeres emprendieran su viaje (Seow y Brown, 2018).

Muchas mujeres enfrentan limitaciones en cuanto a desaprobación por parte de otras personas hacia su viaje, de la misma manera experimentan miedo y dudas sobre su capacidad para viajar solas (Wilson and Little, 2008). En un estudio realizado por Wilson y Harris (2006) se demostró que, al viajar solas a otros países, muchas mujeres recibieron críticas negativas, generalmente por hombres. Esta limitación está directamente relacionada con el hecho de que las mujeres eran occidentales y porque viajaban solas y no acompañadas por una figura masculina. Según Wilson y Little (2008), las percepciones de la comunidad local hacia las viajeras cambian dependiendo la cultura del país en el que viajaban, de ahí la necesidad de explorar las experiencias de viajes en solitario en contextos culturales aún no estudiados. Los países musulmanes, por ejemplo, son percibidos por estas viajeras como lugares donde la restricción hacia las mujeres es frecuente.

Para las mujeres viajeras, una limitación sociocultural predominante en los destinos son las miradas masculinas (Jordan y Aitchison, 2008), estas se manifiestan como formas de hostigamiento físico y sexual en diferentes países y contextos. En los viajes en solitario, el hostigamiento es constante en las historias de las mujeres, y se evidencian a través de narraciones de mujeres que han sido violentadas verbalmente, sometidas a actos perversos, o en el extremo de los casos, violadas (Jordan y Gibson, 2005; Seow y Brown, 2018; Heimtun y Abelsen, 2014). Lamentablemente, en la mayoría de los casos las mujeres son vistas como objetos sexuales porque están solas. Esto provoca frustración y una mayor sensación de temor personal y vulnerabilidad, ya que las mujeres continuamente son sensibles a los hostigamientos sexuales, especialmente en los destinos no occidentales.

Estrechamente relacionado con el contexto sociocultural, otras limitaciones se centran en las creencias, actitudes y percepciones personales de las mujeres. Para Wilson y Little (2008), las limitaciones personales de las mujeres que viajan solas reflejan la existencia de dudas y temores percibidos respecto a su capacidad tanto económica como social, esta última relacionada con la falta de experiencia en los viajes. Durante el viaje, las limitaciones personales como temor y vulnerabilidad persisten en los viajes en solitario. La soledad

también es una restricción personal que agudiza el miedo y vulnerabilidad de las mujeres (Heimtun y Abelsen, 2014).

Debido a la construcción social del género femenino, el sistema patriarcal, en un ámbito sociocultural, ha provocado que a las mujeres se les consideren como obedientes, dependientes, opresivas, sin la capacidad de tomar decisiones, que estén inmersas en el trabajo doméstico, que deben de casarse y tener hijos; justo como lo dicta la sociedad dominante.

“Lo femenino, asignado a la mujer, se ubica de modo exclusivo en el ámbito privado, doméstico, familiar. El ámbito privado aparece como el propio de la mujer [...] Por ser la mujer quien está mejor dotada para el ámbito de lo privado y las exigencias que de éste se derivan, es que se busca evitar históricamente el acceso al trabajo, a la educación, a la ciencia y desde luego a las esferas de poder y toma de decisiones” (Delgado, 2008, p.116)

En este sentido, Jordan y Gibson (2005) abordan su estudio desde la teoría de ‘vigilancia y poder’, propuesta por el sociólogo francés Michael Foucault, ésta establece que “los cuerpos humanos son sometidos diariamente a un proceso de disciplina y autodisciplina que depende del ejercicio del poder a través de la vigilancia social” (p.198). Dicho de otra manera, nosotros como individuos nos vigilamos unos a los otros, juzgándonos y por ello algunas personas no se sienten en la libertad de participar, o bien, se sienten oprimidas por el poder, la autoridad y el dominio.

La relación que guarda la teoría de vigilancia y poder con respecto a las mujeres viajeras es que son un grupo vulnerable en la sociedad, vigiladas por otros, en este caso por los hombres o personas conservadoras, pudiendo ser incluso otras mujeres, haciendo que sientan temor y miedo de ser juzgadas por el simple hecho de viajar solas, sin la compañía de un familiar o de un hombre. Otro caso se da durante el viaje cuando se sienten inseguras en el destino por diversas razones, principalmente por el acoso sexual que han sufrido algunas (Berdychevsky y Gibson, 2015).

1.6 Solo travel como objeto de estudio

Las investigaciones turísticas que se han realizado en torno a los viajes en solitario, mayormente han sido aplicadas en el contexto anglosajón y recientemente en el asiático, enfocadas mayormente en mujeres, es decir, se han tomado como referencia a las mujeres

de Australia (McNamara y Prideaux, 2010), Nueva Zelanda (Wilson y Harris, 2006), Reino Unido y Estado Unidos (Jordan y Gibson, 2005) y Vietnam (Osman, et al., 2019) para el análisis de dicho fenómeno. Lo interesante es que la mayoría de las investigaciones son realizadas por mujeres y planteadas desde un enfoque de género.

Entre los hallazgos de estas investigaciones sobresalen que las mujeres pueden desarrollar un sentido de identidad, confianza y empoderamiento cuando viajan solas. Por ejemplo, en la investigación de Wilson y Little (2005) se demostró que las mujeres buscan aventuras, interacciones humanas, autocomprensión y confianza en sí mismas cuando viajan solas. Las viajeras entrevistadas por McNamara y Prideaux (2010) se sentían más seguras, empoderadas y fuertes como resultado de sus viajes. De la misma manera, en el estudio de Wilson y Harris (2006) se menciona que las experiencias de viaje en solitario brindan a las mujeres libertad y autonomía.

Gran parte de los estudios realizados sobre los viajes en solitario se han enfocado en gran medida en las motivaciones, experiencias, riesgos y limitaciones que han enfrentado los viajeros antes y durante sus viajes (ver tabla 5). Los datos se recolectaron mayormente a través de una metodología cualitativa, solo dos de nueve investigaciones analizadas, se realizaron cuantitativamente y dos con metodología mixta. Cabe mencionar que las experiencias de viaje cambian dependiendo del contexto geográfico, como se verá a continuación los contextos relevantes fueron anglosajón y asiático, solo dos casos de estudio fueron de países escandinavos (Heimtun y Abelsen, 2014; Abbasian, 2019). El sujeto de investigación de los primeros cuatro estudios fueron tanto hombres como mujeres, mientras que el resto solo se centraron solo en mujeres.

Tabla 5. Estudios empíricos sobre *solo travel*

Autora/ autor	Nacionalidad de las / los participantes	Variables	Metodología
Heimtun y Abelsen (2014)	Noruega	Perspectiva de género	Muestreo por conveniencia Cuestionario Hombres y mujeres
Bianchi (2016)	Australia	Motivaciones	Técnica del Incidente Crítico (CIT) Bola de nieve Entrevistas semiestructuradas Hombres y mujeres
Abbasian (2019)	Suecia	Motivaciones y experiencias	Cuestionarios Hombres y mujeres

Yang y SunTung (2018)	China	influencia de familia	Muestreo por conveniencia Bola de nieve Cuestionarios Entrevistas semiestructuradas Hombres y mujeres
Jordan y Gibson (2005)	Estados Unidos Y Reino Unido	Motivaciones y experiencias	Muestreo teórico Método comparativo constante Entrevistas en profundidad Mujeres
Wilson y Harris (2006)	Australia Y Nueva Zelanda	Viaje significativo	Método comparativo constante Comparación de dos estudios cualitativos
McNamara y Prideaux (2010)	Australia	Motivaciones, patrones de viaje y comportamiento	Cuestionarios Mujeres
Yang, Khoo-Lattimore y Arcodia (2018)	Singapur, Japón, Taiwán, Malaysia, Corea, Tailandia	Riesgos y negociación	Bola de nieve Técnica de entrevista: foto-elicitación Entrevistas en profundidad Mujeres
Seow y Brown (2018)	Taiwán, Corea, Vietnam, Malaysia, China, Indonesia	Motivaciones, experiencias y limitaciones	Entrevistas semiestructuradas Bola de nieve Análisis temático Mujeres

Fuente: Elaboración propia

Tal como se observa en la tabla anterior, los estudios relacionados con los viajes en solitario han sido diversos. Si bien la investigación de viajes en solitario ha contribuido a la literatura, la mayoría de estos estudios tienen un enfoque de género, particularmente en las motivaciones y limitaciones de las mujeres que viajan solas, pero se desconocen sus patrones de viaje, motivaciones y experiencias en un contexto latinoamericano, por lo que la presente investigación pretende contribuir a este vacío del conocimiento turístico.

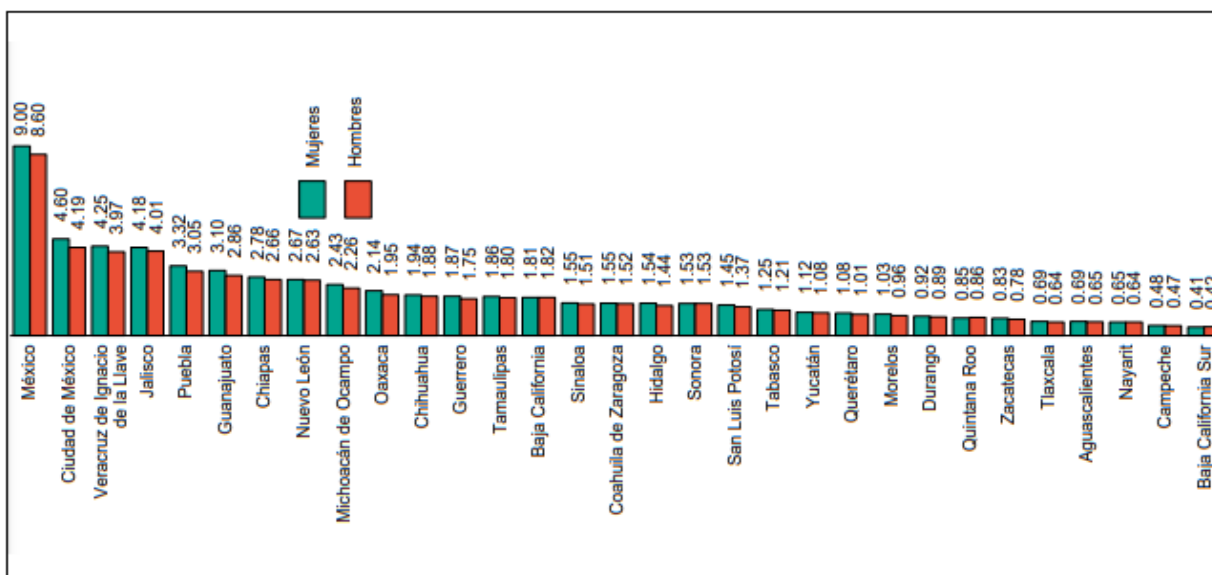
CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Demografía de las mujeres en México

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en México, en la década de 1970 se empezó a notar un ligero incremento en la cantidad de mujeres respecto a la cantidad de los hombres. Para 2010, esta diferencia se había acentuado hasta llegar a 2.6 millones de mujeres más que el total de la población de varones en el país. En términos estadísticos y de acuerdo con el censo poblacional realizado en 2010, para ese año había 95 hombres por cada 100 mujeres. Al 2015 habría poco más de 119 millones de personas de las cuales 58 millones eran hombres y 61 millones mujeres (INEGI, 2015).

En 28 de las 32 entidades federativas, la cantidad de mujeres supera la de los hombres (ver gráfica 1); en particular las entidades que cuentan con una mayor presencia de mujeres son México, Ciudad de México, seguido de Veracruz, Jalisco y Puebla. En tanto, los estados de Baja California Sur, Quintana Roo y Baja California son las entidades donde la presencia relativa de mujeres y hombres es casi igual dentro de su estructura poblacional (INEGI, 2018).

Gráfica 1. Mujeres y hombres según entidad federativa (cifras expresadas en millones)



Fuente: INEGI (2018)

En México los cambios en los patrones sociales han provocado un decremento en los matrimonios como práctica. En la Encuesta Intercensal del 2015, se destaca que, de la

población total, el 31.5% de las mujeres eran solteras, en contraste con el 30.1% de los hombres. En las localidades urbanas es mayor la población que permanece soltera después de los 30 años de edad, particularmente entre mujeres; además, mientras que las mujeres tienden a permanecer sin pareja una vez que se disolvió su vínculo conyugal, los hombres vuelven a unirse (INEGI, 2017). Lo anterior es uno de los muchos patrones sociales que posibilitarían los viajes de mujeres en solitario.

La demografía de la mujer en México en términos de educación demuestra que de los 36.6 millones de estudiantes matriculados en el Sistema Educativo Nacional (SEN) durante el ciclo escolar 2016-2017, poco más de la mitad son mujeres (ver tabla 6). Se observa una distribución similar en mujeres y hombres inscritos en los tres niveles. La tasa femenina en educación media es mayor que la masculina; sin embargo, en educación superior, la tasa masculina es ligeramente mayor que la femenina. La diferencia de género en favor de las mujeres se observa en el nivel de posgrado.

Tabla 6. Mujeres y hombres inscritos en el sistema educativo nacional

Nivel educativo	Mujeres	Hombres
Educación básica (%)	69.3	71.5
Preescolar	13.3	13.6
Primaria	37.9	39.4
Secundaria	18.1	18.6
Educación media superior (%)	14.1	13.9
Profesional técnico	13.9	13.8
Bachillerato	0.2	0.2
Educación superior (%)	10.2	10.4
Técnico superior	0.4	0.6
licenciatura	0.4	0.1
Posgrado	0.8	0.6
Otro (%)	6.4	4.2
Captación para el trabajo	6.4	4,2

Fuente: INEGI (2018)

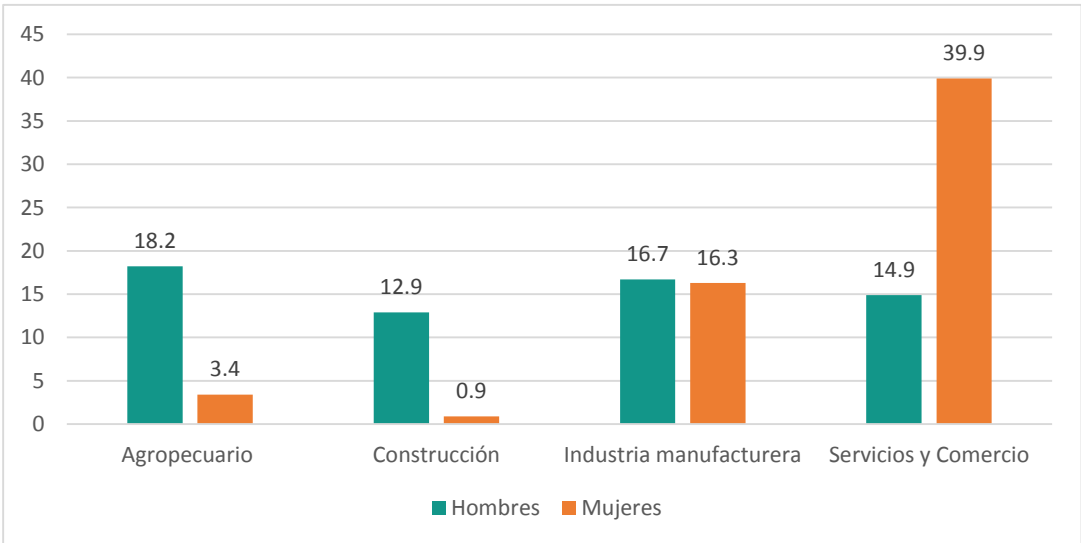
Según los datos de estudiantes a nivel licenciatura de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), se registra un mayor porcentaje de mujeres que de hombres en áreas de estudio como Educación, Salud, Ciencias Sociales, incluyendo Administración y Derecho, Artes y Humanidades (INEGI,

2018). En cuanto a la investigación, se registró un padrón con más de 27 mil investigadores vigentes y candidaturas al Sistema Nacional de Investigadores (SNI), de las cuales la mayoría son hombres; las mujeres representan solo el 37%. Cárdenas (2015, p.67) argumenta que “la participación de las mujeres en la investigación científica y el desarrollo tecnológico sigue siendo escasa, a pesar de que el porcentaje de mujeres es significativo entre quienes concluyen estudios universitarios”.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2019, la tasa de participación económica, a nivel nacional presenta diferencias importantes entre ambos sexos; hombres (77.5%), y mujeres (43.7%). A nivel de las entidades, Colima es la entidad con la más alta participación económica femenina (55.5%). Las mujeres en México se dedican mayormente a las actividades de comercio y servicios (ver gráfica 3). Según las estadísticas 40% de los puestos de trabajo que se generaron en sectores como la cultura y el turismo fue ocupado por mujeres.

