

El comportamiento de los intermediarios turísticos ante la sostenibilidad: una revisión de la literatura sobre su estudio mediante las teorías del comportamiento planificado

Tourism intermediaries' behavior towards sustainability: a literature review on its study using the theories of planned behavior

Eneko Ibarria Caspistegui
Universidad de Málaga

Lluís Garay Tamajón
Universitat Oberta de Catalunya

Antonio Jesús Guevara Plaza
Universidad de Málaga

Submitted: 26th May 2023; Accepted: 8th January 2024

e-ISSN: 2014-4458

Abstract

■ Although the analysis of the implementation of sustainability in the tourism sector has been recurrent in recent years, research relating corporate social responsibility to tourism intermediation are scarce, despite the recognized importance of this subsector for tourism. This paper seeks to deepen the studies carried out in this regard, highlighting the relevance in this context of behavioral theories, particularly those of planned behavior. Based on the review of these studies, a systematic review of the literature in high-impact journals was conducted with a quantitative analysis of various biometric measures and a qualitative analysis of the main themes related to the research. Although the findings are occasionally contradictory and there are research gaps, there seems to be a consensus in accepting that attitude, subjective norms and perceived control have a direct impact on its commitment to

Resumen

■ Aunque el análisis de la implementación de la sostenibilidad en el sector turístico ha sido recurrente en los últimos años, las investigaciones que relacionan la responsabilidad social corporativa con la intermediación turística son escasas, pese a la reconocida importancia que este subsector supone para el turismo. Este trabajo busca profundizar en los estudios realizados al respecto, destacando la relevancia de las teorías del comportamiento y particularmente las del comportamiento planificado. A partir de la revisión de estos estudios, se realizó una revisión sistemática de la literatura en revistas de alto impacto con un análisis cuantitativo de diversas medidas biométricas y un análisis cualitativo de los principales temas abordados. Pese a que los hallazgos son ocasionalmente contradictorios entre sí y se aprecian vacíos de investigación, parece haber consenso en

sustainability. Likewise, the literature mostly reflects that the motivations behind the responsible behavior of these tourism stakeholders are far from homogeneous, with diverse approaches such as the search for direct returns from responsible actions, the need to justify themselves to other stakeholders related to the company, or even the application of personal values in the management of the business.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Theory of Planned Behavior; Decomposed Theory of Planned Behavior; motivations; travel agencies

aceptar que actitudes, normas subjetivas y control percibido inciden directamente en la apuesta por la sostenibilidad. Asimismo, la literatura refleja mayoritariamente que las motivaciones detrás de las conductas responsables de estos actores distan mucho de ser homogéneas, con acercamientos diversos como la búsqueda de rendimientos directos de las acciones responsables, la necesidad de justificarse ante otros actores, o incluso la aplicación de valores personales en la gestión de los negocios.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa; Teoría del Comportamiento Planificado; Teoría Descompuesta del Comportamiento Planificado; motivaciones; agencias de viaje

1. INTRODUCCIÓN

Hace ya décadas que la investigación especializada en el ámbito turístico ha realizado propuestas para el análisis del comportamiento de sus actores desde una perspectiva social amplia, al ser una actividad cuya gestión es compleja por naturaleza, con multitud de motivaciones, procesos e impactos. Esto ha suscitado que, también desde hace décadas, los comportamientos relativos a la actividad se hayan podido observar desde aproximaciones muy variadas, con análisis que abarcan desde la economía y empresa, la geografía o el marketing hasta la sociología, la antropología o las comunicaciones (Tang, 2014). En todo caso, y quizás aglutinando esta visión transdisciplinar, una creciente corriente de autores se ha acercado al análisis de los comportamientos en esta actividad desde la propia perspectiva de la psicología social y en concreto entendemos, como hacen Pearce y Stringer (1991), que el comportamiento turístico es en su conjunto básicamente un fenómeno psicológico social.

En este contexto, diferentes teorías del comportamiento, aplicadas en múltiples contextos, se han utilizado para estudiar aspectos como la atención a la motivación del turista, particularmente las teorías precedentes y que orbitan en torno a la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) (Ajzen, 1991) y la Teoría Descompuesta del Comportamiento Planificado (TDCP) (Taylor y Todd, 1995). Entre ellas destacaríamos el Modelo de Intenciones de Fishbein y Ajzen (1975), la Teoría de la Acción Razonada de Ajzen y Fishbein (1980), la Teoría del Intento de Bagozzi y Warshaw (1990), el Modelo del Proceso Actitud-Comportamiento de Fazio (1986), el Modelo de Adopción de la Innovación de Gatignon y Robertson (1985), o el Modelo de Aceptación de Tecnología de Davis (1989). Esto refleja que la incorporación de las motivaciones en las investigaciones sobre el consumo turístico se encuentra entre los temas más prolíficos de análisis en nuestro ámbito (Han, 2021), aunque es importante aclarar que en muchos casos estas teorías no son generalizables a otros contextos debido principalmente a los problemas que se generan de prueba y validación.

En todo caso, la TCP es uno de los modelos socio-psicológicos más destacados y ampliamente refrendado para explicar el comportamiento humano, siendo una de las

teorías más utilizadas en los últimos años en los estudios turísticos enfocados hacia su vertiente como ciencia social (Kim et al., 2019). La literatura especializada ha prestado esta especial atención a la TCP probablemente debido a su poder predictivo, aunque el modelo también ha sido sujeto a lo largo del tiempo a la incorporación de diferentes propuestas de ampliación y/o modificación (Yuriev et al., 2020). Esto ha sido también frecuente en nuestro ámbito turístico, quizás porque esta teoría puede llegar a ser una herramienta funcional y práctica en un entorno tan multidisciplinar como el nuestro. Hay autores que concluyen que la TCP es ampliamente aplicable en las investigaciones turísticas, a diferencia de otras teorías extraídas de la psicología social, que son menos susceptibles de ser empleadas debido a las limitaciones de diferente tipo que plantean (Tang, 2014), tal como sucede, por ejemplo, con la propuesta inicial de Ajzen y Fishbein (1980) de su Teoría de la Acción Razonada que ha sido objeto de diversas críticas en relación a su capacidad predictiva de la conducta al eliminar factores no tan conscientes en la predicción de comportamientos habituales. Al respecto de la TDCP, las investigaciones han constatado su mayor capacidad predictiva en el estudio de las motivaciones tras la adopción de innovaciones, explicando en mayor porcentaje tanto la intención como el comportamiento efectivo que la propia TCP o la MAT, presentando además una mejor calidad de ajuste (Pérez, 2014).

Así, en el sector turístico, la TCP se ha utilizado principalmente con aproximaciones teóricas donde destaca, sin duda, el estudio del comportamiento del consumidor, seguida de lejos por el marketing, la educación, el comportamiento organizacional, y los negocios. En línea con la tónica general en las investigaciones turísticas, la TCP también se ha aplicado mayormente a estudios del comportamiento en el contexto de la hotelería (Ulker-Demirel y Ciftci, 2020). Por su parte, los objetos de estudios más habituales se ciernen en torno a temáticas tales como el comportamiento del consumidor online (Huang y Hsu, 2009), la intención de uso de Internet por parte de diferentes actores turísticos (Lee y Choi, 2009), el comportamiento de los empleados (Huh et al., 2009), o la intención de los consumidores de visitar hoteles ecológicos (Verma y Chandra, 2018).

En referencia a la aproximación investigativa del desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el sector de la intermediación turística, los estudios se han centrado, principalmente, en temas focalizados en el análisis de la eficiencia de los recursos y el ahorro de los costes (Baddeley y Font, 2011) o han expuesto el ejercicio de poder y control desigual sobre los proveedores por parte de los touroperadores (Bastakis et al., 2004). En este sentido, como ejemplo, Richards y Font (2019) recogen varias áreas en las que sería beneficioso un análisis más detallado de las decisiones que se toman al respecto de la RSC en la intermediación, como el papel de los diferentes actores en la cadena de suministro sostenible, u obtener una comprensión más clara de los requisitos, oportunidades y limitaciones en cada punto de la cadena de suministro turístico con el fin de identificar criterios de éxito, barreras y oportunidades para vender un turismo más responsable.