Aproximadamente un tercio de las mujeres disponen de ingresos propios y además cuentan con el ingreso por otros apoyos, como becas y programas sociales (INEGI, 2018). Según grupos de edad, el mayor ingreso promedio corresponde al grupo de 50 a 59 años con 25,461 pesos y el menor ingreso al grupo de edad de 12 a 19 años con 4,713 pesos. Por nivel de escolaridad, el ingreso promedio trimestral monetario más alto corresponde a posgrado completo o incompleto con 86,880 pesos en tanto que para quienes reportaron tener a lo más primaria completa es de 8,527 pesos (INEGI, 2019).

Gráfica 2. Ocupación de mujeres y hombres según sector de actividad (cifras expresadas en porcentaje)



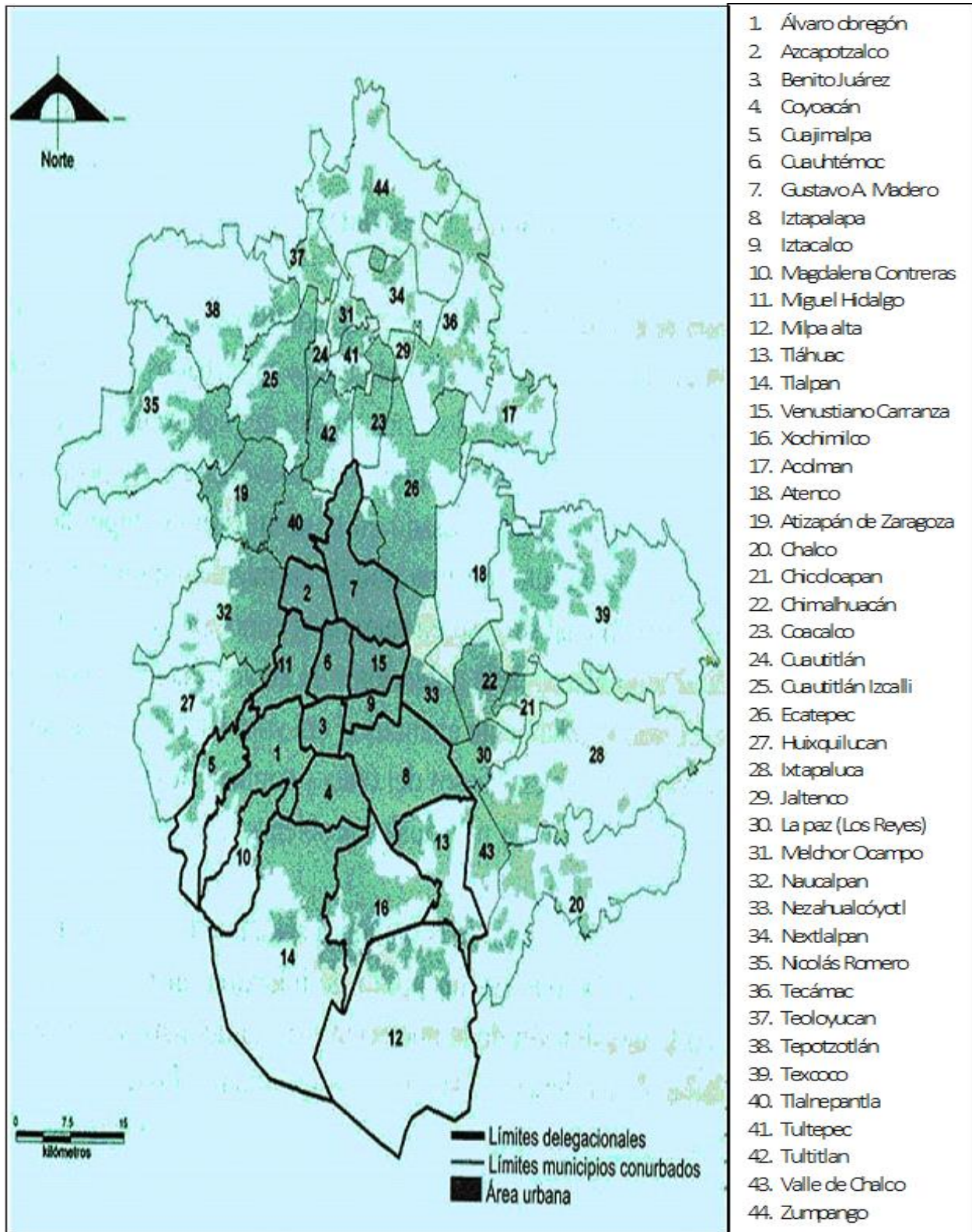
2.2 Zona Metropolitana del Valle de México

La Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM) es el centro económico, financiero, político y cultural de México, cuenta con 44 municipios del Estado de México y 16 alcaldías de la Ciudad de México (ver ilustración 1), con una población total de 19 millones 239 mil 910. La Ciudad de México es la sede del gobierno federal, así como el núcleo urbano de la Zona Metropolitana. Con respecto a su población, es la tercera zona metropolitana más grande, después de la Región Metropolitana de Sao Paulo, y la más grande del mundo fuera de Asia (OCDE, 2015).

La industria en el Valle de México se concentra en servicios de alto valor agregado, especialmente en servicios financieros y de seguros; además, las áreas de comunicaciones y transportes, bienes raíces y servicios empresariales representan un porcentaje relativamente alto de empleo. Según la OCDE (2015), en 25 municipios el número de hombres respecto al de mujeres es mayor entre la población que reside en localidades con menos de 2,500 habitantes; sobresale Tlalnepantla de Baz con 188 hombres por cada 100 mujeres.

Pocos estudios se han realizado respecto a la composición sociodemográfica de la ZMVM, por lo que se desconocen detalladamente algunas cifras recientes; sin embargo, un estudio de la OCDE (2015) menciona que en la Ciudad de México y los municipios al norte de ésta reside la población con más alto nivel educativo media superior y superior, quienes por lo general gozan de ingresos comparativamente altos. En contraste, en muchos barrios periféricos, el nivel promedio de escolaridad se ubica por debajo de la edad escolar obligatoria mínima.

Ilustración 1. Mapa Zona Metropolitana de la Ciudad de México

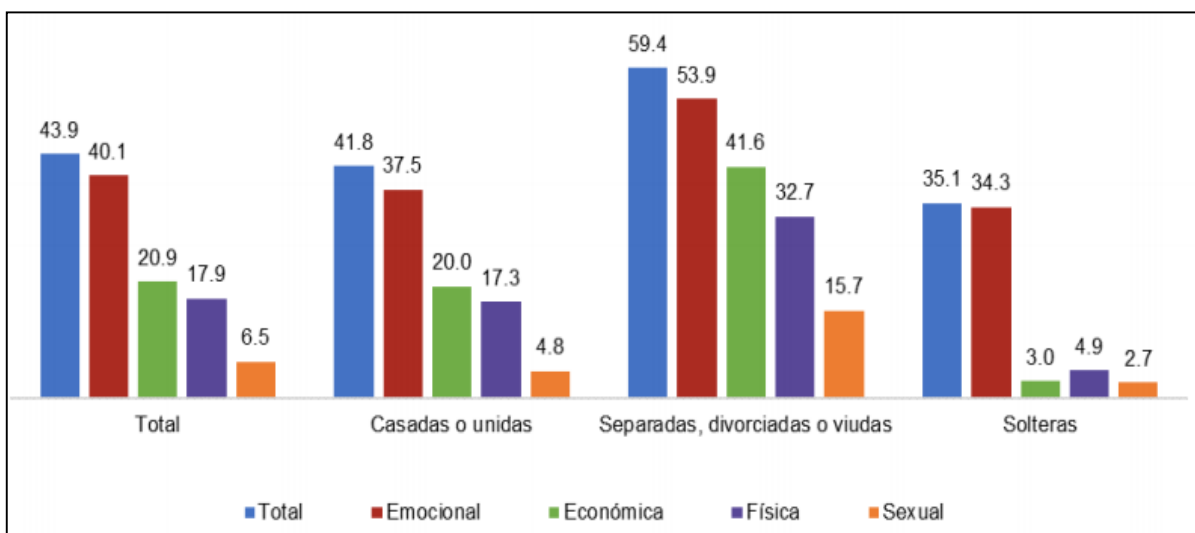


Fuente: <http://www.eumed.net>

2.3 Violencia de género en México

Según estadísticas del INEGI (2018), en México la violencia contra las mujeres prevalece en las relaciones de pareja, ya sea por unión, matrimonio o noviazgo. En estas relaciones se ejercen con frecuencia y severidad agresiones de todo tipo contra las mujeres (ver gráfica 3). Según el comunicado de prensa “Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer” del INEGI (2018), las agresiones más experimentadas por las mujeres son las de carácter emocional (ver gráfica 3). El 40.1% ha vivido al menos una vez a lo largo de su relación insultos, amenazas, humillaciones y otras ofensas de tipo psicológico o emocional. A éstas les siguen las de tipo económico, tales como el control o el chantaje, mientras que las agresiones corporales y sexuales se ubican por debajo de aquellas. Es importante señalar que, si bien entre las mujeres solteras las prevalencias son más bajas en todos los tipos de violencia, los resultados muestran signos de alerta (INEGI, 2018).

Gráfica 3. Prevalencia de la violencia de género



Fuente: INEGI (2018)

En el año 2018, ONU Mujeres en coordinación con el Gobierno de la Ciudad de México realizaron un estudio sobre la violencia sexual en el transporte y otros espacios públicos en la Ciudad de México, dicho estudio reveló que es elevado el porcentaje de mujeres que manifestaron tener miedo a sufrir un ataque sexual en los transportes y espacios públicos de la CDMX (ver tabla 7), siendo elevada la percepción de temor en calles y espacios públicos (81.3%) respecto del transporte público (77.4%). Es importante señalar que, lejos de la creencia de que las mujeres se han acostumbrado a la violencia sexual en su contra,

para la mayoría de las mujeres que han sido víctimas de por lo menos uno de los actos violentos considerados en la encuesta, todos los actos violentos son considerados graves.

Tabla 7. Porcentaje de mujeres que vivieron un acto violento por lo menos una vez en el transporte y espacios públicos

Acto violento	Porcentaje de ocurrencia en el largo plazo	Porcentaje de ocurrencia en último año	Le parece grave %
Le miraron morbosamente el cuerpo	81.7	71.4	86.1
Le dijeron piropos obscenos u ofensivos de carácter sexual	81.2	70.0	70.3
Se le recargaron con el cuerpo con intenciones de carácter sexual	65.8	51.1	95.9
Le dijeron palabras ofensivas o despectivas respecto de usted o de las mujeres	57.3	49.2	86.8
Le hicieron sentir miedo de sufrir un ataque o abuso sexual	53.0	39.9	97.6
La tocaron o manosearon el cuerpo sin su consentimiento	50.9	35.2	96.8
Le dieron una nalgada	37.1	23.0	96.5
Ellos le mostraron los genitales	25.8	13.5	96.6
Le susurraron cosas al oído	24.0	19.9	86.1
Ellos se tocaron los genitales o se masturbaron en frente de usted	23.5	14.1	95.8
La persiguieron con intención de atacarla sexualmente	22.4	13.9	99.1

Fuente: ONU MUJERES (2018)

Para efectos de este apartado se retomará el concepto de *Geography of women's fear*, planteado en el capítulo 1 de la presente investigación. Dicho concepto se asocia estrechamente con la inseguridad que han experimentado las mujeres en espacios públicos tanto en CDMX como en el Estado de México, puesto que, en el estudio de Valentine (1989), mujeres percibieron mayor peligro frente a los hombres en espacios públicos a pesar de que las estadísticas sobre violencia de género enfatizaban que ellas corrían mayor riesgo en el hogar. Esto se debe a que, en público, “el comportamiento de cualquier extraño es impredecible y descontrolado” (Valentine, 1989, p 386). Adicionalmente, la autora de *Geography of women's fear* afirmó en su estudio que las mujeres que se encuentran en lugares donde se perciben que están en riesgo, están constantemente alertas a su entorno. Como resultado, la mayoría de las mujeres, especialmente en la noche, tienen mayor precaución en su trayecto y evitan transitar por calles poco concurridas. A su vez, la

percepción de miedo podría estar influenciada en las experiencias de las mujeres en los viajes en solitario.

Este último aspecto coincide con las medidas de seguridad tomadas por mujeres ante la percepción de inseguridad presente en las mujeres usuarias de los espacios y el transporte públicos en la CDMX, propiciada por las frecuentes situaciones de violencia sexual que enfrentan en dichos ámbitos, las mujeres señalan varias medidas o acciones de cuidado que llevan a cabo al transitar en espacios y transportes públicos (ver tabla 8)

Tabla 8. Medidas ante la inseguridad

Debido a la inseguridad que siente, ¿qué medidas ha tomado al usar el transporte público o al transitar en espacios públicos?	Porcentaje ajustado a 100%	Porcentaje de casos con menciones
Procura andar acompañada en el transporte	16.4%	28.4%
No sale de noche o muy temprano por la mañana	14.6%	25.2%
Procura no caminar sola por la calle	13.8%	23.8%
Usa ropa holgada o muy cubierta	9.1%	15.7%
Cambia constantemente de rutas de traslado	8.1%	14.1%
Usa vagones exclusivos para mujeres	7.5%	10.5%
La llevan o la recogen a la estación más cercana de su casa	6.0%	8.5%
Veo para todos lados	4.9%	7.7%
Usa el transporte lo menos posible	4.5%	5.2%
No se sube a taxis en la calle	3.0%	4.2%
Me defiendo	.9%	1.5%
No asiste sola a mercados	.7%	1.3%
Cargo algo para defenderme	.7%	1.1%
No permitir el contacto	.6%	1.1%
Ir rápido	.6%	1.1%
Que haya gente en el transporte	.5%	.8%
Evitar a los hombres	.5%	.8%
No frecuenta plazas o parques	.4%	.7%
Observar a la gente / evitar personas sospechosas	.4%	.6%

Fuente: ONU MUJERES (2018)

El Estado de México es considerado como uno de los territorios mexicanos con una de las mayores expresiones de violencia en contra de las mujeres (Hernández y Colorado, 2018). En el estudio titulado “Violencia contra las mujeres en el Estado de México” Gutiérrez (2012) hace referencia a una encuesta realizada donde el 55.1% de las mujeres de esta entidad reportó haber sufrido cuando menos un incidente de violencia en su vida (ofensas, abuso, agresiones de carácter sexual) en espacios públicos como calles, centros de recreación o diversión, o privados, en su casa o casa de otras personas. Irónicamente, el grupo más vulnerable a sufrir violencia de este tipo, según la encuesta, son las mujeres solteras,

seguido de mujeres casadas o unidas y, finalmente, las mujeres que alguna vez vivieron en pareja.