La literatura también recoge cómo el comportamiento de los gestores de estas empresas intermediarias desempeña un papel decisivo en la promoción, el suministro de productos y la ayuda al intercambio de información (Buhalis y Egger, 2008), algunas de las cuales pueden moldear el volumen y los movimientos de los viajes, estimular prácticas en otros

actores, e influir en los destinos y sus comunidades (Khairat y Maher, 2012). En consecuencia, parece central la necesidad de analizar el comportamiento de aquellos intermediarios que se han involucrado en el empleo de prácticas responsables (Lund-Durlacher, 2015). En todo caso, el desarrollo de la RSC en este subsector ha respondido particularmente a cuestiones relacionadas con la promoción de prácticas sostenibles, con muy pocas iniciativas de plena integración de políticas responsables en las organizaciones. Además, y a pesar de que el interés por el turismo responsable es elevado y un tema muy debatido en la actualidad, entre los intermediarios no está todavía muy extendido y aún se busca la coherencia en políticas, programas y prácticas (Tigu et al., 2016). Tal es así que los factores que dan forma a la adopción de esta RSC muestran cómo las estrategias parecen concebirse principalmente como un medio de gestión de riesgos, como una ventaja competitiva, o como una estrategia para gestionar la regulación (Schwartz et al., 2008), más que como un medio para proporcionar mejores servicios a los clientes, ahorros de costes u oportunidades comerciales (Budeanu, 2007).

A semejanza de lo que sucede en otros contextos de la industria turística, sus acciones responsables se han centrado especialmente en aspectos medioambientales, a partir de comportamientos de conservación del entorno donde estos actores operan. Este hecho es justificable, puesto que son las acciones más visibles para los clientes, pero también son las más sencillas de realizar, y suelen relacionarse con el éxito comercial bajo la máxima de satisfacer las demandas y expectativas de los clientes (Cater, 2007). En este sentido, los enfoques de RSC de los intermediarios han tenido una orientación hacia el producto como una forma de minimizar los efectos de las compensaciones inherentes que enfrenta la industria del turismo entre la maximización de ganancias y la inversión en sostenibilidad (Dolnicar y Long, 2009).

En definitiva, nos interesa plantear a continuación una exposición de la principal teoría del comportamiento aplicada en el ámbito turístico, la TCP, observar sus principales aplicaciones, extensiones y propuestas de mejora, para llegar a la observación más específica de su aplicación al contexto de la intermediación turística.

2. DESGRANANDO LA TCP DESDE SU CONCEPCIÓN GENERAL HASTA SU APLICACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA

2.1. La Teoría del Comportamiento Planificado

La TCP (*Vid.* Figura 1) fue postulada originalmente por Ajzen (1991), proponiendo que las intenciones de conducta son consecuencia de los factores motivacionales que influyen en un comportamiento y que están compuestos por tres determinantes, conceptualmente independientes.

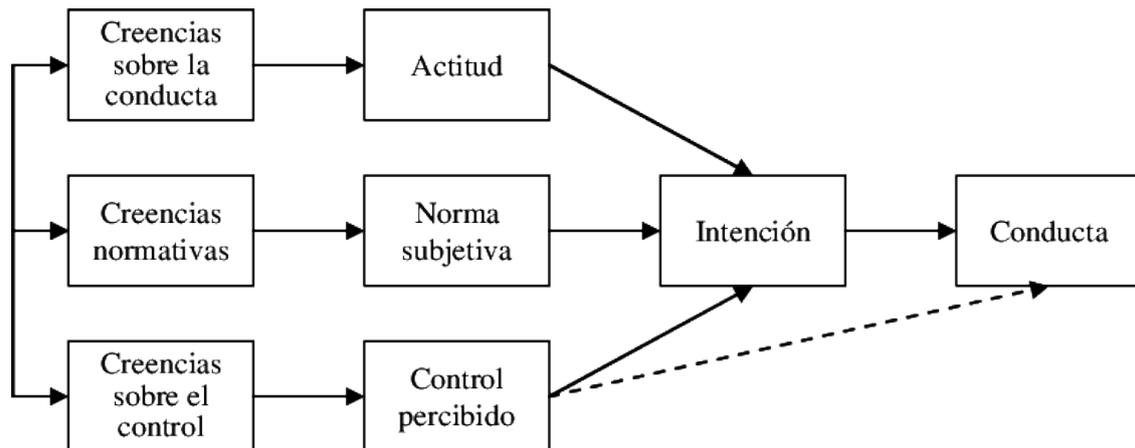


Figura 1. Teoría del Comportamiento Planificado. Fuente: Ajzen (1991)

El primero es la actitud hacia el comportamiento, el grado en que una persona tiene una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. Corresponden a las expresiones psíquicas del ser humano: el pensar, el sentir y la voluntad, que pueden ser desarrolladas o modificadas.

El segundo es un factor social denominado norma subjetiva, referido a la percepción de la presión social para realizar o no la acción. Ajzen define las normas subjetivas como la suma de dos factores: las creencias normativas de los individuos sobre la opinión percibida que tienen personas de referencia como familia y amigos, y la motivación por cumplir, es decir, cómo de motivado está el individuo en hacer lo que estas personas de referencia quieren que haga.

El tercer determinante es el grado de control percibido, relacionado con la facilidad o dificultad percibida de la realización de la conducta. Se refiere a creencias y expectativas que tiene una persona en cuanto a si puede interactuar de modo que se produzcan resultados deseados y prevenga resultados indeseables. A fin de percibir que uno tiene el control sobre una situación determinada se requiere que dos cosas sean ciertas: se debe ser capaz de obtener el resultado deseable y la situación sobre la que se intenta ejercer control necesita ser predecible y estable.

2.2. La Teoría Descompuesta del Comportamiento Planificado

La TDCP (Taylor y Todd, 1995) (Vid. Figura 2) es un desarrollo de la TCP diseñada para el análisis de la intención hacia la adopción de innovaciones en la que se amplían las dimensiones de la actitud, la norma subjetiva y el control percibido, descomponiéndolas en grupos específicos de creencias.

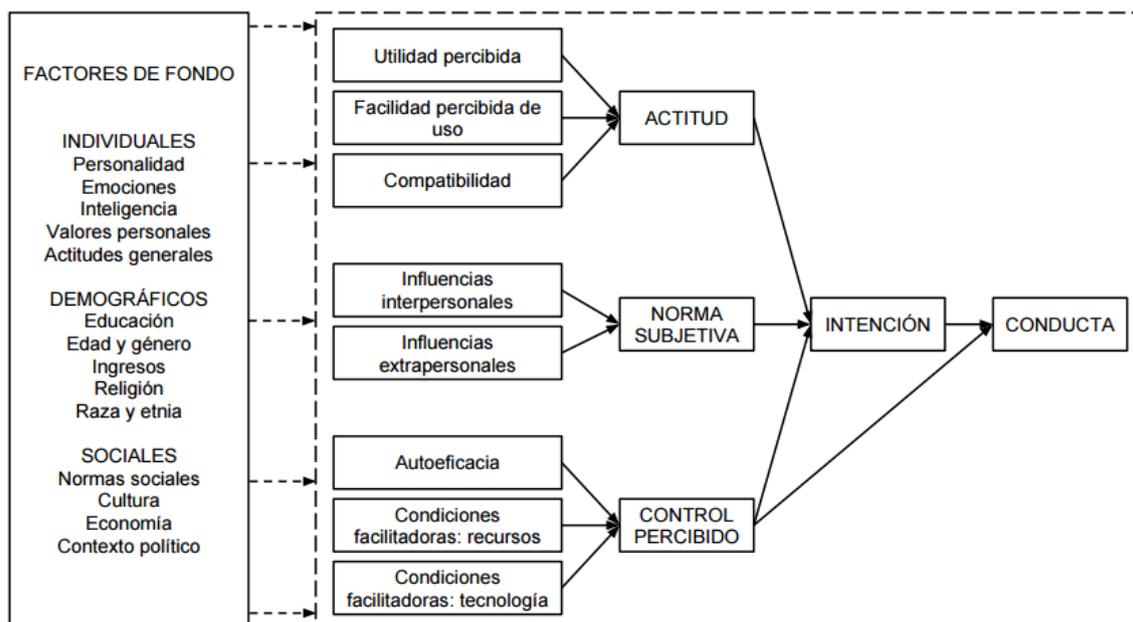


Figura 2. Teoría Descompuesta del Comportamiento Planificado. Fuente: adaptación de Taylor y Todd (1995)

Taylor y Todd descomponen la TCP de la siguiente manera:

- La actitud pasa a ser descompuesta por tres factores: utilidad (grado en que una innovación origina unos beneficios que superan los generados por la innovación precursora); facilidad de uso (grado en el cual un individuo considera sencillo de entender, aprender o utilizar una determinada innovación); y compatibilidad (grado en el cual una innovación se ajusta a los valores, las necesidades actuales y las experiencias pasadas del individuo que la adopta).
- La norma subjetiva se desagrega en dos factores: influencias interpersonales y extrapersonales. Ha de tenerse en cuenta que la TDCP considera únicamente la norma subjetiva externa como influencia social y no relacionada con los valores individuales de la persona.
- El control percibido queda descompuesto en tres factores: autoeficacia, condiciones facilitadoras de recursos y condiciones facilitadoras de tecnología. La autoeficacia se relaciona con la habilidad percibida por el individuo para realizar la tarea. La facilitación de recursos tiene en cuenta los recursos como el tiempo, el dinero u otros factores externos. Por último, la facilitación de la tecnología es referida a la compatibilidad de la tecnología en cuestión, por ejemplo, con otras tecnologías.

2.3. La TCP y la TDCP en las investigaciones de Responsabilidad Social Corporativa turísticas

Aunque el número de investigaciones realizadas es limitado, y pese a que el estudio de las actitudes y comportamientos de los directivos se presenta como un elemento clave en el desarrollo de prácticas socialmente responsables (Bennington y Minutolo, 2013), el uso de la TCP/TDCP parece hacerse un hueco en los estudios que relacionan el

comportamiento empresarial turístico con la sostenibilidad, con diversos ámbitos de análisis preferente, como la resolución de conflictos en el patrimonio cultural (Zhang et al., 2019), los problemas de innovación orientada a la sostenibilidad (Garay et al., 2018) o las campañas de sostenibilidad de la industria del deporte (Trail y McCullough, 2020). En los estudios sobre la sostenibilidad turística, la TCP/TDCP también ha sido mayormente utilizada para investigar las intenciones de comportamiento de los turistas hacia los productos y servicios sostenibles (Gao et al., 2016), aunque existe un interés creciente en saber qué factores llevan a las empresas turísticas a operar de manera más responsable. Sin embargo, la mayoría de los análisis han explorado los valores y los impulsores del cambio por separado, y solo unos pocos han examinado estos factores en el contexto del turismo. Del mismo modo, las barreras que encuentra una empresa turística durante el proceso de implementación de prácticas responsables rara vez se han discutido, así como se ignoran en gran medida los factores facilitadores (Raviv et al., 2013).

2.4. La TCP y la TDCP en las investigaciones de intermediación turística

Pese a que en el caso de la intermediación turística, como hemos anticipado, la mayor parte de las investigaciones que han usado TCP/TDCP están enfocadas en conocer las motivaciones de la demanda detrás del uso de esta intermediación en Internet para reservar productos turísticos (Chen et al., 2021), sí que existe un incipiente interés en analizar el comportamiento de los intermediarios turísticos propiamente. En este sentido, el estudio de Ngesa y Cavagnaro (2010) ya apuntaba que la literatura era especialmente escasa, aunque en los últimos años parece crecer el interés en estos actores y también el uso de las teorías se ha utilizado principalmente en el análisis de su comportamiento hacia la sostenibilidad y las innovaciones. Estas autoras referían cómo diversas investigaciones revelaban una brecha entre las actitudes, las intenciones y el comportamiento sostenible de los intermediarios turísticos, explicada principalmente por el control percibido (también el tamaño y la propiedad) y la disponibilidad de opciones para la acción.

En todo caso, es precisamente ante este interés, así como a la potencial emergencia de nuevos estudios sobre estos aspectos, que planteamos el principal objetivo de este estudio, que no es otro que el de disponer de una primera fotografía del estado de la cuestión acerca de la investigación sobre la RSC en la intermediación turística a través de la TCP/TDCP. Para ello presentamos a continuación la metodología que hemos utilizado para mostrar posteriormente nuestros principales resultados y las conclusiones extraídas de los mismos.

3. METODOLOGÍA

Con el fin de dar respuesta al objetivo enunciado, se utilizó un enfoque de revisión sistemática de literatura, con un apoyo en métodos y herramientas bibliométricas. Esta primera parte de la revisión constaba de tres fases: 1) selección de artículos, 2) procesamiento de datos y 3) análisis bibliométrico (Acs et al., 2002). Como criterio se implementó el análisis de coocurrencia de palabras que presenta la relación de proximidad entre dos o más palabras clave dentro de un documento y es representada mediante gráficas de redes de enlace. Es utilizado generalmente como medida de

relación entre documentos, visualización de la estructura de la disciplina y de los campos de investigación, y para detectar vacíos de investigación (Fujita et al., 2014).

Tras la bibliometría se realizó un examen de contenido basado en la lectura de los documentos mediante la cual se analizaron las principales temáticas, técnicas utilizadas, enfoques académicos, discusiones producidas y posibles futuros acercamientos a la materia. Para ello se procedió al análisis de estas materias con lecturas de textos completos, centrándose en las secciones de introducción, método de investigación y conclusión. En esta etapa del análisis se hizo hincapié con el contenido relacionado con la RSC y su relación con los intermediarios de viajes, y con los factores relacionados con la intención de conducta de las teorías seleccionadas, la actitud, las normas subjetivas y el control percibido, y los factores de segundo orden añadidos en la TDCP.

Para extraer el conjunto de artículos, se obtuvo una muestra de revistas indexadas en la base de datos de Web of Science (WoS), teniendo en cuenta que ésta comprende revistas de otras bases, que implementan procesos de revisión por pares, así como evaluación y seguimiento, y con visibilidad de las publicaciones con indicadores de calidad e impacto. Todos los artículos de la base de datos desde el año 1991, año en el que se propuso la TCP, hasta el 2022 fueron tenidos en cuenta. Para ello se realizó una búsqueda introduciendo palabras clave con la siguiente combinación: *corporate social responsibility AND touris* intermed* OR travel agenc* AND theory of planned behavio**, generando como resultado 43 artículos. De este conjunto de documentos no se eliminó ninguno pues no se apreciaron duplicidades ni irrelevancias.

Como herramienta se aprovechó el análisis propio de WoS que ofrece la exportación de metadatos para el análisis bibliométrico, como palabras clave, área de investigación, procedencia, o año de publicación. Posteriormente se implementó el uso de la herramienta VOSviewer para la visualización y el mapeo de redes bibliométricas, que permite producir y analizar la red de coocurrencias de palabras clave y categorías de temas. VOSviewer extrae los términos más utilizados en los títulos, los resúmenes y las palabras clave de los artículos seleccionados, y con técnicas de procesamiento de lenguaje, crea un mapa que indica el peso de cada documento y la distancia entre ellos, que se define por el nivel de coocurrencia de términos. A mayor tamaño del elemento en el gráfico, se asume una mayor frecuencia de aparición en la literatura explorada, y a menor distancia entre un término y otro, un nivel de coocurrencia más alta.

4. RESULTADOS

4.1. Resultados bibliométricos

Los registros de WoS evidencian que la producción científica en la temática ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años, con un residual uso de la TCP/TDCP en la RSC de la intermediación turística hasta 2015 y con una caída relevante en la tendencia en 2019 (*Vid.* Figura 3).