2.4 Turismo en México

De acuerdo con estimaciones realizadas a partir de información de la Organización Mundial de Turismo, en 2017 México alcanzó el sexto lugar en la clasificación de llegada de turistas internacionales al superar a Turquía, Reino Unido y Alemania, por lo que México es hoy más competitivo en materia turística (SECTUR, 2018), al menos en cuanto a llegada de turistas.

La llegada de visitantes extranjeros vía aérea proviene mayormente de Estados Unidos y pasó de 5.67 millones durante enero a junio de 2017 a 5.74 millones en el mismo lapso de 2018, cifra superior en 1.2 por ciento. La llegada de visitantes extranjeros del Reino Unido pasó de 240 mil pasajeros de enero a junio de 2017 a 255 mil pasajeros en el mismo periodo de 2018, lo que representó 6.1% de incremento. Destaca la llegada de extranjeros del Perú, ya que se tuvo un incremento, al pasar de 83 mil personas de enero a junio de 2017 a 105 mil durante el mismo lapso de 2018. Los aeropuertos que recibieron el mayor número de visitantes extranjeros en México fueron Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara y Monterrey (SECTUR, 2019)

En un estudio avalado por SECTUR se identificaron dos mercados generadores de flujo de turismo doméstico: Ciudad de México y Guadalajara, en ambos casos se incluyó su zona conurbada. Asimismo, se demostró que la Ciudad de México representa la mayor intensidad de flujo como destino y como emisor (Ruiz y Fuentes, 2014).

México es parte del selecto grupo de 17 países reconocidos como megadiversos, cuenta con 181 Áreas Naturales Protegidas (ANP), en donde se conservan bosques, selvas, desiertos y muchas especies en peligro de extinción, de las cuales 70 ANP están abiertas para la visita de turistas, en donde se pueden ver sus hermosos paisajes y disfrutar de su biodiversidad de animales y plantas, así como practicar turismo de aventura (SECTUR, 2018). Según el 6° Informe de labores de la SECTUR, durante el 2017, México se posicionó como líder mundial en arribo de turistas internacionales vía marítima (cruceros), recibiendo a 7 millones 299 mil 280 pasajeros.

Pese que México se encuentra dentro de los 10 países más visitados en el mundo, los problemas sociales, incluidos la inseguridad, pone en peligro a los turistas que visitan el país.

En consecuencia, algunos gobiernos han emitido alertas de viaje, tal como lo hizo el Gobierno británico en su momento, quien advirtió a sus connacionales, específicamente a las mujeres que viajaban solas, que deberían estar atentas cuando viajaran en transporte público, pues se habían reportado agresiones sexuales en los autobuses (García, 2019).

En casos extremos, se ha reportado que mujeres viajeras han sido violentadas en territorio mexicano. Para ilustrar este caso, en Acapulco en el año 2013, seis turistas de nacionalidad española fueron víctimas de robo y acoso sexual por parte de sujetos armados, los cuales entraron a la habitación donde se hospedaban dichas viajeras (Covarrubias, 2013).

Otro caso se documentó en Mazatlán, Sinaloa, donde la violencia e inseguridad derivada del narcotráfico había golpeado drásticamente la actividad turística en dicho destino; en consecuencia, se reportó baja afluencia turística extranjera, así como un mercado regional con estancias cortas, cierre de empresas hoteleras, restauranteras y de otros servicios turísticos, etc. (Sánchez y Aguilar, 2016).

Similar al caso anterior, en un estudio realizado en Rosarito, Baja California, el turismo en este destino de sol y playa se vio afectado por diversos acontecimientos que influyeron para que la actividad decayera. Entre estos acontecimientos se destaca la inseguridad y la percepción de miedo por parte de los turistas norteamericanos, debido a la guerra contra el narcotráfico y la lucha de los carteles de la droga (Enríquez, Meza y Fierro, 2015)

2.5 Perfil promedio del viajero mexicano

Según la Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los Hogares 2013, en el turismo doméstico de ese año, el porcentaje de mujeres que viajaron fue ligeramente mayor (52%) en comparación con los hombres (48%). La edad promedio de las personas que viajaron fue de 31 años. El principal nivel de escolaridad de los individuos fue la educación básica (50.7%); educación media superior (23.7%) y en tercer lugar la educación superior (22.3%). El motivo principal que tuvieron los mexicanos para viajar fue de descanso, ocio o vacaciones (37.9%); seguido de visitas a familiares y amigos (35.3%). La temporada vacacional con mayor demanda fue el verano (14.3%), le sigue la Semana Santa y Pascua (9.1%), invierno (8.6%), los puentes y fines de semana largos (3.0%). La Ciudad de México fue la entidad que más visitaron, seguido de Jalisco y, en tercer lugar, Estado de México.

En lo que respecta al turismo mexicano en el exterior, la SECTUR (2018) en su estudio "Visión global de turismo a México: Análisis de los mercados, perspectivas del turismo

mundial” demuestra que los destinos internacionales visitados por los mexicanos en 2016 fueron Estados Unidos (56%), Canadá (20%), España (17%), Francia y Argentina (10%). El gasto realizado promedio fue de 3 mil 147 dólares, en el que la forma de pago preferencial fue en efectivo (43%), seguida de tarjetas de crédito y débito (40%).

En cuanto a las razones para elegir un destino, predominaron el tiempo necesario para preparar el viaje, las actividades que pueden realizarse en el lugar y el presupuesto y/o promociones existentes, riqueza cultural y las atracciones disponibles. En el rubro de motivaciones de viaje, dos fueron los principales detonadores: el deseo por establecer un vínculo y adquirir nuevas experiencias. Con una duración promedio de siete días, los viajes se realizaron preferentemente en familia (59%), seguido de los viajes individuales (35%) y acompañados por amigos (7%).

Las fuentes de información requeridas durante el ciclo del viaje variaron de acuerdo con la modalidad de viaje elegida, ya sea en grupo (46%) o individualmente (54%), en tres momentos: durante la planeación, al momento de realizar las reservaciones y en el destino.

Durante la planeación del viaje, las principales fuentes de información fueron *online* (83%), utilizando mayormente los motores de búsqueda, sitios web proveedores de servicios y blogs/páginas de viajes. Alternativamente, los viajeros que utilizaron otras fuentes eligieron servicios de agencias o tour operadoras, seguidos de las recomendaciones de familiares y amigos y guías especializadas de viaje. Al momento de realizar las reservaciones, el 74% de los viajeros utilizó servicios *online*, destacando los sitios web proveedores de servicios, agencias de viaje en línea (OTAs, por sus siglas en inglés) y *TripAdvisor*. Una vez en el destino, las fuentes de información *online* más solicitadas (72%) fueron los motores de búsqueda, seguido de las redes sociales y las páginas oficiales de turismo de los países. Respecto a las otras fuentes, se recurrió a las recomendaciones de la población local, agencias de viaje/tour operadoras, publicaciones de guía de turistas y personal del hotel. En el destino, las fuentes de información más solicitadas *online* (66%) fueron *TripAdvisor*, motores de búsqueda y redes sociales.

En comparación con los que viajan en grupo o mediante paquetes de viaje, aquellos que lo realizan por su cuenta vía *online* (85%), si bien utilizaron motores de búsqueda y páginas web de proveedores de servicios durante la planeación del viaje, también recurrieron a las páginas web oficiales de los países.

En términos específicos y de acuerdo con el sujeto de esta investigación, es mayor el porcentaje de mujeres que realizan compras *online*, considerando el rango de edad de 25 a 35 años de edad. Casi una de cada dos mujeres que realizan compras por Internet tienen licenciatura, mientras que unas de cada cuatro tienen preparatoria; uno de los principales productos corresponde al de reservaciones y compras de boletos (INEGI, 2018).

En este último aspecto y en relación con los viajes en solitario, recientemente Booking.com, empresa *e-commerce* de viajes que oferta alojamiento, realizó un estudio demostrando que los viajes en solitario se han incrementado entre mujeres latinoamericanas, incluido México como principal emisor de mujeres viajeras de la región, calificándolas como “aventuras y seguras de sí mismas”. La encuesta fue realizada con participantes de Brasil, México, Colombia y Argentina, con hombres y mujeres de 18 a 60 años que habían realizado al menos dos viajes internacionales (Booking, 2019).

Asimismo, la agencia de viajes Mundo Joven, agencia de viajes especializados en jóvenes en México, hizo un estudio donde se demostró que la mayoría de sus clientes son mujeres y que ellas viajan principalmente por motivos de ocio y placer, seguido por viajes académicos entre los que destacan intercambios para aprender idiomas y, por último, por motivos laborales. También se reportó que las mujeres que adquieren sus servicios tienen entre 18 y 39 años de edad, son estudiantes o profesionistas y buscan con mayor frecuencia viajar a Europa y Asia (Díaz, 2018). Si estas cifras mostraran una tendencia, podría inferirse que las mujeres son quienes viajan más en México en comparación con los hombres.

2.6 Oferta turística para mujeres viajeras

Debido al incremento de los viajes en solitario, se ha demandado la oferta de servicios turísticos para mujeres que viajan solas. Aunado a ello, han sido muchas las industrias que han sabido aprovechar esta tendencia mundial (Mundo Joven, 2017). A continuación, se muestra parte de la oferta turística para mujeres viajeras en el mundo.

- **Hotel Som Dona**

Establecimiento de hospedaje solo para mujeres. Nueva tendencia de negocios enfocados al público femenino, como gimnasios o spas en los que sólo pueden entrar mujeres (ver ilustración 2). En este hotel las mujeres se sienten en confianza sin ser víctimas de miradas masculinas.

Ilustración 2. Som Dona Hotel solo para mujeres en Mallorca, España



Fuente: El Horizonte (2019)

- **Agencia de viajes WOM**

Agencia de viajes online para mujeres que viajan solas. El objetivo de esta empresa es acompañar a sus clientas en diversas experiencias y diseñar viajes para mujeres, especialmente para las que viajan solas, pero quieren hacerlo en grupo. (ver ilustración 3)

En ocasiones las mujeres no tienen acompañante de viaje por lo que agencias especializadas como esta ofrecen experiencias con otras mujeres que comparten el mismo interés de viajar. Por consiguiente, son mujeres que se conocen durante el viaje.

Ilustración 3. WOM Agencia de viajes para mujeres que viajan solas



Fuente: www.womviajes.com

Finalmente, se concluye que en México son limitados los servicios turísticos especializados para mujeres mexicanas viajeras y poca o nula investigación sobre este nicho de mercado. En consecuencia, surgen problemáticas tanto teóricas como prácticas que competen a los y las licenciadas en turismo resolver.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Problemática

Desde el ámbito académico, una de las problemáticas con relación al tema de las mujeres que viajan solas es la carencia de estudios científicos. Si bien es cierto que se han realizado investigaciones dentro de contextos anglosajones, particularmente en países como Australia, Nueva Zelanda, Canadá y Estados Unidos (McNamara y Prideaux, 2010; Wilson y Harris, 2006) y recientemente asiático (Seow y Brown, 2018; Yang, Khoo-Lattimore y Arcodia, 2018; Yang y Sun Tun, 2018; Osman, et al., 2019), la falta de estudios académicos en ambitos latinoamericanos, específicamente en México, provoca vacíos considerables en el estudio del turismo como fenómeno social. Esto resulta sorprendente dado que, según reportes de agencias de viajes, ellas son quienes más viajan en comparación con los hombres. La falta de estudios científicos sobre grupos específicos suele ser una limitante para desarrollar futuras investigaciones, lo cual, en el campo del turismo, puede influir en la toma de decisiones por parte de proveedores de servicios turísticos. De esta manera, esta investigación podría contribuir a la diversificación y especialización de productos y servicios para este segmento diferenciado por género. Por lo que se refiere a México, no se tiene registro de destinos que ofrezcan servicios especializados en mujeres, lo que representa una problemática mayor al no considerar al segmento ni a ellas para la creación de destinos especializados en viajes en solitario.

En síntesis, el problema surge ante la necesidad de examinar las formas en que las mujeres mexicanas experimentan su participación en el turismo (como turistas en solitario), en este caso sus motivaciones, experiencias de viaje. Asimismo, es necesario reconocer las limitaciones y vivencias particulares que por razones de género las mujeres enfrentan.

Dicho lo anterior, la presente investigación se planteó la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las motivaciones turísticas, experiencias y limitaciones de las mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana del Valle de México que han experimentado uno o varios viajes en solitario?

3.2. OBJETIVOS

Objetivo general

Conocer las motivaciones turísticas, experiencias y limitaciones de las mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana del Valle de México que han experimentado uno o varios viajes en solitario.

Objetivos específicos

1. Describir el perfil sociodemográfico de mujeres mexicanas que hayan realizado uno o varios viajes en solitario.
2. Explorar los factores motivacionales de empuje y arrastre de mujeres mexicanas que han participado en viajes en solitario.
3. Describir las experiencias y limitaciones asociadas al género en los viajes en solitario de mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana de Ciudad de México.

3.3 Justificación

Se considera necesario e importante abordar el tema para enriquecer el conocimiento desde una visión turística, ya que como menciona Monterrubio (2015), “la investigación permite identificar, describir, analizar y con ello comprender y explicar la gran diversidad de elementos, relaciones y fenómenos que tienen lugar en el turismo” (p.55). Específicamente este estudio pretende sentar bases para que otras personas puedan desarrollar investigación y genere interés en conocer e indagar la relación existente entre viajes y mujeres, así como las dimensiones socioculturales que conlleva dicha relación. De esta manera, se espera que este estudio sea uno de los primeros que aborden las relaciones entre género, turismo y viajes en solitario, las cuales son poco investigados en el contexto latinoamericano; se espera que esta sea una de las primeras investigaciones sobre el tema en México y de esta forma ser un referente para futuros estudios.

Por otra parte, la necesidad e importancia de este estudio se fundamentan en reconocer el papel de mujeres mexicanas en los viajes. Desde una perspectiva de género, a las mujeres se les considera un grupo vulnerable, especialmente en México donde se ha documentado que es un país con índices de violencia de género (Hernández y Colorado, 2018; ONU mujeres, 2018). A partir de revelar las motivaciones y experiencias de mujeres en viajes en solitario, esta investigación pretende contribuir a cambiar algunos de los prejuicios de

aquellas personas que creen que las mujeres no son capaces de emprender ni organizar un viaje solas, reconociendo que las mujeres viajeras hoy en día son consideradas como una fuerza de crecimiento dentro de la industria del turismo (Wilson y Little, 2005). Busca también reconocer que este tipo de viajes son una tendencia y una realidad en diversas partes del mundo, incluyendo México.