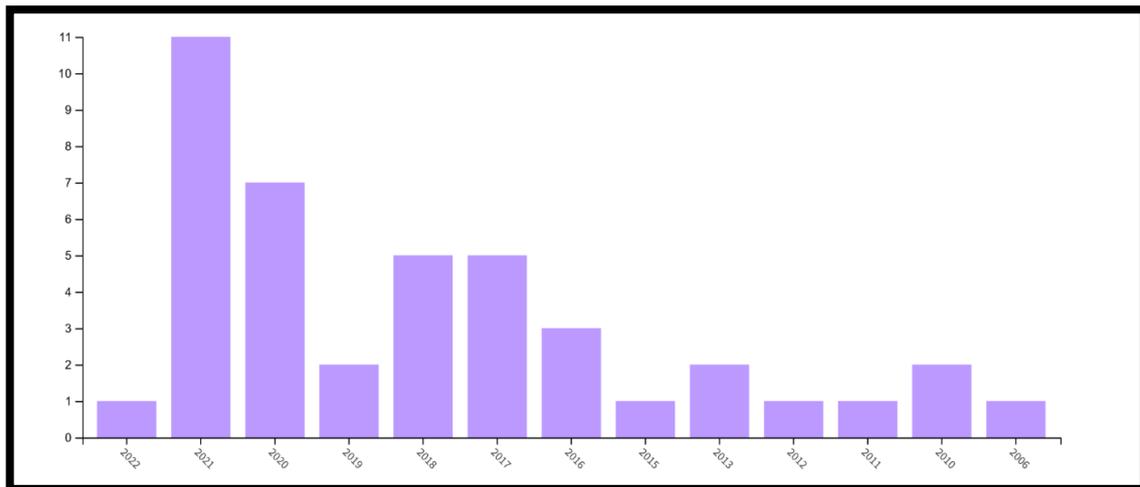


Figura 3. Evolución del uso de la TCP/TDCP en el estudio de la RSC en la intermediación turística.

Fuente: elaboración propia a partir de WoS

En referencia al tipo de publicaciones, la muestra está representada por 30 artículos científicos, 10 comunicados en congresos, 2 revisiones de la literatura y 1 capítulo de libro. Además, sobre las áreas de investigación de los estudios existe un claro predominio de las ciencias sociales con un 45% del total de las publicaciones, seguida con un 28% por el campo de la economía y empresa, y con un 23% por las ciencias medioambientales. Otras áreas que han abordado esta temática son el transporte (16%), la ingeniería (14%) y las ciencias de la tecnología (7%). Por otro lado, la catalogación que la propia WoS establece acerca de las temáticas abordadas apunta como la categoría *hospitalidad, ocio, deportes y turismo* ocupa un elevado porcentaje de los estudios, seguida de lejos por temas como los estudios medioambientales, los negocios, la gestión o el transporte (Vid. Figura 4).

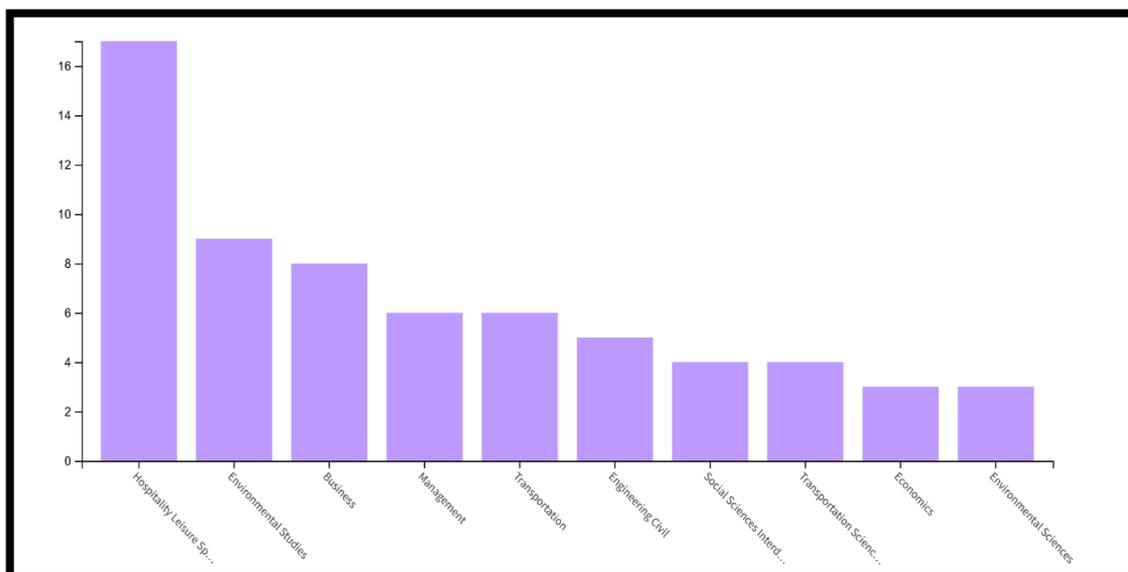


Figura 4. Catalogación WoS por temáticas. Fuente: elaboración propia a partir de WoS

En lo que a procedencia de las publicaciones se refiere (Vid. Figura 5) destaca el predominio de la República Popular China, que triplica en producción al segundo país

del listado, España. Por otro lado, es sintomática la escasa aportación de investigaciones originadas en África o Sudamérica, e incluso la poca producción en países referentes como Estados Unidos o Australia.

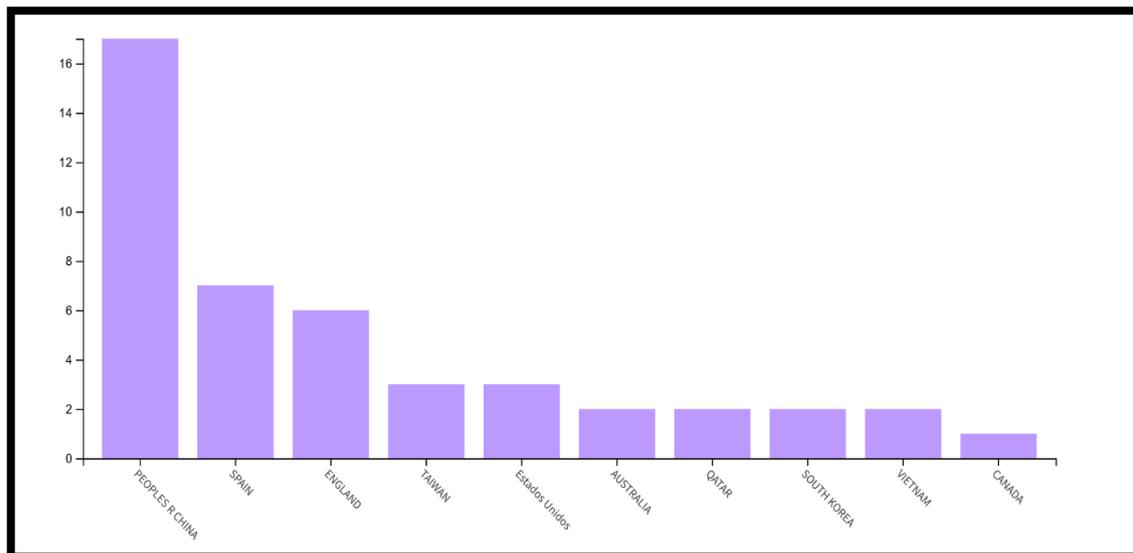


Figura 5. Procedencia de las publicaciones. Fuente: elaboración propia a partir de WoS

No obstante, si no se tienen en consideración las actas congresuales en el cómputo, las aportaciones chinas se reducen a la mitad (10) mientras que el resto de los orígenes apenas si sufren variación, por lo que aun siendo mayoría los artículos, revisiones y capítulos de libro procedentes de China la diferencia respecto a países como España (7) o Inglaterra (6) apenas es significativa. En todo caso se observa un creciente equilibrio ente las publicaciones europeas y asiáticas.