Adicionalmente, la presente investigación puede ser de beneficio especialmente para las mujeres, pues al considerarlas dentro de los estudios turísticos en México, les permitirá mayor visibilidad en la sociedad. Por mucho tiempo las mujeres fueron, y en varios tópicos específicos del turismo siguen siendo excluidas de la investigación. Para Vizcaíno- Suárez, et al., (2016), la marginalización de las mujeres en los estudios turísticos es evidente, ya que la investigación social en general aparece dominada por una perspectiva tradicional basada en las experiencias, las percepciones y las creencias masculinas. De acuerdo con las autoras, es indispensable promover los debates teóricos, conceptuales y metodológicos que contribuyan a la incorporación de la perspectiva de género en los estudios turísticos; por lo tanto, el desarrollo de esta investigación es un área de oportunidad, pues tal como lo argumentan Vizcaíno- Suárez y Díaz Carrión (2018), “el tema de los turistas y género [en particular, las mujeres que viajan] ha recibido menos atención en relación con las academias de habla inglesa” (p.8).

Desde una perspectiva teórica, esta investigación busca coadyuvar a la generación de conocimiento en el ámbito de las motivaciones y experiencias de viaje de grupos diferenciados por género. Desde una perspectiva práctica, el beneficio es para las agencias de viajes, hoteles, restaurantes y demás empresas dedicadas a la industria turística debido a que, conociendo las motivaciones turísticas de este segmento, se podrían generar nuevos productos y servicios especializados para este nicho de mercado en tendencia, y de esta manera diversificar la oferta en los destinos atendiendo las necesidades y deseos de las mujeres viajeras en solitario. También podría ser un área de oportunidad para los y las profesionales de turismo, en la que podrían desarrollar ideas innovadoras para atender y satisfacer las demandas del mercado turístico.

3.4 Metodología

En los estudios de la investigación social existen dos principales metodologías, la cualitativa y cuantitativa, cada una con características propias (ver tabla 9) las cuales hace que se diferencien entre sí.

Tabla 9. Principales diferencias entre metodología cualitativa y cuantitativa

	Cualitativo	Cuantitativo
Enfoque de investigación	Inductivo	Deductivo
Visión ontológica	Múltiples realidades	Relaciones causales
Naturaleza de la verdad	Basado en el mundo real	Prueba de hipótesis
Visión epistemológica	Subjetiva	Objetiva
Visión axiológica	Proposicional, intrínseco	Proposicional, extrínseco
Posición del investigador	Emic	Etic
Selección de participantes	No probabilístico	Probabilístico
Representación de materiales empíricos/datos	Textual	Numérico
Interpretación/Análisis	Temas	Análisis estadístico
Hallazgos	Narrativo, performativo	Tablas estadísticas y gráficas
Voz del investigador	Primera persona, activo	Tercera persona, pasivo
Muestra	No probabilístico	Probabilístico

Fuente: Jennings (2010)

Método cualitativo

El método cualitativo en la investigación social ha basado su desarrollo en las ideas propuestas por el paradigma interpretativista. Para este paradigma no existe realidad social universal, objetiva y única que afecte de manera independiente a todos los individuos, sino que existen múltiples realidades que son construidas según las distintas formas de observar e interpretar el mundo, es decir, hay múltiples realidades (Hernández, et al., 2010).

El método cualitativo es un proceso flexible en sus técnicas de aplicación para la investigación deseada (Bryman, 2004). De acuerdo con Hernández, et al., (2010), el enfoque cualitativo sienta sus bases en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. La recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes, sus emociones, experiencias, significados, entre otros aspectos. También resultan de interés las interacciones entre individuos y grupos en específico. En la investigación cualitativa, particularmente a través de la entrevista, se plantean preguntas abiertas, lo cual permite describir y analizar con profundidad y detalle los datos obtenidos para su posterior interpretación. Asimismo, los métodos cualitativos recaban datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual. Debido a ello, el investigador se concentra en las vivencias de los participantes tal como fueron sentidas y experimentadas (Gutiérrez, 2007).

Taylor y Bogdan (1992) mencionan que en la investigación cualitativa todas las perspectivas son valiosas, es decir, que no se busca la verdad absoluta, sino una comprensión detallada de las perspectivas de los participantes.

Ventajas y desventajas de la investigación cualitativa

Entre las ventajas de la investigación cualitativa se encuentra, además de las descritas en párrafos anteriores, la concepción global, abierta y flexible de la investigación (Gutiérrez, 2007), lo cual permite al investigador cambiar de dirección en el desarrollo de su investigación mucho más fácilmente que en la investigación cuantitativa. Otra de las ventajas es que la investigación cualitativa puede ser útil para identificar la importancia del contexto, el comportamiento y formas de pensar de los informantes (Bryman, 2004). Por último, pero no menos importante, al realizar investigación cualitativa se adquiere información detallada sobre el tema que está desarrollando.

En contraste, Bryman (2008) detalla algunas de las desventajas. Una de estas es que a menudo resulta difícil procesar y comparar la información obtenida dado que no presenta datos cuantificables. Asimismo, la no generalización suele verse como otra limitante, ya que a menudo se sugiere que el alcance de los resultados de las investigaciones cualitativas está restringido. Atieno (2008) menciona que la principal desventaja de los enfoques cualitativos es que “sus hallazgos no pueden extenderse a poblaciones más amplias con el mismo grado de certeza que los análisis cuantitativos” (p.17).

El enfoque cualitativo ha sido visto por mujeres investigadoras como el más compatible para abordar estudios de género, puesto que, según Bryman (2004), las mujeres no deben ser tratadas como objetos sino más bien como sujetos y protagonistas de la investigación, al mismo tiempo, permite escuchar la voz de las mujeres. En contraste con la investigación cuantitativa, que se limita sólo a datos numéricos y estadísticos (Bryman, 2004), el método cualitativo “resulta útil para indagar a fondo sobre las actividades, contribuciones, experiencias y prácticas de las mujeres en el turismo” (Vizcaíno et al., 2016, p.492).

Para efectos de la presente investigación, es importante que este tema sea abordado desde un enfoque cualitativo dado que cumple con la característica de ser una investigación exploratoria por tratarse de un tema no estudiado dentro de las investigaciones turísticas en México. Cabe mencionar que en los estudios exploratorios se analizan los fenómenos desconocidos o novedosos, tal como lo mencionan Hernández et al. (2010)

“...los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados”. (p.101)

Dentro de las investigaciones turísticas de tipo exploratorio, las técnicas que se utilizan permiten describir e interpretar los fenómenos desde la perspectiva del sujeto dentro de la actividad turística (Sancho et al., 2001).

Muestreo

En la investigación cualitativa, la muestra es el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, sobre el cual se recolectan los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia. Existen diferentes tipos, todos ellos útiles según los objetivos del estudio, pero también las características de las unidades a estudiar y, en ocasiones, las propias condiciones del entorno que se estudia (ver tabla 10). Hernández, et al., (2010) argumentan que, en los estudios cualitativos, las decisiones respecto al muestreo reflejan las premisas del investigador acerca de lo que constituye una base de datos creíble, confiable y válida para abordar el planteamiento del problema.

Tabla 10. Técnicas de muestreo no probabilístico

Muestreo por conveniencia (convenience sampling)	Bola de nieve (snowball sampling)	Muestro intencional (purposive sampling)	Muestreo por cuotas (quota sampling)
Selección de participantes dada a la proximidad del investigador y la facilidad con la cual tiene acceso a los participantes.	Consiste en identificar a los participantes clave, posteriormente estos sugieren a otros informantes que pudieran proporcionar información al respecto, y una vez contactados por el investigador, se incluyen en el muestreo.	Implica que el investigador tome una decisión sobre quién o quiénes van a participar en el estudio. El investigador utiliza su conocimiento para determinar quiénes son las más apropiadas para su inclusión en el estudio.	Implica que el investigador calcule el número de participantes para su inclusión en la muestra, en función de algunas variables predeterminadas

Fuente: Jennings (2010); Hernández et al., (2010)

Técnicas de investigación cualitativa

La investigación cualitativa utiliza técnicas para recolectar sus datos, tales como la entrevista, observación participante y no participante, grupos focales y análisis de documentos. No se efectúa medición numérica, por tanto, la recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (Taylor y Bogdan, 1992).

Entrevistas

La entrevista, según Alonso (1998, citado en Gutiérrez, 2007), es un “proceso comunicativo por el cual un investigador extrae información de una persona” (p.135). La entrevista ha sido comparada con una conversación, sin embargo, a diferencia de las conversaciones tradicionales, estas tienen un propósito y se basan en relatos verbales de las realidades sociales (Jennings, 2010). Cabe señalar que las entrevistas son una de las formas más reconocidas del método de investigación cualitativa (Manson, 1996).

Tipos de entrevista

- **Entrevista en profundidad**

El uso de este tipo de entrevista permite la profundización de un tema de interés (Hernández, et al., 2010). Asimismo, permite establecer una buena relación y confianza entre investigador y participante, lo cual permite y facilita al entrevistador recoger datos enriquecedores y descripciones complejas (Geertz, 1973, citado en Jennings, 2001). Sin embargo, entre las limitaciones se destaca la inversión de tiempo, tanto en la entrevista como en la transcripción, además de que no todos los participantes tienen las mismas habilidades para expresarse verbalmente y por otros medios.

- **Entrevista semiestructurada**

En el caso de la entrevista semiestructurada, el investigador cuenta con un guion que le permite el control del proceso de recogida de información, buscando que todos los aspectos fundamentales para abordar el objeto de estudio sean incluidos en las entrevistas (Gutiérrez, 2007).

- **Grupos focales**

La principal característica que se evidencia de este medio de recolección de información es su carácter colectivo, que contrasta con la singularidad personal de la entrevista en profundidad (Jennings, 2010). La planeación de los grupos focales implica considerar presupuesto y el tiempo disponible, así como el número de grupos que se estructurarán teniendo en cuenta que cada uno de ellos constituye una unidad de análisis en sí mismos; tamaño de los grupos dentro del rango ya planteado comúnmente de seis a ocho; selección de los participantes, y la determinación del nivel de involucramiento del investigador como moderador (Bryman, 2004).

Observación participante

La observación consiste en describir, explicar, comprender y descubrir patrones. Es un instrumento que permite recolectar información que captan nuestros sentidos, y permite el aprendizaje. Los investigadores formulan preguntas que permiten a la gente hablar sobre lo que tiene en mente y lo que le preocupa sin forzarla a responder a los intereses de los investigadores (Taylor y Bogdan, 1994). Entre las ventajas resaltan las interacciones y comportamientos en el mundo real, lo cual permite al investigador saber cómo los participantes construyen y describen su mundo, y proporciona información de primera mano. Por el contrario, entre las desventajas se encuentra que no funciona bien con grupos extensos; no es apropiado para opiniones, y puede que los participantes cambien de comportamiento cuando están conscientes de que son observados (Jennings, 2010)

Observación no participante

Entre las ventajas de esta técnica destacan la factibilidad de observar cuestiones inusuales; útil para temas que pueden incomodar a los participantes cuando se discuten con el investigador, asimismo puede ser útil para que el investigador capte datos directos de los participantes y el ambiente. No obstante, sus limitantes es que requiere que el investigador posea la habilidad para captar cuestiones signos no verbales, y la información personal puede no aflorar o no ser detectada (Hernández et al., 2010).

Análisis de documentos

Hernández et al., (2010) desatacan que esta técnica permite al investigador estudiar el lenguaje escrito y gráfico de los participantes. Además, mencionan que es una forma no intrusiva cuando no se les pide elaborarlos, y en este caso, pueden ser consultados en cualquier momento y ser analizados cuantas veces sea preciso. Una ventaja es que no es necesario dedicar tiempo para transcribirlos, sin embargo, no siempre puede tenerse acceso a éstos, particularmente los de carácter privado, y a veces es complicado encontrarlos y asegurar su autenticidad.

3.5 Proceso metodológico adoptado

De acuerdo con los objetivos planteados, la metodología adoptada para este estudio tuvo una aproximación cualitativa. Se consideró viable perseguir el objetivo de esta investigación desde este enfoque para analizar a profundidad las motivaciones y experiencias de las mujeres mexicanas que son partícipes de los viajes en solitario.

Se realizaron 13 entrevistas semiestructuradas a mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana del Valle de México, entre los meses de septiembre y noviembre de 2019. Se utilizó como instrumento el guion de entrevista donde se plasmaron preguntas que permitieron un acercamiento a las razones que orillaron a estas mujeres a viajar solas y al mismo tiempo permitió obtener su perfil sociodemográfico. Se hicieron preguntas relacionadas a las motivaciones *pull*: destinos que eligieron, si fueron nacionales o internacionales; medios de transporte que solían usar en el destino; actividades que realizaron; temporalidad; y en general preguntas relacionadas con la organización previo al viaje, si acudieron a una agencia de viajes o independientemente realizaron sus reservaciones. Para motivaciones *push* se preguntó: ¿por qué viajas sola? Otras preguntas fueron abiertas, estas relacionadas tanto a la experiencia en este tipo de viajes como a las dificultades que enfrentaron antes, durante y después del viaje.

Entre los criterios de selección para realizar las entrevistas se consideró que fueran mujeres mexicanas mayores de edad, residentes en la Ciudad de México o Estado de México, que hayan realizado un viaje en un tiempo no mayor a tres años respecto al momento en que se realizó el trabajo de campo, y que su principal motivo haya sido realizar un viaje en solitario sólo por experimentar; no obstante también se consideró a una participante que había

viajado sola por razones laborales, dado que su trabajo le permitía hacer uso de su tiempo libre en el destino.

La mayoría de las participantes fueron seleccionadas mediante el muestreo bola de nieve. El primer acercamiento se tuvo gracias a un contacto de la investigadora, quien fue clave para el reclutamiento de más participantes, todas las participantes en este caso se contactaron vía WhatsApp para acordar una cita. Otras participantes fueron elegidas mediante el muestreo por conveniencia, a través de contactos personales de mujeres que viajaron en esta modalidad, principalmente de aquellas que por motivos estudiantiles decidieron viajar solas; estas a su vez proporcionaron más contactos a la investigadora. Por último, se seleccionaron participantes mediante Facebook, esto consistió en una publicación en un grupo privado denominado "Mujeres viajeras México" en donde se hizo una invitación para quienes estuvieran interesadas en participar en el estudio. En dicha publicación se expuso el objetivo de la investigación y los criterios de selección para participar, posteriormente se contactó personalmente vía Messenger a las mujeres que mostraron interés en participar. En esta modalidad, 15 mujeres se interesaron en participar, de las cuales solo cuatro aceptaron, pero solo se entrevistaron a tres debido a razones de distancia y seguridad. Algunas otras se excluyeron porque no cumplían con los criterios de selección y otras que por razones desconocidas no respondieron.

Las entrevistas tuvieron una duración de 30 a 50 minutos, fueron realizadas en cafeterías, plazas comerciales, universidades y lugares de trabajo de las participantes. Se audiograbaron todas las entrevistas con previa autorización de las participantes. Con la finalidad de obtener información precisa sobre las motivaciones y experiencias de las mujeres que viajaron solas, todas las entrevistas fueron transcritas para su posterior análisis e interpretación. Según Hernández, et al., (2010), el análisis de los datos en la investigación cualitativa consiste en datos no estructurados, a los cuales el investigador proporciona una estructura de acuerdo a las narraciones de los participantes.

El análisis consistió principalmente en asociar los hallazgos con base en los estudios empíricos realizados previamente sobre viajes en solitario. Para identificar las motivaciones de las mujeres participantes en este estudio, se identificaron palabras clave en cada entrevista (por ejemplo, socialización, cultura, naturaleza, seguridad etc.) y se relacionaron entre sí con la finalidad de encontrar nuevas categorías en asociación con las categorías de motivaciones reportadas por la literatura. En el caso de las experiencias asociadas al

género, las categorías se organizaron de tal forma que, de acuerdo con la literatura (Castaño, 2005), estas se estructuraran en las tres principales etapas de la experiencia de viaje (antes/durante/después del viaje), asimismo se tomó como referencia el estudio de Wilson y Little (2005) para identificar las limitaciones en los viajes en solitario, mismas que se hallaron en el presente estudio. Por último, de cada entrevista se extrajo los fragmentos más significativos para su interpretación

CAPÍTULO 4. HALLAZGOS

4.1 Perfil sociodemográfico de las participantes

De acuerdo con las características sociodemográficas de las 13 participantes (ver tabla 11), obtenidas durante el trabajo de campo, las edades de las mujeres variaron en un rango de edad de 22 y 60 años. Es preciso señalar que dos de ellas comenzaron a viajar solas cuando tenían 19 años de edad y, por ende, como se verá en párrafos posteriores, justifica que en edades tempranas tenían ciertos temores antes de emprender su viaje. Cabe destacar que la mayoría de ellas tienen estudios superiores, de licenciatura y posgrado incluyendo maestría y doctorado; otras son estudiantes de alguno de estos grados académicos. Por consiguiente, puede afirmarse que tener una formación académica alta les permite mayor confianza en ellas, mayor autoestima y mayor empoderamiento, ya que “la educación es una forma de empoderar a las personas, dotándolas de conocimientos teóricos y prácticos, que ayudan a las mujeres a realizar elecciones informadas sobre su vida profesional y privada” (Camarena y Saavedra, 2018, p.5). Hablando de viajes, son ellas quienes tienen el poder y el derecho de decidir lo que desean hacer en sus viajes, ya que tienen la posibilidad de discernir entre los destinos de su elección, las actividades y si lo hacen acompañadas o no, y también tienen las herramientas para poder organizarlo, sin depender necesariamente de alguien, son independientes en lo social y en lo económico.

En cuanto a la estructura social, la mayoría de ellas son solteras y sin hijos, mientras que una minoría es representada por mujeres que tienen pareja e hijos. Asimismo, gran parte de las participantes residen en el Estado de México, una de ellas en el municipio de Naucalpan y el resto en Texcoco; solo cuatro de las participantes viven en la Ciudad de México, en alcaldías como Tlalpan e Iztacalco.

Tabla 11. Perfil de las participantes

N°	Nombre ¹	Edad	Nivel de estudios completado	Ocupación	Estado civil	Hijas/os
1	Kenia	22	Bachillerato	Estudiante de licenciatura y profesora de inglés	Soltera	0
2	Charlotte	28	Licenciatura	Estudiante de maestría y organizadora de viajes	Soltera	1
3	Grecia	33	Licenciatura	Empleada administrativa en empresa privada	Soltera	0
4	Fátima	60	Licenciatura	Enfermera	Soltera	2
5	Irlanda	32	Maestría	Empleada administrativa en empresa privada	Soltera	0
6	Luisiana	57	Doctorado	Profesora e investigadora	Soltera	0
7	Marsella	53	Doctorado	Profesora e investigadora	Soltera	1
8	Madison	32	Licenciatura	Empleada administrativa en empresa privada	Con pareja	0
9	Sinaí	24	Bachillerato	Estudiante de licenciatura	Con pareja	0
10	Génova	44	Licenciatura	Empleada administrativa en empresa privada	Soltera	0
11	Sofía	24	Bachillerato	Estudiante licenciatura	Con pareja	0
12	Nairobi	23	Licenciatura	Estudiante diplomado	Soltera	0
13	Shannon	32	Bachillerato	Empleada en el sector público	Soltera	0

¹ Con el propósito de procurar la identidad de las participantes, se utilizan pseudónimos.

Para obtener más detalles del perfil sociodemográfico de las mujeres que participaron en este estudio (ver tabla 12), se adoptó la clasificación de Laesser et al., (2009), presentada en el capítulo 1, que categoriza a los viajeros en función de con quiénes viven y con quiénes viajan.

Tabla 12. Clasificación de las participantes en función de su forma de vida y viaje

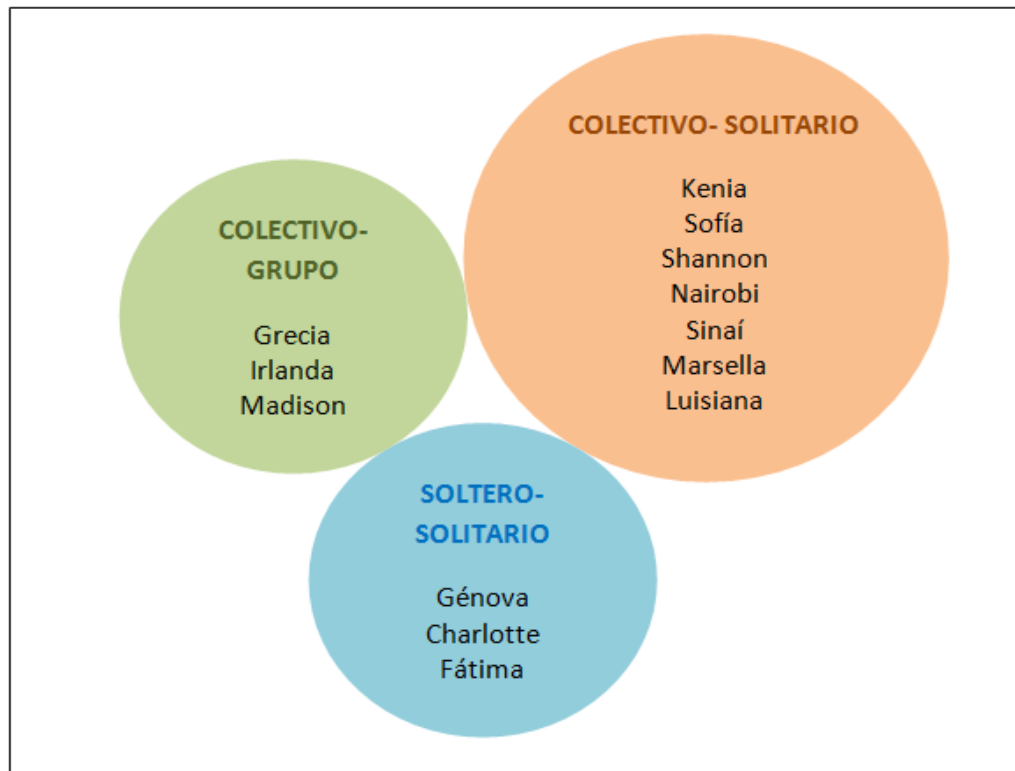
Participante	Forma de vida	Forma de viaje	Grupo
Kenia	Vive con otras personas	Viaja sola	Colectivo-solitario
Charlotte	Vive sola	Viaja sola	Soltero-solitario
Grecia	Vive con otras personas	Viaja con otras personas	Colectivo-grupo
Fátima	Vive sola	Viaja sola	Soltero-solitario
Irlanda	Vive con otras personas	Viaja con otras personas	Colectivo-grupo
Luisiana	Vive con otras personas	Viaja sola	Colectivo-solitario
Marsella	Vive con otras personas	Viaja sola	Colectivo-solitario
Madison	Vive con otra persona	Viaja con otra persona	Colectivo-grupo
Sinaí	Vive con otra persona	Viaja sola	Colectivo-solitario
Génova	Vive sola	Viaja sola	Soltero-solitario
Soffia	Vive con otra persona	Viaja sola	Colectivo-solitario
Nairobi	Vive con otras personas	Viaja sola	Colectivo-solitario
Shannon	Vive con otras personas	Viaja sola	Colectivo-solitario

Fuente: Elaboración propia con base en Laesser et al., (2009)

Para resumir lo anterior, se diseñó un esquema (ver ilustración 4) donde puede observarse que gran parte de las participantes en este estudio pertenecen al grupo de colectivo-solitario, lo que quiere decir que viven con sus familiares, pero viajan solas. En lo que respecta a la agrupación de colectivo-grupo, ellas igual viven con sus familiares, pero no viajan solas sino con amigos. Cabe precisar que al respecto Laesser et al., (2009) mencionan que dentro de este grupo las personas viajan acompañadas por otras que no viven con ellas, pero que

comparten el mismo interés de viajar. Por último, se encuentran las mujeres que pertenecen al grupo de soltero-solitario, que significa que viven solas y viajan solas.

Ilustración 4. Agrupación de las participantes



Fuente: Elaboración propia con base en Laesser et al., (2009)

Cabe mencionar que no se encontraron participantes dentro de la categoría soltero-grupo, es decir, personas que vivan solas y viajen en grupo. Lo anterior puede explicarse porque culturalmente los mexicanos no tienden a vivir solos. Esto tiene que ver con las generaciones. Al respecto, Forbes (2019) explica la estructura social en la que viven algunos mexicanos, particularmente los *millennials*, mencionando que quienes pertenecen a esa generación siguen viviendo con sus padres. Esto sugiere que está normalizado que algunos jóvenes mexicanos dependan de sus padres en cuanto a vivienda se refiere, asociándose incluso con la sobreprotección de los padres hacia sus hijos (Rodríguez, 2018) a diferencia de otros contextos que suelen ser independientes desde temprana edad. Además, el costo de las rentas y el ingreso promedio de esta generación no es proporcional.

4.2 Contextualizando los viajes

Para comprender las motivaciones y experiencias turísticas de las viajeras en solitario es necesario entender el contexto en el que se desarrollan sus viajes (ver tabla 13) permitiendo explicar sus gustos y preferencias tanto en destinos como en alojamiento y transporte, duración, frecuencia de sus viajes y las actividades que hacen cuando viajan.

Tabla 13. Patrones de viaje de las participantes

Participante	Destinos	Alojamiento	Transporte	Duración
Kenia	Canadá, Chile, Colombia, Perú, Argentina, Brasil	Departamento (universidad), hotel y hostales	Avión	1 a 6 meses
Charlotte	Puebla, Chiapas	Hotel	Avión y autobús	2 a 3 días
Grecia	Mazatlán, Monterrey, Huatulco, Hidalgo, Puebla, Veracruz	Hotel	Avión y automóvil	1 a 3 días
Fátima	Chihuahua, Veracruz, Acapulco, Michoacán España, Francia, Países Bajos, Italia, Turquía, Marruecos	Hotel	Avión	15 días
Irlanda	Puebla, Veracruz, Cancún, Monterrey, Huatulco, Mazatlán	Hotel	Avión y automóvil	3 a 4 días
Luisiana	Tijuana, Puerto Vallarta, Guadalajara, Colima, Huatulco, Monterrey, Cancún, Ciudad del Carmen, Mérida, Campeche, Tuxtla Gutiérrez España, Costa Rica, Argentina	Hotel	Avión	3 a 15 días
Marsella	Cuba	Departamento (Airbnb)	Avión	6 días
Madison	Francia, Bélgica, Países Bajos	Hotel	Avión	15 días
Sinaí	Ensenada Chile, Países Bajos, Luxemburgo, España, Polonia, Alemania	Hostal	Avión	15 días a 6 meses
Génova	Rumania, Hungría, Bulgaria, Polonia	Hotel y hostal	Avión	1 mes
Sofía	España, Alemania, Inglaterra, Italia, Francia, Austria, Polonia, República Checa, Eslovenia, Eslovaquia	Hostal	Avión	5 a 7 meses
Nairobi	Cuba	Departamento (Airbnb)	Avión	1 semana
Shannon	Puerto Vallarta, Michoacán, Mazatlán Argentina, Uruguay	Hostal	Avión	1 mes

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de campo

Destinos

Analizando la tabla anterior, puede observarse que ellas prefieren viajes internacionales a países de Europa. Entre los destinos populares se encuentran Europa del Sur, países como España, Francia e Italia; Europa Occidental como Países Bajos, Luxemburgo y Austria; y a Europa del Este como Polonia, Hungría y Rumania. Cabe señalar que una de ellas viajó a Marruecos y Turquía. Por motivos laborales y académicos, ellas suelen viajar a países de Centroamérica y Suramérica como Costa Rica, Argentina y Chile. Asimismo, dos de ellas han viajado a Cuba por motivos de ocio.

En cuanto a viajes nacionales, ellas suelen viajar a destinos de sol y playa, de naturaleza y culturales. Entre estos destinos resaltan Mazatlán, Puerto Vallarta, Cancún, Chiapas y Puebla.

Hospedaje

Muchas coincidieron en cuanto al alojamiento, ya que eligieron hospedarse en hoteles buscando principalmente seguridad, comodidad e higiene. Al respecto, se comentó lo siguiente:

“a mi edad ya preferiría un poco más una habitación, sí hotel, tampoco debería tener lujos, sin embargo, que sea cómodo, seguro y limpio; no me niego a la idea a lo mejor del camping, pero sí soy más de la idea de un cuartito de hotel”
(Charlotte)

“Viajes internacionales necesariamente hotel, por la comodidad y la seguridad, para viajes nacionales sí soy más flexible, puedo contratar Airbnb. Lo que busco principalmente es la comodidad, la centralidad de los atractivos, la limpieza necesariamente y la seguridad” (Madison)

Sin importar edad, otra manera de hospedarse es en hostales, lo cual en ocasiones suele ser la opción más económica de hospedaje. También, algunas de ellas realizan reservaciones mediante Airbnb.

Transporte

Independientemente de los destinos, todas eligen el avión como manera de transportarse. Esto podría explicarse debido a que en los últimos años los viajes en avión se han vuelto

asequibles a la población, ofertándose vuelos de bajo costo a distintas ciudades. Ya estando en el destino, ellas hacen uso del transporte local como el metro y transporte públicos de ruta, así como de taxi y automóvil, y en ocasiones avión para distancias más largas. Al respecto, Sofía, quien viajó por siete meses por Europa, buscó la manera de economizar dinero en sus viajes, y en cuanto a transporte no fue la excepción:

“Normalmente utilizaba camiones de esos baratos que hacía seis horas en vez de dos, pero baratos. Vuelos baratos, pero era rara vez porque tenías que pagar el transporte para ir al aeropuerto, porque no es como aquí que está muy cerca de la ciudad...” (Sofía)

Duración y frecuencia

Muchas de las mujeres viajan por lo menos una vez al año, en el caso de Charlotte, quien viaja por cuestiones laborales, lo hace una vez al mes. Los viajes de las participantes oscilan entre uno y cuatro días para destinos nacionales y para destinos internacionales entre 15 días y 7 meses, dependiendo el motivo de su viaje. Por ejemplo, para Kenia y Sinaí, que viajaron por motivos académicos, la duración de sus viajes a Chile fue de seis meses porque cursaron un semestre de sus estudios en una universidad de la ciudad de Valdivia. La misma situación fue para Sofía que viajó a Santiago de Compostela, España, de intercambio académico.

4.3 Motivaciones turísticas en los viajes en solitario

4.3.1 Motivaciones de empuje

Las motivaciones push o de empuje son aquellas relacionadas con cuestiones intrínsecas o internas al individuo. Muchas de estas motivaciones están relacionadas con aspectos emocionales del viajero. A continuación, se detallan las más significativas para las mujeres que realizaron en sus viajes en solitario.