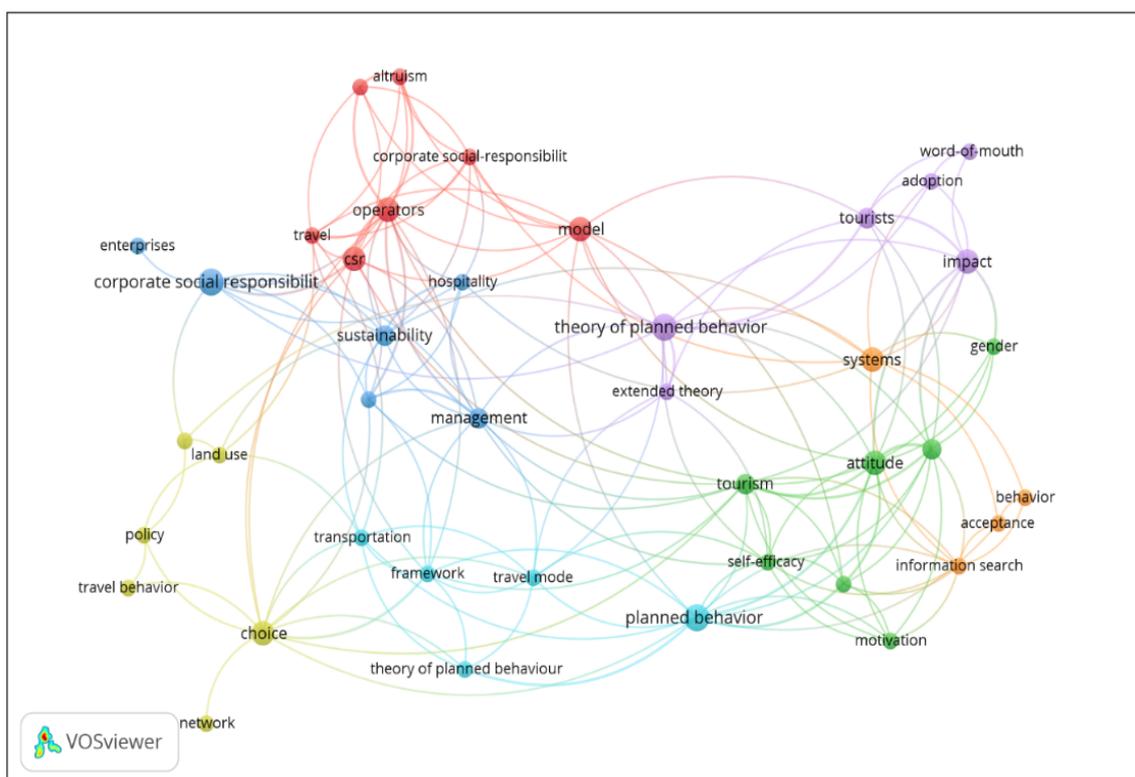


Figura 6. Mapeo de palabras clave según coocurrencia. Fuente: elaboración propia a partir de VOSviewer Al respecto del análisis bibliométrico realizado con VOSviewer (Vid. Figura 6) se analizó la coocurrencia en las palabras clave con al menos dos coincidencias y con conteo completo.

El análisis dio como resultado que las palabras con mayor fuerza relacional fueron operador (19), actitud (18), comportamiento planificado (17), turismo (17), gestión (15), ecuaciones estructurales (15), teoría del comportamiento planificado (15), RSC (14), sostenibilidad (11), turismo sostenible (11), y responsabilidad social corporativa (10). El mapeo correspondiente a esta coocurrencia muestra la predominancia de las palabras TCP vinculada a extensiones de la teoría, la actitud, el comportamiento o la motivación, y RSC vinculada a empresas, operadores, sostenibilidad, transporte o gestión.

Por último, se realizó un segundo mapeo (Vid. Figura 7) de las palabras relevantes en títulos y resumen con un mínimo de cinco coocurrencias, con conteo binario, y eliminando palabras irrelevantes pero comunes como conclusiones, encuesta o caso. El resultado muestra dos clústeres de palabras diferenciados y vinculados, con TCP, comportamiento planificado, intención y norma subjetiva, por un lado, y responsabilidad social corporativa, medioambiente, desarrollo, turismo y negocio por otro. Este mismo mapeo permitió apreciar cómo las fechas de publicación de los artículos eran en su mayoría posteriores a 2015.

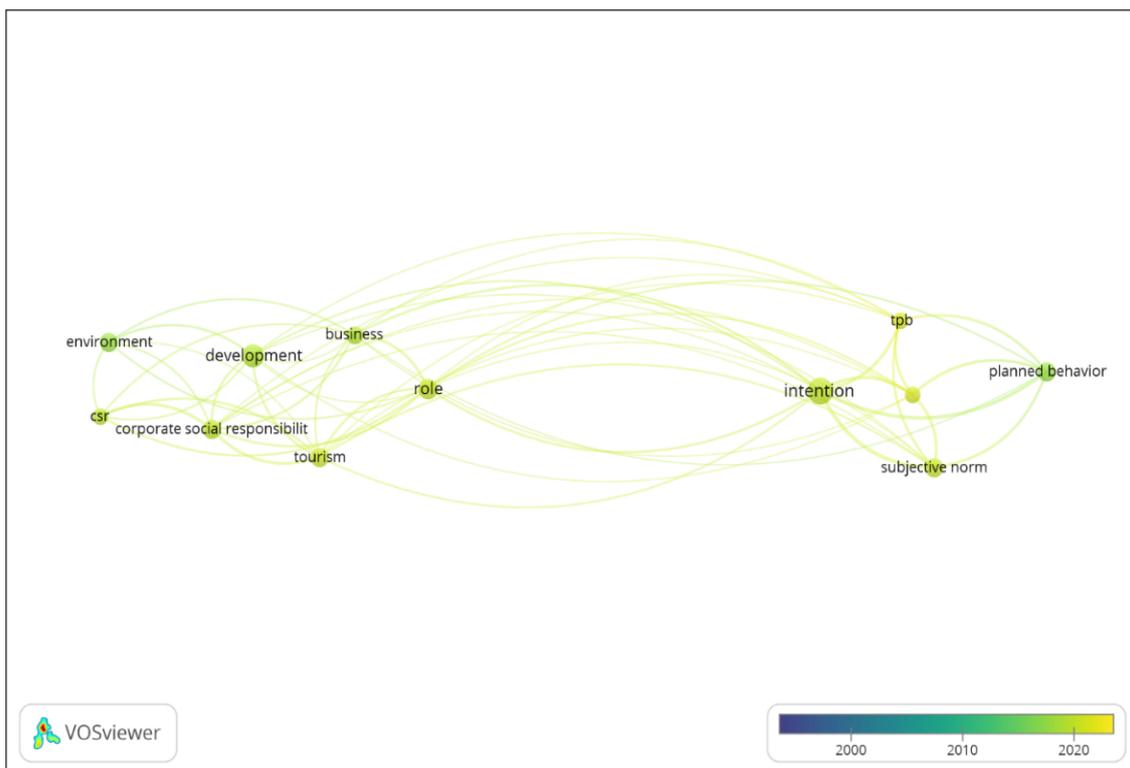


Figura 7. Mapeo de palabras según coocurrencia en títulos y resúmenes. Fuente: elaboración propia a partir de VOSviewer

4.2. Resultados de análisis de contenido

Tras observar los datos cuantitativos, un análisis pormenorizado del contenido de los artículos muestra que, si bien las empresas de intermediación turística son tenidas en cuenta, en pocos de ellos son objeto principal del estudio, quedando relegados a la investigación por su relación con otros actores como el sector de la hotelería o los transportes, o como parte integradora de la cadena de suministro turística. En la literatura turística revisada, y en base a los tres componentes principales de la intención de conducta de la TCP/TDCP, la actitud hacia la sostenibilidad se encuentra entre los determinantes clave de las elecciones y comportamientos sostenibles (Baker et al., 2014), a pesar de que una actitud positiva hacia las prácticas sostenibles no se traduzca necesariamente en una disposición superior. Los estudios en estas empresas turísticas mediante la TCP/TDCP muestran cómo los valores personales impulsan en numerosas ocasiones las actitudes, lo que orienta a respuestas de comportamiento más sostenibles (Tsai y Tsai, 2008).

En cuanto a las normas subjetivas, si bien parecen ser el componente más débil en estudios turísticos previos al uso de la TCP (Han et al., 2009), generalmente se han asociado sólidamente con intenciones de comportamiento particularmente relacionadas con la responsabilidad ambiental y social. Así, se refleja cómo las normas subjetivas, que pueden funcionar como una fuente de presión social, tienen el potencial de alentar a las personas a cambiar su comportamiento en diferentes entornos o instar a las organizaciones a cambiar sus estrategias de RSC. Los equipos de investigación han identificado que las normas subjetivas percibidas tienen una influencia significativa en las actitudes de los clientes hacia empresas hoteleras sostenibles (Chen y Peng, 2012) así como hacia empresas de transporte más responsables (Juvan y Dolnicar, 2017). En los estudios seleccionados, entre las normas subjetivas tienen una relevancia significativa los vínculos de las empresas con los actores con quienes se relaciona, de ahí que se haya analizado y evaluado la relación entre la TCP/TDCP y la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1983) como instrumento para determinar los factores o variables que inciden en la adopción de cada una de las dimensiones que conforman un comportamiento socialmente responsable (Yacob et al., 2013).

Asimismo, gran parte de las referencias analizadas han subrayado que las intenciones conductuales de los individuos se ven significativa y positivamente afectadas por su control conductual percibido (Teng et al., 2015). Por ejemplo, varios estudios han demostrado que la falta de control percibido afecta a las conductas relacionadas con el comportamiento sostenible en general (Juvan y Dolnicar, 2014), el cambio climático (Miller et al., 2010), los hábitos alimenticios sostenibles (Lu y Gursoy, 2017) y el turismo de voluntariado (Lee y Kim, 2018), entre otros. Adicionalmente, es reseñable el número de investigaciones que añaden nuevas variables al modelo original de la TCP en base a los metaanálisis que han encontrado que la predicción de la intención de comportamiento con esta teoría generalmente está por debajo del 40% (Rise et al., 2010), por lo que muchos autores han sugerido que se pueden agregar más variables para mejorar su poder explicativo, a menudo mediante tres enfoques.

El primer enfoque consiste en ampliar el número de variables más allá de las tres variables originales, es decir, modificar el propio modelo. En este sentido, además de la actitud, la norma subjetiva y el control conductual percibido, algunos académicos

también argumentan que constructos adicionales, como el logro de metas personales, los procesos de autoidentificación, las normas morales, las emociones, los comportamientos pasados, la distinción entre las percepciones de control y las percepciones de autoeficacia, o la satisfacción podrían mejorar el poder predictivo de la TCP en las investigaciones turísticas. El segundo enfoque se expresa por un notable conjunto de referencias que han empleado la teoría solo como parte de su investigación en lugar de basarse en ella por completo, de manera que muchas investigaciones se complementan con otras teorías, sugiriendo diferentes modelos o combinando dos o más modelos en su marco de investigación (Kim et al., 2018). Por último, el tercero de los enfoques adapta la TCP investigando las estructuras de creencias que sustentan la actitud, las normas sociales y los aspectos de control conductual percibido del modelo para crear nuevos modelos generalizables y extensibles a otros contextos, pero enfocados a temáticas concretas. Un ejemplo de este enfoque es el desarrollo de nuevas teorías que amplían en subniveles los constructos de las variables principales de la TCP, como de hecho lo hicieron Taylor y Todd (1995) con su TDCP.

Al respecto de las investigaciones exclusivamente enfocadas hacia la adopción de prácticas sostenibles en empresas de intermediación los estudios se han centrado en la intención de comportamiento proambiental de los intermediarios que trabajan en áreas protegidas (García et al., 2021), en comprender el desarrollo del turismo bajo en carbono desde la perspectiva de las agencias de viaje (Sung et al., 2021), o en evaluar la influencia de las actitudes empresariales ecológicas del equipo de alta dirección en la adopción del comercio electrónico ecológico (Masele, 2019). Por su parte, en el caso de la adopción de innovaciones en las empresas de intermediación el uso de estas teorías se ha utilizado para investigar la actitud, las intenciones de comportamiento y el uso de las TIC por los empleados de las agencias de viaje (Cheng y Cho, 2011), los factores que influyen en la adopción de la mensajería instantánea por parte de los intermediarios turísticos (Shih y Fan, 2013), las percepciones de las pequeñas agencias de viaje tradicionales sobre la adopción del marketing digital (Sharma et al., 2020), o los factores que influyen en la formación de creencias hacia la adopción del comercio social en las pymes intermediarias (Dalvi-Esfahani et al., 2018).

5. CONCLUSIONES

El análisis bibliográfico permite apreciar la emergencia y consolidación de una nueva línea de estudio interesada en las motivaciones para implementar las prácticas responsables en la intermediación turística y específicamente aquellas que emplean modelos cercanos al TCP/TDCP. En este contexto se ha verificado un incremento importante de artículos y ponencias congresuales donde este acercamiento ha tenido cabida en estos últimos años. Además, se aprecia un creciente equilibrio en la procedencia de las investigaciones europeas y asiáticas, mientras países con una larga e importante trayectoria como Estados Unidos apenas si contribuyen al conocimiento en esta área.

Los resultados de las temáticas abordadas parecen encajar con los enfoques que en otras disciplinas se han producido, donde las ciencias sociales han sido más proclives a incorporar los aspectos psicosociales a sus investigaciones. No obstante, que campos

relevantes como la gestión y la empresa muestren interés en conocer las motivaciones tras el desarrollo de prácticas sostenibles denota una tendencia en la ampliación de la visión del problema, complementando análisis más tradicionales centrados en indicadores, prácticas o resultados. Una mayor comprensión de la apuesta por la sostenibilidad de las empresas turísticas, y particularmente de la intermediación que se sitúa en el centro de la cadena de valor, permitirá sin duda una mejora en el conocimiento de las barreras y oportunidades que subyacen en el sector.

El mapeo de coocurrencia de palabras, tanto en el resumen como en título y palabras clave, ha permitido observar los términos más relevantes para los equipos de investigación. Así, parece quedar más claro que el comportamiento, las actitudes o las normas subjetivas tienen un peso relevante en las empresas turísticas, además de ofrecer un estrecho vínculo ante la adopción de la RSC en la gestión, desarrollo o interés medioambiental, sobre todo en los últimos años. Se reitera el creciente interés en esta materia, abriéndose posibilidades para nuevas investigaciones en relación con la intención de conducta hacia la RSC según sectores turísticos, el papel de la RSC en la gestión de los negocios o las influencias externas que pudieran estar produciéndose como incentivo o freno en estas apuestas. Por otro lado, del análisis de contenido de los estudios cabe destacar que las empresas de intermediación turística no son tenidas en cuenta en exclusividad si no como parte de la industria en general. Es probable que no sean consideradas tan relevantes como otros subsectores turísticos, pese a que es numerosa la literatura que incide en la importancia de estos actores en el contexto turístico.

Las investigaciones han confirmado que mediante el uso de la TCP/TDCP se ha podido conocer la influencia que los factores actitud, norma subjetiva y control percibido realizan en la intención de conducta, aunque bien es cierto que no existe una homogeneización en los resultados. Si bien en algunos estudios los valores personales eran fundamentales para comprender las motivaciones tras la apuesta por la RSC, en otros casos eran las influencias externas las que eran notoriamente clave para estas apuestas. En muchos de las investigaciones el control que se percibía sobre la implementación de medidas sostenibles tenía una estrecha relación con la intención conductual.