Socialización

Según Seow y Brown (2019), la interacción social es de las principales motivaciones para viajeros en solitario, ya sea para reunirse con amigos o pareja. Al respecto, las participantes mencionaron lo siguiente:

“tengo un amigo argentino, lo conocí por redes sociales y tenía la motivación de conocerlo, no fue 100% la motivación de mi viaje, pero sí fue algo que pasó y nos conocimos [en persona]” (Shannon)

“Lo último de mi viaje a Europa fue para visitar a unos amigos holandeses y pues ahí la motivación fue totalmente visitarlos” (Madison)

Marsella narra cómo este viaje hizo que se reuniera con sus amigas, siendo esta la única motivación de su viaje:

“Mi último viaje lo hice a la Habana, Cuba, viajé sola desde mi casa y en la Habana me estaban esperando dos amigas y las tres estábamos esperando a otra amiga. Esto fue porque nos conocimos las cuatro aquí [institución] hace como 20 años, entonces no había habido oportunidad de reunirnos las cuatro que éramos buenas amigas aquí”

Lo mismo sucedió con Kenia, quien durante su viaje por motivos académicos tuvo la oportunidad de reunirse con su amiga:

“Colombia fue un viaje que estipulé salir como con amigas, sin embargo, yo me fui por mi parte...estuve una semana en Bogotá sola, y allá me reencontré con una amiga que conocí en Chile”

Autoestima y autoconocimiento

En la mayoría de los estudios cualitativos (Seow y Brown, 2019; Wilson y Harris, 2007), se demuestra que la autoestima y el autoconocimiento son factores internos que impulsan a las viajeras a emprender su viaje en solitario. En este estudio se identificó una fuerza interna de las participantes, lo cual permitió que ellas experimentaran una sensación de elevada autoestima al poder viajar solas y demostrar que efectivamente son capaces de realizar un viaje. Esto le sucedió a Kenia, quien decidió viajar sola por primera vez para demostrar que ella podía hacerlo:

“Fue como más ese impulso, como el hecho a lo mejor de llevar un poco la contraria de por qué si me están haciendo sentir que no puedo, yo sé que sí puedo hacerlo, entonces fue como eso, como romper ese paradigma de “no ni lo va a hacer” (Kenia)

Asimismo, eligen viajar solas porque buscan estar con ellas mismas:

“Es como un estado de estar como con uno mismo, sí se siente un poco de inseguridad con respecto a los factores externos de inseguridad, de todo, sin embargo, el viajar sola me hace estar en conexión conmigo. Eso es lo que me gusta” (Charlotte)

“No cambiaría esa soledad, ese espacio mío en ese momento, por nada” (Sinaí)

Sofía considera que estar sola es lo mejor del viaje en solitario, esto le permite conocerse y amarse:

“más que conocerme a mí misma, que suena como un cliché, es enamorarme de quién soy y enamorarte de mi soledad” (Sofía)

Escape

Para muchas participantes, el deseo de viajar estuvo ligado a cuestiones de escapar de la rutina. Este escape se relaciona con la rutina laboral y académica y persigue tener un descanso mental. Irlanda lo narra de esta forma:

“Después de tanto tiempo de que estás laborando, y cuando hay la oportunidad y si tienes un círculo de amigos con los que puedas hacer un viaje, pues se programan y lo hacen”

Además de conocer lugares, Sinaí viaja porque es una manera de despejar su mente:

“En parte para liberar mi mente, a veces también para ver amigos o conocer lugares, pero sobre todo despejar la mente”

Para Nairobi y Sofía, su impulso fue salir del entorno cotidiano y experimentar un viaje en el extranjero, ya que, al volver de sus viajes, tenían programado continuar con sus estudios académicos.

“Decidí viajar sola porque nadie más quería acompañarme, porque mis demás amigos no tenían el tiempo o el dinero para hacerlo, entonces pues

estaba en un momento en el que yo ya quería salir a ver qué más hay allá afuera y se me dio la oportunidad” (Nairobi)

“Pues el primer viaje que hice sola fue cuando tenía 19 años y me fui siete meses de mochilazo a Europa y pues lo hice un poco para conocerme y darme un tiempo de la prepa a la universidad” (Sofía)

Novedad/ curiosidad

La búsqueda de la novedad como uno de los factores que motivan a las viajeras en solitario expresa el interés por conocer lugares que no habían visitado y descubrir cosas nuevas en sus viajes. En el caso de Kenia, estudiar en otro país le dio la oportunidad de conocer nuevos países:

“Fue algo que hablamos la chica [su compañera de habitación] y yo, las dos dijimos: hay que conocer más, hay que salir, las dos teníamos la misma intención de conocer el país y conocer otros países si era posible”

Algo similar comentó Shannon:

“Este viaje que acabo de realizar fue el primero que hago al extranjero, y fue para experimentar cosas nuevas, conocer gente nueva...”

Seow y Brown (2019) revelaron en su estudio que la curiosidad y el deseo de aprender sobre otras culturas diferentes a la suya eran parte de las motivaciones más importantes. De la misma manera, en el presente estudio la curiosidad se identificó relevante para muchas mujeres:

“Las razones del porqué viajo es principalmente por el hecho de conocer de primera mano otras culturas, otros estilos de vida, otras formas de pensar, nuevas personas, distintas comidas. En general lo que nos hace diferentes”
(Kenia)

“El último viaje fue a Europa del este, estuve en Varsovia, Budapest y Bucarest. Esto fue para conocer otras culturas, y conocer la dinámica de esas ciudades”
(Génova)

4.3.2 Motivaciones de arrastre

Como se detalló en el capítulo 1, según Heimtun y Abelsent (2014), dentro de los viajes en solitario existen dos tipos de viajeros: por elección o por obligación. Pese a que en viajes por obligación existe un grado de obligatoriedad, cuando ellas están en el destino hacen uso de su tiempo libre, lo cual les permite explorar el lugar, la región o el espacio donde se encuentran, llevándolas así a experiencias de elección propia. En este sentido, las mujeres representadas en este estudio viajan solas bajo estas dos circunstancias, ya sea por elección o por obligación, en esta última resaltando motivos laborales y académicos. Por el contrario, las que lo hacen por elección desde un principio tienen claro lo que buscan. A continuación, se detallan los factores motivacionales más significativos.

Cultura y sitios históricos/arquitectónicos

Las mujeres que viajaron al interior de la República Mexicana, Europa y Latinoamérica eligen sus destinos principalmente en función de la cultura que estos ofrecen, incluyendo todas las expresiones culturales, entre las que resaltan las costumbres, tradiciones, cultura popular y la gastronomía. Asimismo, se identificó dentro de esta categoría el valor histórico de las edificaciones y la arquitectura. Esta motivación de arrastre fue relevante entre las participantes quienes viajan por motivos académicos y de ocio.

“Me gusta mucho ir a pueblos mágicos por cuestiones del motivo cultural, puede ser que me gusten estos espacios donde hay iglesias, donde hay recorridos interpretativos a lo mejor, pero el motivo es por conocer más la cultura del lugar” (Charlotte)

“Estoy como muy empapada de la cultura argentina. En México siento que nos llega mucho medio social de Argentina, no sé, a lo mejor algunos programas populares, como equipos de fútbol. Tenía muchas ganas de probar la comida que decían que era una comida muy rica” (Shanoon)

“Me llama mucho la atención la arquitectura, me gusta ir y conocer las ciudades” (Génova)

“En Guanajuato fui a la Alhóndiga, al teatro, y en la noche a la callejoneada. Es como más cultural” (Grecia)

Naturaleza

Una de las motivaciones que no figuran en la literatura es el factor de la naturaleza, sin embargo, en este estudio mujeres mencionaron que buscan destinos de naturaleza; en destinos nacionales prefieren sol y playa, y en internacionales Reservas y Parque Naturales. En este último, coincidieron en cuanto a la región, ya que esta motivación se dio estando al sur de América tanto en Argentina como en Chile.

“En Chile fue más por la parte natural, así como... no sé, ver fotos de Reservas muy lindas o de lugares muy preciosos” (Sinaí)

“En Chile fui con otras dos chicas, una mexicana y otra colombiana a la Patagonia Chilena” (Kenia)

“La mitad de mi viaje fue estar en la Patagonia, estuve entre Ushuaia, Calafate, Bariloche [...] los glaciares son una cosa impresionante” (Shannon)

Seguridad

Pese a que las participantes en este estudio no lo mencionaron como tal, se identificó este factor motivacional implícitamente, ya que, por cuestiones de seguridad, la mayoría de las participantes prefieren viajar fuera de México debido a los índices de inseguridad que se vive en el país. Al respecto, Fátima opinó lo siguiente de Europa:

“Por lo regular son ciudades muy seguras. Al turista nos ofrecen mucha seguridad y mucha confianza para andar ahí; por ejemplo, España a mí se me hace muy seguro, Madrid, ciudades de España, de Europa, bueno, y también París es una ciudad segura, Holanda, los Países Bajos, o sea, al menos nunca, jamás en todo el tiempo que tengo viajando [...] he tenido problemas”

En cuanto a la percepción de inseguridad en México, Sinaí menciona que ella no viajaría en el país sola. Lo que da paso a que la seguridad sea considerada como una motivación de arrastre para la decisión del viaje.

“No, aquí en México sí me da miedo irme sola, hay veces que sí me gustaría irme y lo he pensado, pero no sé, yo creo que por toda la información que hay de inseguridad sí prefiero siempre ir con pareja, amigos o familiares”

Más allá de una motivación de empuje o arrastre, se identificó que, por condiciones sociales, las mujeres viajan solas por la falta de compañía (Yang et al., 2019; Seow y Brown, 2018; Bianchi, 2016), sin embargo, esto no fue una limitante para que ellas desistieran de emprender su viaje:

“No tengo una explicación de por qué me voy sola, sólo te puedo decir que, porque soy mujer, porque soy libre ¿por qué no?, quiero ir y si nadie puede ir conmigo, pues yo me voy a ir sola, o sea, uno, creo que no tendría por qué dejar de avanzar en la vida [...]” (Génova)

“Es algo muy padre, es algo que a mí me gusta y la verdad no me veo viajando como con amigas [...] creo que no hubiera encontrado a alguien que se ajustara a mí, a mi presupuesto, a mi tiempo” (Shannon)

En síntesis, las mujeres entrevistadas para este estudio estaban motivadas para viajar solas principalmente para visitar a sus amigos, escapar de la rutina y experimentar algo novedoso como la vida cotidiana y otras culturas diferentes a la suya. Para estas mujeres, los atributos más apreciados en los destinos son la cultura y el patrimonio tanto tangible como intangible. Asimismo, ellas visitaron lugares de naturaleza como Reservas y Parques Naturales. Por último, la seguridad en los destinos fue un factor predominante, ya que como se verá a continuación podría influir en sus experiencias

4.4 Experiencias asociadas al género

Influencia familiar/amigos

Dentro de un contexto sociocultural, las mujeres que viajan solas se han enfrentado a diversas limitaciones antes de emprender su viaje. De acuerdo con Wilson y Little (2005), este tipo de limitaciones están relacionadas con las expectativas y la percepción de inseguridad por parte de la familia o amigos. En el presente estudio se identificó que las mujeres en los viajes en solitario se enfrentan a cuestionamientos por parte de su familia, aunque en otros casos también son apoyadas. En la falta de apoyo a que viajen solas, por cuestiones de género, sus familias perciben mayores riesgos para ellas que viajen solas y tienden a preocuparse por su seguridad por el hecho de ser mujeres; sin embargo, los comentarios negativos por parte de su familia no les impidieron que ellas emprendieran su viaje.

Los roles de género establecen que las mujeres deben quedarse en casa a cuidar a los hijos y permanecer en espacios privados (Zúñiga, 2014); debido a esto, las mujeres pueden enfrentar comentarios por su rol de madre, por ejemplo. Charlotte narró su experiencia de esta forma: *“sí les da pendiente, les da pendiente que salga, y sobre todo los comentarios ¡ay! es mujer y qué tal si te pasa algo o si tú tienes un hijo por qué no viajas con el hijo”*. No obstante, a pesar de los cuestionamientos, ella decidió viajar sola, lo cual demuestra que los roles sociales han ido cambiando, y que ellas no se limitan al disfrute del ocio pese a los comentarios negativos recibidos por sus familia o amigos por el hecho de ser mujeres.

“Me peleé con mis papás porque les dije que me iba sola [...] por lo mismo de que siendo mujer aquí es peligroso, yo creo que se imaginaban que allá [en Cuba] lo iba a ser también. Pero al final como que yo ya estaba mentalizada que iba a pasar eso y los enfrenté diciéndoles: ya lo compré [el boleto de avión] y me voy a ir” (Nairobi)

Derivado de las cuestiones de género que enfrentan algunas mujeres, los padres perciben mayores riesgos para una mujer que para un hombre. El testimonio de Sofía ilustra claramente la diferencia de género en las familias:

“Mi mamá no tenía nada de ganas de que me fuera sola. Mi hermano ya lo había hecho, y en primera él es hombre, pero cuando yo le dije que lo quería hacer, pero nadie de mis amigos había querido hacerlo conmigo, no estaba muy emocionada, pero mi hermano la convenció de que yo viajara sola”

En contraste, en algunos casos se notan cambios en cuanto a la percepción de género. Algunos testimonios demostraron aceptación y apoyo por parte de sus familias, aunque es evidente que el hecho de que sea una mujer quien viaje sin la compañía de alguien más no deja de ser sorprendente: *“Se emocionaron por mí, de ser la primera de sus hijas que viajaba al extranjero, y que se atrevía a hacerlo sola”* (Shanoon). En algunos otros casos, no sólo están de acuerdo en que viajen solas, sino también apoyan en la organización de sus viajes, *“mi hija en ese aspecto me apoya y hasta me orienta en cómo organizar el viaje”* (Fátima).

En particular, la familia de Sinaí percibe mayor seguridad para su hija en el extranjero que en el propio país y es por ello que no se cuestiona el por qué una mujer viaja sola. Cabe

señalar que México es uno de los países con mayor índice de violencia hacia las mujeres (Gutiérrez, 2012)

“Mi familia se siente más segura cuando me voy, ¡es súper raro! [...] Por todo lo de la violencia, mi mamá me dice que ella prefiere mil veces que yo esté en otro país a que yo este acá, o sea, son declaraciones fuertes de una mamá”

Vulnerabilidad/ Riesgos

El concepto de Valentine (1989) *Geography of women's fear*, es un punto de partida para señalar algunos de los temores que experimentaron ciertas mujeres durante sus viajes en solitario. Estos temores se basaban predominantemente en una asociación de violencia y acoso hacia mujeres que viajan solas, incluyendo miradas masculinas incómodas o intimidantes.

El acoso fue señalado como uno de los factores limitantes en las experiencias de viaje en solitario de las mujeres. Muchas mujeres percibieron que se les consideraba vulnerables simplemente porque viajaban solas. Los detalles del acoso fueron evidenciados a través de descripciones, en la mayoría acoso verbal. Varias de las mujeres respaldan la existencia de acoso masculino durante sus viajes:

“Zarzal [Colombia] era un lugar donde pasabas y fueras como fueras vestida todos se te quedaban viendo, eran como muy pesada la mirada, muy morbosa, era fastidioso el hecho de que no podías vestirse con faldas o vestidos (Kenia)

“Yo siento que en Cuba son muy acosadores porque saliendo a la calle te encontrabas con hombres que te decían: hola, bonita, guapa [...] te gritaban un buen de cosas en cada calle o también te mandaban besitos. Cuando me encontraba con otros turistas, ya vi que fue menos, lo hacían, pero eran menos que cuando llegué ahí el primer día y estando sola” (Nairobi)

“En Chile fue un comentario como de -guapa- [...], me incomodé porque ni lo conocía, ni nada; caminaba tranquilamente por las calles sin que nadie me hablara, sin que se me quedara viendo, entonces esa vez fue molesto” (Sinaí)

Hubo momentos en las que ellas no percibían el miedo debido a que en sus lugares de origen se sienten mayormente vulneradas. Fue una constante que ellas mencionaron el temor que se vive en México, lo cual se ve influenciado de cierta manera “positivamente” en sus viajes. En caso contrario de que se sintieran inseguras, solo tomaban algunas medidas precautorias, mas no limitantes.

“...la vulnerabilidad se sentía un poco por ser mexicana que por estar en el país donde estaba, como que traes el chip de supervivencia dentro y sabes que estás en Europa y es raro que te pasen esas cosas estando allá” (Sofía)

“Eran casos muy excepcionales, o sea en Santiago era incómodo salir sola, entonces no lo hacía a menos de que fuera muy cerquita [...] En Santiago tal vez sí porque es una ciudad y siempre en ciudad hay hombres más violentos, pero en los otros lugares que eran más pequeñitos y que están más al sur, la gente es más relajada, más tranquila” (Sinaí)

“Yo sí iba como con ese chip de: allá es otra cosa [...] pero también hay que tener cuidado porque hay gente buena y gente mala en todas partes del mundo” (Madison)

Sensación de seguridad

En un sentido muy similar, cabe señalar que *Geography of women's fear* se reduce considerablemente en el extranjero debido a los altos índices de violencia de género en México. Al estar en otros contextos, ellas experimentan una sensación de libre acoso y de seguridad y, por tanto, no perciben como tal el miedo porque en México estos actos están normalizados (Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres, 2017). Esa situación hace que ellas experimenten cosas nuevas aun cuando tengan un cierto nivel de temor y lo hacen sabiendo que están en otro país y que es menos probable que suceda algo malo:

“Fue un viaje bastante extremo [Chile] y muy arriesgado, yo siento... o sea, estábamos pidiendo ride². De verdad teníamos miedo hacerlo porque pues desde nuestros países ninguna se atrevería hacerlo [...] realmente nunca nos sentimos en peligro, pero siempre era como de -no saques el celular o no hay

² Practica realizada por viajeros que buscan transporte gratuito

que quedarnos dormidas mientras vamos en el camión o donde vayamos con las personas, hay que irles platicando, etcétera-” (Kenia)

“Aquí en México sales en la noche y si vas sola y hay hombres, sientes cómo te ven, te sientes en peligro. Allá no, son ciudades Cosmopolitan [...] entonces nadie te está volteando a ver, nadie te está señalando, hay libre tránsito, hay horas donde aquí ya no podrías andar sola en la noche”

“Me sentí segura porque los hombres no interfieran en mi vida lanzándome miradas constantes o comentarios [...] siento que no hubo gente a mi alrededor, sobre todo hombres, que me quisieran hacer daño de cualquier forma, sea un asalto o lo que sea” (Sinai)

Dos de ellas mencionaron que en su viaje a Cuba percibieron esa sensación de seguridad porque los locales les comentaban que estaban en un lugar seguro:

“No tuve ningún problema. Hay una calle en Varadero súper larga donde hay restaurantes, bares, discotecas y salíamos de uno a otro y todo bien, inclusive el día que salí de la casa de mi amiga y ya estaba oscurecido, era noche y me dijo el hijo de mi amiga -aquí es seguro, aquí no hay delincuencia, aquí no hay narcotráfico como en su país, aquí no las atracan- Eso me tranquilizó”.
(Marsella)

“Muchos me decían: tranquila, aquí es muy seguro, no estás en México”
(Nairobi)

La sensación de inseguridad se debe a la comparación que tiene con México la situación de vida cotidiana.

Aprendizaje

Como se señaló en el capítulo 1 de esta investigación, las experiencias del viajero se ven influenciadas no solo en el destino, sino que hasta que el viajero termina su viaje. En este sentido, la última etapa de la experiencia se determina en función del aprendizaje y los recuerdos. Por consiguiente, se encontró que algunas de las experiencias post viaje de las mujeres que viajaron solas se vieron influenciadas por la violencia de género. Esto las lleva a desear vivir sin violencia y que no se sientan vulneradas en su país, tal como les sucede

estando en el extranjero donde no perciben tantos temores. Además, aprenden a valorar ese momento de no acoso en el destino y, por supuesto, a valorarse a sí mismas porque pese a las limitaciones que enfrentaron algunas, ya sea antes o durante su viaje, ellas arriesgaron todo con tal de salir de la burbuja en donde viven:

“... regresar acá sí es un poco cansado porque te das cuenta de que la violencia está muy normalizada [...] Me hace pensar que hay muchos lugares en el mundo donde una no tiene miedo, puedes salir a un lugar sin estar ciscada de cualquier lugar [...] cuando estoy en esos lugares en específico pienso-ojalá México pudiera ser así-” (Sinaí)

“viajar sola te fortalece y te empodera porque sabes qué medidas tomar cuando viajas” (Marsella)

“Creo que demostré que sí puedo valerme por mi misma, aunque sea en otro país donde no conoces a nadie, confiar más en tu instinto, ser más independiente, más confiada en ti” (Nairobi)

Los cambios demográficos en el perfil de las mujeres mexicanas tienen un efecto significativo en su comportamiento de viaje y sus decisiones de viaje. A pesar de estos cambios, todavía existen algunas limitaciones derivadas de las relaciones de género, en particular las restricciones socioculturales y las restricciones prácticas, que podrían limitar su capacidad de tomar la decisión de viajar y también pueden influir sus experiencias turísticas durante el viaje

CONCLUSIONES

Este estudio exploratorio tuvo por objetivo describir las motivaciones, experiencias y limitaciones turísticas de las mujeres mexicanas residentes en la Zona Metropolitana del Valle de México que realizaron uno o varios viajes en solitario. Este objetivo se centró, por un lado, en explorar las motivaciones tanto de empuje como de arrastre, a fin de conocer las razones de su viaje, así como las características y atributos que deben tener los destinos para su elección.

Independientemente de si viajaron por obligación o por elección, se identificó que las mujeres viajan principalmente para socializar con las personas, ya sea visitando amigos o conociendo a nuevas personas durante sus viajes. También se identificó que algunas de las mujeres entrevistadas viajan para demostrar a la sociedad que son capaces de emprender y organizar un viaje en solitario. Esta motivación coincide con muchos estudios, pues señalan que el conocerse a sí mismas les permite tener un espacio de autorreflexión (Wilson y Harris, 2006), disfrutar de su soledad y amarse; estos componentes en su conjunto les permite tener cierto nivel de autoestima, el cual es necesario para su empoderamiento. Otra motivación de empuje fue el escape, algunas mujeres buscan salir de su entorno cotidiano y otras, principalmente estudiantes, buscan experimentar por primera vez un viaje al extranjero y un escape a la violencia de género en México, donde inclusive las familias en ocasiones las apoyan pese a la incertidumbre que genera el ser mujer que viaja sola.

En cuanto a los atributos de los destinos (factores pull), las mujeres suelen elegir lugares que ofrezcan cultura, resaltando las costumbres, tradiciones, formas de vida y la gastronomía. La naturaleza también formó parte de estos atributos, principalmente para quienes viajaron al Sur de América a países como Chile y Argentina, por características propias del destino. Por último y de manera importante, se determinó que la seguridad resultaba también un atractivo de algunos destinos en el extranjero debido a que muchas de las participantes argumentaron que México era no un país inseguro para viajar solas y por eso eligen viajar al extranjero, donde ellas se sienten más seguras. Por otro lado, se describieron las experiencias asociadas al género, llegando a la conclusión de que las participantes se sienten menos vulneradas cuando están en el destino en otro país, debido a que muchas veces en México perciben mayor inseguridad por el hecho de ser mujeres.

Además, la revisión de la literatura confirmó que algunos de los hallazgos en este estudio se han justificado en investigaciones anteriores. Por ejemplo, las características demográficas de las mujeres mexicanas que viajan solas coinciden con las identificadas por estudios previos, esto en términos de edad, ya que en estudios previos se han identificado que no hay un rango de edad en específico debido muchas mujeres viajan sin importar su edad y cabe mencionar que en su mayoría son mujeres con estudios académicos altos.

Además, los resultados mostraron que, aunque las mujeres mexicanas que viajan solas son desafiadas por una amplia gama de limitaciones antes de viajar y durante su experiencia turística en destinos, esto no les impidió viajar solas. Las limitaciones más frecuentes que tienen efecto sobre la decisión de viajar de las mujeres son las restricciones interpersonales relacionadas con la actitud de la familia. También resaltaron las socioculturales relacionadas con los roles y responsabilidades de las mujeres en la familia. Por otro lado, las limitaciones personales y prácticas tienen la mayor influencia durante el viaje en sí. Los sentimientos de miedo y falta de seguridad siguen siendo limitantes para las mujeres mexicanas en los destinos turísticos, no obstante, en ocasiones ellas percibieron mayor seguridad en sus viajes por el hecho de ser mujeres mexicanas, peor no precisamente por cuestiones de nacionalidad sino más bien por razones de la violencia que se vive en su entorno cotidiano.

Esta investigación evidenció que la violencia no solo se manifiesta en el lugar donde viven ellas, sino que además tienen que soportar el acoso sexual en el lugar donde eligieron disfrutar de su tiempo libre; no cabe duda de que por menor que sea el acoso sexual: una mirada, un chiflido o coqueteo resultan incómodos y molestos para muchas mujeres, en especial para aquellas que viajan solas. En muchas ocasiones, la geografía del miedo se reduce debido a que la violencia de género está normalizada en México, pues según Gaytan (2007) “la violencia contra la mujer mexicana está -extremadamente normalizada- y esto es uno de los principales motivos por los cuales México es uno de los países con más tasa de feminicidios en Latinoamérica y el mundo”, lo que conduce a las mujeres a no percibir el miedo durante sus viajes en el extranjero.

Una de las ventajas de usar el método cualitativo para esta investigación fue escuchar de primera mano las voces de las participantes, finalmente el método cualitativo ofrece eso, un acercamiento al entrevistado; de esta manera también pudo profundizarse en el tema desde el protagonismo y narración de las participantes. De acuerdo con Vizcaíno et al.,

(2016), para abordar investigaciones sobre género, y otros aspectos asociados al mismo, es recomendable utilizar este método.

Esta investigación podría considerarse un punto de partida para futuras investigaciones sobre las restricciones de viaje, específicamente las restricciones socioculturales que pueden afectar la decisión de viajar de las mujeres mexicanas. La investigación adicional debe tener en cuenta estos hallazgos y realizar un estudio comparativo de México con otros mercados emisores de Latinoamérica.

Este estudio puede resultar útil desde lo económico para los proveedores de servicios turísticos incluidos operadores turísticos, agencias de viajes y hospedaje. Para los prestadores de servicios turísticos, las motivaciones podrían ser de utilidad para ofrecer servicios turísticos especializados en este segmento. No obstante, de acuerdo con los hallazgos obtenidos en esta investigación, la mayoría de las mujeres refirieron no contratar paquetes turísticos para sus viajes, ni recurrir a agencias de viaje para la organización de estos, lo que demuestra que son independientes en la organización y planeación de sus propios viajes, solo una de ellas comentó que era una opción viable tanto en la organización como en socialización

“todo es perfecto en el hospedaje, los transportes, no andar batallando pensando dónde ir, todos muy bien organizado y es muy bonito viajar con esos grupos [...] conoce uno personas que hablan el mismo idioma y entablamos una relación de amistad posteriormente” (Fátima).

En cuanto a lo social, a partir de las experiencias de las mujeres que participaron en este estudio, se considera necesario que algunas entidades gubernamentales consideraran enfocarse en la seguridad de viajeras que visitan sus respectivos países y hacer estrategias para brindarles seguridad. En cuanto a México como destino turístico, podría ser de utilidad para que el gobierno tome las medidas necesarias y brinden la mayor seguridad a las mujeres, desarrollando política para hacer que las mujeres que viajen solas se sientan seguras, no solo las mujeres mexicanas sino de todas las nacionalidades, ya que este estudio demostró que, aunque mujeres quisieran viajar por México, no lo hacen por temor a ser violentadas.

En lo académico, esta investigación podría ser útil para la generación de nuevas líneas de investigación que ayudaran a los académicos a vislumbrar la importancia que estos viajes

tienen y el contexto en el que se desarrollan. Esta investigación demuestra que, aunque ya se han realizado algunas investigaciones sobre viajes en solitario, todavía se necesita de más investigaciones sobre este tema, en particular en contextos donde las mujeres son vulneradas y reprimidas en sus países, para demostrar que muchas veces las mujeres son violentadas no solo en espacios privados sino también en espacios públicos. Además, es necesario abordar el tema desde la inclusión y la equidad de género, ya que gran parte de estas investigaciones son orientadas a mujeres. Se reconoce entonces que hace falta escuchar la voz de los hombres, así como de aquellas personas poco visibles en la sociedad, incluidas aquellas personas pertenecientes a la comunidad LGBT, afrodescendientes, musulmanes, entre otros grupos.

En el caso de los hombres, podría ser útil indagar si ellos se sienten de alguna manera vulnerados o si perciben riesgos por el hecho de ser hombres. Este planteamiento surge a partir de las narraciones de las participantes de este estudio, particularmente Nairobi declaró que

“...sí es más riesgoso para las mujeres porque casualmente coincide con otro compañero que se fue a Cuba y compartiendo experiencias con él [...] me decía que era muy seguro, muy tranquilo, su percepción fue diferente, a él no le chiflaban o le decían cosas”

Para futuras investigaciones se sugiere ampliar la muestra de los participantes, ya que así se podrán analizar ampliamente las motivaciones y experiencias. También se recomienda la participación de mujeres latinoamericanas a fin de comparar sus experiencias, teniendo en cuenta que cada país tiene un contexto diferente, así como la participación de mujeres mexicanas de diferentes estados de la República Mexicana, ya que, incluso siendo del mismo país, cada estado representa diferentes situaciones sociodemográficas y culturales. Igualmente, se sugieren estudios de mujeres viajeras participes en otras tendencias y modalidades del turismo, como mujeres que viajan con sus amigas, mujeres que viajan acompañadas de sus parejas, etcétera.

Si bien la academia mexicana ha contribuido a los estudios turísticos con enfoque de género, entre ellos estudios turísticos en comunidades indígenas (Covarrubias y Ochoa, 2017) y sobre trabajo femenino y empoderamiento (Mendoza y Carrillo, 2015), en el conocimiento de la investigadora, este es uno de los primeros estudios, sino es que el único

hasta este momento en México, sobre el protagonismo de las mujeres en los viajes y el turismo.

Con base en estudios pasados, se concluye que la nacionalidad puede influir en las experiencias de las mujeres que viajan solas, por ejemplo, en el estudio de Seow y Brown (2019), se identificó que las mujeres se sentían vulnerables por sus rasgos físicos asiáticos y en esta investigación donde las participantes fueron mujeres mexicanas, el riesgo y la vulnerabilidad era menor debido a que, siendo mexicanas sienten mayor miedo en su entorno habitual por vivir en un país donde prevalece el acoso sexual hacia las mujeres y como consecuencia, en sus viajes no perciben el riesgo como tal; pese a eso, ellas toman medidas precautorias. Sin embargo, en la mayoría de los estudios empíricos donde mujeres son las participantes, el acoso sexual no deja de ser constante, algunas mujeres en este estudio refirieron sentirse acosadas en el destino, especialmente en países de Latinoamérica como Colombia y Cuba.