Esta heterogénea gama de resultados no hace más que incidir en lo señalado por la literatura en lo que a dificultad de generalización de resultados se refiere, lo que ha obligado a los equipos de investigación a adaptar sus modelos a sus propios contextos y estudios. Por su parte, las escasas investigaciones con TCP/TDCP en agencias de viaje como protagonistas si parecen estar focalizadas en la sostenibilidad y la innovación que la RSC podría suponer para el sector. En todo caso, este estudio muestra que queda todavía camino por recorrer en relación al análisis de las motivaciones para implementar la RSC en la intermediación turística y que se necesitan nuevos trabajos para observar cómo se está desarrollando en el ámbito post-pandémico.

REFERENCIAS

- Acs, Z. J., Anselin, L., y Varga, A. (2002). Patents and innovation counts as measures of regional production of new knowledge. *Research Policy*, 31(7), 1069–1085. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00184-6](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00184-6)
- Ajzen, I., y Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs. Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amaro, S., y Duarte, P. (2016). Travellers' intention to purchase travel online: Integrating trust and risk to the theory of planned behaviour. *Anatolia*, 27(3), 389–400. <https://doi.org/10.1080/13032917.2016.1191771>
- Armitage, C. J., y Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–99. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Azevedo, J. N., y Alturas, B. (2019). The augmented reality in Lisbon tourism. *2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–4. <https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760706>
- Baddeley, J., y Font, X. (2011). Sustainability, health and safety, or quality? Tour operator supply chain management under scrutiny. *Tourism Recreation Research*, 44, 1–23. <https://doi.org/10.1080/02508281.2011.11081667>
- Bagozzi, R. P., y Warshaw, P. R. (1990). Trying to consume. *Journal of Consumer Research*, 17(2), 127–140. <https://doi.org/10.1086/208543>
- Baker, M. A., Davis, E. A., y Weaver, P. A. (2014). Eco-friendly attitudes, barriers to participation, and differences in behavior at green hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 89–99. <https://doi.org/10.1177/1938965513504483>
- Bastakis, C., Buhalis, D., y Butler, R. W. (2004). The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*, 25(2), 151–170. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00098-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00098-0)
- Bennington, A. J., y Minutolo, M. C. (2012). Intent to be a socially responsible small or medium-sized enterprise: Theory of planned behavior and leaders' actualizing. *Journal of Management and Sustainability*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.5539/jms.v3n1p1>
- Budeanu, A. (2007). *Facilitating transitions to sustainable tourism. The role of the tour operators*. International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
- Buhalis, D., y Egger, R. (2008). Intermediaries. In *eTourism Case Studies: Management and Marketing Issues* (pp. 83–87). Butterworth-Heinemann.
- Cater, E. (2007). Ecotourism as a Western construct. In *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon* (pp. 46–69). Elsevier.
- Chen, A., y Peng, N. (2012). Green hotel knowledge and tourists' staying behavior. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2211–2216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.003>
- Chen, M. F., y Tung, P. J. (2014). Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.006>

- Chen, S. C., Jong, D., Hsu, C. S., y Lin, C. H. (2021). Understanding extended theory of planned behavior to access backpackers' intention in self-service travel websites. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, XX(X), 1–27. <https://doi.org/10.1177/1096348021994166>
- Cheng, S., y Cho, V. (2011). An integrated model of employees' behavioral intention toward innovative information and communication technologies in travel agencies. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 35(4), 488–510. <https://doi.org/10.1177/1096348010384598>
- Chia, A. (2018). Understanding baby boomers' intention to use online travel agencies. *Proceedings of the 18th International Conference on Electronic Business*, 810–818. <https://aisel.aisnet.org/iceb2018/14/>
- Chuang, L. M., Chen, P. C., y Chen, Y. Y. (2018). The determinant factors of travelers' choices for pro-environment behavioral intention-integration theory of planned behavior, unified theory of acceptance, and use of technology 2 and sustainability values. *Sustainability*, 10(6), 1869. <https://doi.org/10.3390/su10061869>
- Dalvi-Esfahani, M., Shahbazi, H., Nilashi, M., Samad, S., Mardani, A., y Streimikiene, D. (2018). Factors influencing beliefs formation towards the adoption of social commerce in SME travel agencies. *Economics and Sociology*, 11(3), 207–225. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/13>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dolnicar, S., y Long, P. (2009). Beyond ecotourism: The environmentally responsible tourist in the general travel experience. *Tourism Analysis*, 14(4), 503–513. <https://doi.org/10.3727/108354209X12596287114291>
- Fazio, R. H. (1986). *How do attitudes guide behavior?* Universidad de Valencia.
- Fishbein, M., y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley Pub. Co.
- Freeman, R. E. (1983). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.
- Fujita, K., Kajikawa, Y., Mori, J., y Sakata, I. (2014). Detecting research fronts using different types of weighted citation networks. *Journal of Engineering and Technology Management*, 32, 129–146. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2013.07.002>
- Gao, Y. L., Mattila, A. S., y Lee, S. (2016). A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 107–115. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.01.010>
- Garay, L., Font, X., y Corrons, A. (2018). Sustainability-oriented innovation in tourism: An analysis based on the decomposed theory of planned behavior. *Journal of Travel Research*, 58(4), 622–636. <https://doi.org/10.1177/0047287518771215>
- García, M. V., Arroyo, L., Segrado, R. G., De Marez, L., y Ponnet, K. (2021). Factors influencing the pro-environmental behavior intention of tourist operators from a Mexican marine national park. *Turismo y Sociedad*, XXIX, 221–238. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.10>
- Gatignon, H., y Robertson, T. S. (1985). A propositional inventory for new diffusion research. *Journal of Consumer Research*, 11(4), 849–867. <https://doi.org/10.1086/209021>
- Goldstein, N. J., Griskevicius, V., y Cialdini, R. B. (2007). Invoking social norms: A social psychology perspective on improving hotels' linen-reuse programs. *Cornell Hotel and*

- Restaurant Administration Quarterly*, 48(2), 145–150. <https://doi.org/10.1177/0010880407299542>
- Gössling, S. (2009). Carbon neutral destinations: A conceptual analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 17–37. <https://doi.org/10.1080/09669580802276018>
- Han, H., y Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.01.001>
- Han, H., Hsu, L. T., y Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31, 325–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>
- Han, H., Yu, J., y Kim, W. (2018). Youth travelers and waste reduction behaviors while traveling to tourist destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(9), 1119–1131. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1435335>
- Han, H. (2015). Travelers' pro-environmental behavior in a green lodging context: Converging value-belief-norm theory and the theory of planned behavior. *Tourism Management*, 47, 164–177. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.014>
- Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021–1042. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019>
- Han, H., Hsu, L. T., y Lee, J. S. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4), 519–528. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.02.004>
- Hsieh, C. M., Park, S. H., y McNally, R. (2016). Application of the extended theory of planned behavior to intention to travel to Japan among Taiwanese youth: Investigating the moderating effect of past visit experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(5), 717–729. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1167387>
- Huang, S., y Hsu, C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29–44. <https://doi.org/10.1177/0047287508328793>
- Huh, H. J., Kim, T., y Law, R. (2009). A comparison of competing theoretical models for understanding acceptance behavior of information systems in upscale hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 121–134. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.06.004>
- Juvan, E., y Dolnicar, S. (2014). The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 75–95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.012>
- Juvan, E., y Dolnicar, S. (2017). Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. *Journal of Cleaner Production*, 166, 879–890. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.087>
- Khairat, G., y Maher, A. (2012). Integrating sustainability into tour operator business: An innovative approach in sustainable tourism. *Tourismos*, 7(1), 213–233. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v7i1.265>
- Kim, H., Choe, Y., y Lee, C. K. (2019).