Por último, es importante señalar que una de las limitaciones de este estudio fue la clasificación de Leasser et al., (2009) adoptada para agrupar a las viajeras, debido a que pudiera ser confusa para los lectores, sin embargo, resulta que la teoría referente a los viajes en solitario establece que pese a que una persona viaje sola no significa que estará sola (Heimtum y Abelsen, 2014). Aun cuando una persona viaje en grupo, la teoría clasifica a los viajeros en función de si la persona vive sola o acompañada o en su forma de viaje, si lo hace totalmente sola o acompañada de amigos o familiares que comparten los mismos gustos en cuanto a viajes se refiere.

Se reconoce que en este estudio no fue una muestra considerable, pero a pesar de eso, se demostró que las mujeres también pueden ser por sí solas participes activas de los viajes. Derivado a la problemática planteada en esta investigación, se reconoce el papel que juegan las mujeres en la actividad turística. En este caso en particular, se reconoce el papel de la mujer mexicana en el turismo desde una perspectiva no empresarial sino más bien desde un enfoque protagónico, de ellas como turistas, como consumidoras del turismo. Es importante reconocer la participación de las mujeres en el turismo como dementada turística y considerarlas para la creación de servicios especializados de acuerdo a sus demandas, experiencias y motivaciones.

ANEXO



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

GUÍA DE ENTREVISTA

Soy Anallely Ávila Adame, estudiante de la licenciatura en Turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México. Actualmente estoy realizando un estudio sobre las motivaciones y experiencias de las mujeres mexicanas que han experimentado uno o varios viajes en solitario. Dicho lo anterior, considero valiosa su aportación a este estudio dado que cuenta con los criterios de selección (nacionalidad mexicana, ser residente en uno de los municipios y/o delegaciones dentro de la Zona Metropolitana del Valle de México, y haber viajado en solitario en un lapso no mayor a dos años) (se garantizará que se cumplan estos criterios previos a la entrevista).

La entrevista consta de cuatro secciones. Para poder tener un registro preciso de la información, resulta de mucha utilidad audio grabar la conversación, de lo contrario se podría perder información importante. ¿Existe algún inconveniente en que grabemos la conversación? Cabe aclarar que la información recabada será únicamente para fines académicos, y que sus respuestas se mantendrán anónimas.

A. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

- Edad:
- Nivel de estudios completado:
- Ocupación:
- Cuenta con pareja:
- Hijos:
- Vives con:
- Lugar de residencia:
- Motivos del último viaje

B. VIAJES EN SOLITARIO

- ¿Podrías contarme sobre tus viajes en general?
 - Razones
 - Destinos
 - Frecuencia
 - Compañía
 - Duración
 - Presupuesto (propio o de otros)

- Cuéntame por favor sobre sus viajes en solitario
 - Razones por las que viaja en solitario (qué busca, distinguir entre laboral y placer)
 - Destinos (tipo de lugares, características, nacional/extranjero)
 - Alojamiento
 - Transporte
 - Frecuencia
 - Temporalidad (tiempo de año)
 - Duración
 - Organización del viaje (independiente o agencia)
 - Búsqueda de información previa al viaje
 - Recursos (propio o de otros)
 - Actividades comunes en el destino

C. LIMITACIONES Y EXPERIENCIA EN LOS VIAJES EN SOLITARIO

- ¿Te has enfrentado a alguna dificultad antes de tu viaje por el hecho de viajar en solitario? (*pre-visit*)
- ¿Te has enfrentado a alguna dificultad durante el desplazamiento a tu destino? (*travel to*)
- ¿Te has enfrentado a alguna dificultad durante tu estancia en los lugares visitados? (*on-site visit*)
- ¿Te has enfrentado a alguna dificultad durante el regreso a casa? (*on-site visit*)
- ¿Qué impacto han tenido los viajes en solitario en tu vida? (*post-visit*)
- ¿Te sentiste vulnerable al viajar sola? (acoso, discriminación, miradas masculinas) (aplica si es que no se comentó en las preguntas anteriores)
- ¿Cuál ha sido una experiencia positiva memorable en alguno de tus viajes en solitario? ¿Por qué?
- ¿Cuál ha sido una experiencia negativa memorable en alguno de tus viajes en solitario? ¿Por qué?
- ¿Viajarías sola de nuevo? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo mejor de viajar sola?
- ¿Cuál es la parte negativa de viajar sola?
- Tus viajes en solitario, ¿los planeas de manera diferente a los viajes en compañía?
- ¿Hay actividades que evites hacer cuando viajas en solitario (acudir a ciertos lugares, vestir de forma particular, revisar tu habitación antes de entrar, mandar tu ubicación con frecuencia)?
- ¿Cómo percibes las miradas o la actitud de la gente cuando viajas sola?
- ¿A qué crees que se deba?
- ¿Has tenido alguna experiencia desagradable en algún viaje en solitario?
- Como mujer viajera en solitario, consideras que se tienen más o menos oportunidades que los hombres. ¿por qué?
-

D. CONCLUSIÓN Y CIERRE

- ¿Desearías compartir o agregar algo más a esta entrevista?

Gracias por su participación.

FUENTES CONSULTADAS

Abbasian, S. (2019) Solo travellers to city destinations: an exploratory study in Sweden", *International Journal of Tourism Cities*, 5 (1), pp.35-50

Ahlfert, C (2012) El viaje como experiencia. *Papers TSI*. Universitat Ramon Llull, Turismo Sant Ignasi., 2, pp. 89-109

Araújo, G., y De Sevilha, M. (2017) Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26, pp. 62-85

Atieno (2009) An Analysis of the Strengths and Limitation of Qualitative and Quantitative Research Paradigms. *Problems of Education in the 21 century*, 13, pp. 13-18

Ávila, T. (2017) Una aproximación a las mujeres viajeras en la modernidad. Convergencia y transversalidad en humanidades. Actas de las VII Jornadas de Investigación de la Facultad de Filosofía y letras de la Universidad de Alicante.

Beltrán, M., y Parra, M. (2017) Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de Turismo*, 39, pp. 41-65

Berdychevsky, L., y Gibson, H. (2015) Sex and risk in young women's tourist experiences: Context, likelihood, and consequences. *Tourism Management*, 51, pp. 78-90

Bianchi, C. (2016) Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 18, pp. 197–208

Booking (2019) Las viajeras mexicanas son "aventureras" y "seguras de sí mismas. Disponible en: <https://news.booking.com/las-viajeras-mexicanas-son-aventureras-y-seguras-de-si-mismas/>, consultado 20 de octubre de 2019

Bryman, A. (2004) *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.

Byrne, M. (1995) Gender in tourism. *Annals of Tourism of Research*, 22(2), pp. 247-266

Camarena, E., Saavedra. M (octubre, 2018) Empoderamiento femenino en México. XXIII Congreso internacional de contaduría, administración e informática, Ciudad Universitaria, México

Cárdenas, M (2015) La participación de las mujeres investigadoras en México. *Investigación Administrativa*, vol. 44, núm.116. Instituto Politécnico Nacional

Castaño. J. (2005) *Psicología Social de los Viajes y del Turismo*. Madrid: Thomson

Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (2017) Los piropos: ¿halago o violencia contra las mujeres? Disponible en: <https://www.gob.mx/conavim/articulos/los-piropos-halago-o-violencia-contra-las-mujeres> , consultado 29 de marzo de 2020

Covarrubias, A (2013, 05 de febrero) Violan a seis turistas en Acapulco. *El universal*. Disponible en: <https://archivo.eluniversal.com.mx/notas/900757.html>, consultado 02 de noviembre de 2019

Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C. y Buultjens, J (2009) The Role of User-Generated Content in Tourists' Travel Planning Behavior, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, pp. 743-764

Crompton, J. (1979) Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, pp. 408-224

Devesa, M., Laguna, M., y Palacios, A. (2008) Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24 (2), pp. 253-268

Díaz, E. (2018, 8 de abril) Más mujeres se lanzan a la aventura de viajar solas. *Excélsior*. Disponible en: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/mas-mujeres-se-lanzan-a-la-aventura-de-viajar-solas/1231181>, consultado 29 de marzo de 2019

Flores, M. (1973) Las motivaciones turísticas. *Estudios Turísticos*, 73, pp. 91-114

García B. (2019, 30 de mayo) Gran Bretaña emite alerta para turistas que viajen a México; advierte por violencia y salud. *Sin embargo*. Disponible en: <https://www.sinembargo.mx/30-05-2019/3588813>, consultado 20 de octubre de 2019

García, A. (2018) Mujeres, las que más viajan. *Líderes mexicanos*. Disponible en: <https://lideresmexicanos.com/noticias/mujeres-las-que-mas-viajan-%E2%80%A8/>, consultado 15 de octubre de 2019

González (2008) *Psicología de la motivación*. La Habana: Ciencias Médicas.

Gutiérrez, J (2012) *Violencia contra las Mujeres en el Estado de México. Informe de Impacto Psicosocial del Femicidio de Nadia Alejandra Muciño Márquez*. Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos A.C. (CMDPDH).

Gutiérrez, J. (2007). *La investigación social del turismo*. España: Thomson

Hall, M; Sharples, L.; Cambourne, B. y Macionis, N. (2002) *Wine Tourism Around the World: Development, management and markets*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

Heimtun, B. y Abelsent, B. (2014). Singles and solo travel: Gender and type of holiday. *Tourism, culture & Communication*, 13, pp.161-174.

Hernández, M. y Colorado, M (2018) *Violencia de género y feminicidio en el Estado de México: una visión económica*. *Revista de investigación en Derecho, Criminología y Consultoría Jurídica*, 23, pp. 245-250

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P (2010) *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw-Hill. Cuarta edición.

INEGI (2015) Mujeres y hombres en México: ¿Cuántos somos? Disponible en: <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/mujeresyhombres.aspx?tema=P>, consultado el 12 de octubre de 2019

INEGI (2018) Estadísticas a propósito del día internacional de la mujer. Disponible en: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/mujer2018_Nal.pdf?platform=hootsuite, consultado el 12 de octubre de 2019

INEGI (2018) Mujeres y hombres en México. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2018.pdf, consultado el 10 de octubre de 2019

INEGI (2019) Resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2018. Comunicado de prensa núm. 34/19.

Jennings, G. (2010). *Tourism research*. Australia: John Wiley and sons Australia.

Jordan, F y Aitchison, C. (2008), "Tourism and the sexualisation of the gaze: solo female tourists' experiences of gendered power, surveillance and embodiment", *Leisure Studies*, 27 (3), pp. 329-49.

Jordan, F. y Gibson, H. (2005) We're not stupid... but we'll not stay home either: Experiences of solo women travellers. *Tourism Review International*, 9, pp. 195-211

Kim, S., Lee, C., y Klenosk, D. (2003) The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24, pp. 169–180

Laesser, C., Beritelli, P., y Bieger, T. (2009) Solo travel: explorative insights from a mature market (Switzerland). *Journal of Vacation Marketing*, 15 (3), pp. 217-227.

Lopes, E. (2006) La motivación turística: el caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil. *Boletín de la AGE*, 42, pp.303-314

Mason, J. (1996) *Qualitative researching*. Sage Publications

Monterrubio, C (2015) *El turismo como campo de estudio*. México: Trillas

Monterrubio, C (2019) Exploring nudist festival attendance at a Mexican beach: a tourist motivation approach, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (5), pp. 583-594

Morgan, M., Lugosi, P., y Ritchie, J. (2010) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*. Great Britain: Channel View Publications.

Morris, C., y Teye, V. (2010) Backpacker motivations: a travel career approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), pp. 244-259.

Mundo joven (2017) Hoteles sólo para mujeres: La nueva tendencia, conoce cuáles son los mejores hoteles exclusivos para mujeres, Disponible en: <https://mundojoven.com/mochilero/hoteles-solo-para-mujeres-la-nueva-tendencia/>, consultado el 13 de octubre de 2019.

OCDE (2015) Estudios Territoriales de la OCDE: Valle de México, México.

ONU MUJERES (2018) Encuesta sobre la violencia sexual en el transporte y otros espacios públicos en la ciudad de México. Programa insignia global ciudades y espacios públicos seguros para mujeres y niñas.

Osman, Brown y Trang Phung (2019) The travel motivations and experiences of female Vietnamese solo travellers. *Tourist Studies*

Pereira, A., y Silva, C. (2018) Motivations and experiences of women solo travellers. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 4, pp. 134-138

Pontaza (2019, 8 de marzo) Aumenta la participación de mujeres en ciencia y tecnología, según el SNI. *TecReview*. Disponible en: <https://tecreview.tec.mx/aumenta-la-participacion-mujeres-en-ciencia-tecnologia-segun-sni/>

Quinlan C. y Carmichael, B. (2010) The dimensions of the tourist experience. En Morgan, P. y Ritchie, B. (Eds) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* (pp. 3-26). Bristol: Channel View Publications.

Ruiz, L. y Fuentes, C. (2014) Mapeo regional de flujos de turismo doméstico. LID Editorial Mexicana: México

Sánchez, V. y Aguilar, S. (2016) Percepción de los turistas mexicanos sobre la imagen turística de Mazatlán, ante un escenario de inseguridad. *Teoría y Praxis*, 20, pp. 155-186

Sancho, A., Cabrera, B., García, G. y Pérez, J. (2001) Apuntes de metodología de la investigación en turismo. Organización Mundial del Turismo, pp. 224-230

SECTUR (2018) Visión Global de Turismo a México: Análisis de los mercados, perspectivas del turismo mundial. Sexto informe de labores

Seow, D. y Brown, L. (2018) The solo female asian tourist. *Current Issues in Tourism*, (21)10, pp.1187-1206.

Taylor, S y Bogdan, R (1994) Introducción a los métodos cualitativos en investigación. La búsqueda de los significados. España: Ed. Paidós

Thanabordeekij, P. (2018) An empirical investigation of Iso-Ahola's model of motivation: factors influencing chinese tourists visit intention in Thailand. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 7 (1), pp. 227-239

- Tikkanen, I. (2007) Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British Food Journal*, 109 (9), pp. 721-734
- Uysal, M. (2006) Modeling Iso-Ahola's motivation theory in the tourism context. *Journal of Travel Research*, 45(2), pp.140-149.
- Valentine, G. (1989) The Geography of Women's Fear. *Area*, 21(4), pp. 385–390.
- Vizcaíno, L., Serrano, R., Cruz, G. y Pastor, M. (2016) Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: un análisis bibliográfico. *Cuadernos de Turismo*, 38, pp. 485-501.
- Vizcaíno-Suárez, L y Díaz-Carrión, I (2018) Gender in tourism research: perspectives from Latin America. *Tourism Review*
- William E. Hammitt (1980) Outdoor Recreation: is it a Multi-Phase Experience, *Journal of Leisure Research*, 12, pp.107-115
- Wilson, E y Little, D. (2008) The solo female travel experience: exploring the 'geography of women's fear'. *Current Issues in Tourism*, 11 (2), pp. 167-86.
- Wilson, E., y Harris, C. (2006) Meaningful travel: women, independent travel and the search for self and meaning. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54 (2), pp. 161-172
- Wilson,E., y Little, D. (2005) A'relative escape'? The impact of constraints on women who travel solo. *Tourism Review International*, 9, pp.155-175.
- Yang, E., Khoo-Lattimore, C, y Arcodia,C. (2018) Power and empowerment: How Asian solo female travellers perceive and negotiate risks. *Tourism Management*, 68, pp.32-45
- Yang, R y Sun Tung, V. (2018) How does family influence the travel constraints of solo travelers? Construct specification and scale development, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), pp. 507-516
- Zúñiga, M. (2014) Las mujeres en los espacios públicos: entre la violencia y la búsqueda de libertad. *Región y sociedad*, 4, pp. 78-93