- Differential effects of patriotism and support on post-development visit intention: The Korean DMZ Peace Park. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 384–401. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1557581>
- Kim, Y. G., Woo, E., y Nam, J. (2018). Sharing economy perspective on an integrative framework of the NAM and TPB. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 109–117. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.008>
- Kim, S. B., y Kim, D. Y. (2014). The effects of message framing and source credibility on green messages in hotels. *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 64–75. <https://doi.org/10.1177/1938965513503400>
- Lee, S. J., y Kim, L. K. (2018). Roles of perceived behavioral control and self-efficacy to volunteer tourists' intended participation via theory of planned behavior. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 182–190. <https://doi.org/10.1002/jtr.2171>
- Lee, W. J., y Choi, H. S. C. (2009). Understanding meeting planners' Internet use behavior: An extension to the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(2), 109–128. <https://doi.org/10.1080/1525648090285096>
- Lin, L. P. L., Yu, C. Y., y Chang, F. C. (2018). Determinants of CSER practices for reducing greenhouse gas emissions: From the perspectives of administrative managers in tour operators. *Tourism Management*, 64, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.013>
- Liu, Y., Pu, B., Guan, Z., y Yang, Q. (2016). Online customer experience and its relationship to repurchase intention: An empirical case of online travel agencies in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(10), 1085–1099. <https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1094495>
- Lu, L., y Gursoy, D. (2017). Would consumers pay more for nongenetically modified menu items? An examination of factors influencing diners' behavioral intentions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(3), 215–237. <https://doi.org/10.1080/19368623.2016.1178618>
- Lund-Durlacher, D. (2015). Corporate social responsibility and tourism. In G. Moscardo, P. & Benckendorff (Ed.), *Education for Sustainability in Tourism - A Handbook of Processes, Resources, and Strategies* (pp. 59–72). Springer.
- Mandal, S., y Saravanan, D. (2019). Exploring the influence of strategic orientations on tourism supply chain agility and resilience: An empirical investigation. *Tourism Planning & Development*, 16(6), 612–636. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1561506>
- Masele, J. J. (2019). Top management team's green entrepreneurial attitude and its influence on green ebusiness adoption: Empirical evidence from tour operators in Tanzania. *Small Enterprise Research*, 26(1), 78–104. <https://doi.org/10.1080/13215906.2019.1572030>
- Medina, R. D., Medina, D., y García, J. M. (2003). Understanding European tour operators' control on accommodation companies: An empirical evidence. *Tourism Management*, 24(2), 135–147. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00062-6)
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, J., y Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627–645. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.002>
- Min, S. R., y Lee, S. M. (2020). A study on the behavior of the user according to the distribution development of online travel agency. *The Journal of*

- Distribution Science*, 18(6), 25–35.
<https://doi.org/10.15722/jds.18.6.202006.25>
- Ngesa, F., y Cavagnaro, E. (2010). Sustainable tour operating practices: Setting up a case study of inbound tour operators in Kenya. *EuroCHRIE Conference*, 1–11.
- Park, S. H., Hsieh, C. M., y Lee, C. K. (2017). Examining Chinese college students' intention to travel to Japan using the extended theory of planned behavior: Testing destination image and the mediating role of travel constraints. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(1), 113–131.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1141154>
- Pearce, P. L., y Stringer, P. F. (1991). Psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 136–154.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90044-C](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90044-C)
- Pérez, I. (2014). *Comercio electrónico B2C España-México: un análisis de modelos de conducta basado en actitudes*. Universidad de Valencia.
- Plaza, J. A., de Burgos, J., Pérez, M., y Ortega, J. M. (2012). La percepción directiva de la satisfacción de los grupos de interés. *Revista de Responsabilidad Social de La Empresa*, 4(2), 15–44.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4966070>
- Powell, R. B., y Ham, S. H. (2008). Can ecotourism interpretation really lead to pro-conservation knowledge, attitudes and behaviour? Evidence from the Galapagos Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(4), 467–489.
<https://doi.org/10.1080/09669580802154223>
- Ramírez, C., y Mejía, J. (2014). Metodología Kano para el diseño de un sitio web de turismo de aventura. *Mercados y Negocios*, 15(1), 92–110.
<https://doi.org/10.32870/myn.v0i29.5265>
- Raviv, C., Becken, S., y Hughey, K. F. D. (2013). Exploring values, drivers, and barriers as antecedents of implementing responsible tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, XX(X), 1–18.
<https://doi.org/10.1177/1096348013491607>
- Reysen, S., Chadborn, D., y Plante, C. N. (2018). Theory of planned behavior and intention to attend a fan convention. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(3), 204–218.
<https://doi.org/10.1080/15470148.2017.1419153>
- Richards, P., y Font, X. (2019). Sustainability in the tour operator – Ground agent supply chain. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 277–291.
<https://doi.org/10.1080/09669580802154108>
- Rise, J., Sheeran, P., y Hukkelberg, S. (2010). The role of self-identity in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1085–105.
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00611.x>
- Schwartz, K., Tapper, R., y Font, X. (2008). A sustainable supply chain management framework for tour operators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 298–314.
<https://doi.org/10.1080/09669580802154108>
- Sharma, P., y Sharma, S. (2011). Drivers of proactive environmental strategy in family firms. *Business Ethics Quarterly*, 21(2), 309–334.
<https://doi.org/10.5840/beq201121218>
- Sharma, A., Sharma, S., y Chaudhary, M. (2020). Are small travel agencies ready for digital marketing? Views of travel agency managers. *Tourism Management*, 79, 104078.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104078>
- Shih, Y. C., y Fan, S. T. (2013). Adoption of instant messaging by travel agency workers in Taiwan: Integrating technology readiness with the theory of planned behavior. *International Journal of Business and Information*, 8(1), 120–137.

- <https://doi.org/10.6702/ijbi.2013.8.1.5>
- Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: The case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1589–1599. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.021>
- Smit, D. (2019). *The future of travel service intermediaries: A qualitative research into Dutch millennials' attitudes* [University of Lapland]. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2019061420612>
- Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioral intentions. *Tourism Management*, 28(5), 1180–1192. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.11.003>
- Sung, P. S., Hsiao, T. Y., Huang, L., y Morrison, A. M. (2021). The influence of green trust on travel agency intentions to promote low-carbon tours for the purpose of sustainable development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28, 1185–1199. <https://doi.org/10.1002/csr.2131>
- Tang, L. R. (2014). The application of social psychology theories and concepts in hospitality and tourism studies: A review and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 188–196. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.09.003>
- Taylor, S., y Todd, P. (1995). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137–155. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(94\)00019-K](https://doi.org/10.1016/0167-8116(94)00019-K)
- Teng, Y. M., Wu, K. S., y Liu, H. H. (2015). Integrating altruism and the theory of planned behavior to predict patronage intention of a green hotel. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39(3), 299–315. <https://doi.org/10.1080/1096348012471383>
- Tigu, G., Popescu, D., y Hornoiu, R. I. (2016). Corporate social responsibility – An European approach through the tourism SME's perspectives. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(10), 742–756. <http://hdl.handle.net/10419/169033>
- Trail, G. T., y McCullough, B. P. (2020). Marketing sustainability through sport: Testing the sport sustainability campaign evaluation model. *European Sport Management Quarterly*, 20(2), 109–129. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1580301>
- Tsai, C. W., y Tsai, C. P. (2008). Impacts of consumer environmental ethics on consumer behaviors in green hotels. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 17(3–4), 284–313. <https://doi.org/10.1080/10507050801984974>
- Ulker-Demirel, E., y Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>
- Verma, V. K., y Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1152–1162. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.047>
- Wu, K. S., y Teng, Y. M. (2011). Applying the extended theory of planned behavior to predict the intention of visiting a green hotel. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7579–7587. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.684>
- Yacob, P., y Moorthy, M. K. (2012). Green practices: Perception of Malaysian SME owners/managers. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(3), 103–111.

Yacob, P., Binti, N. S., Mohamad, M. F., y Mohd, A. W. (2013). The policies and green practices of Malaysian SMEs. *Global Business and Economics Research Journal*, 2(2), 52–74.

Yuriev, A., Dahmen, M., Paillé, P., Boiral, O., y Guillaumie, L. (2020). Pro-environmental behaviors through the lens of the theory of planned behavior: A scoping review. *Resources*,

Conservation and Recycling, 155, 104660.
<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104660>

Zhang, Y., Lee, T. J., y Xiong, Y. (2019). A conflict resolution model for sustainable heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 21(4), 478–492.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2276>