

REVISTA
TURISMO
Y  **SOCIEDAD**

**LA INCIDENCIA DE EMPATÍA
INTERCULTURAL EN
HOMBRES Y MUJERES QUE
LABORAN EN AGENCIAS
DE VIAJES EN NUEVO LEÓN¹**

**THE INCIDENCE OF
INTERCULTURAL EMPATHY
IN MEN AND WOMEN WHO
WORK IN TRAVEL AGENCIES
IN NUEVO LEÓN**

1 Para citar el artículo: Arjona, M. (2022). La incidencia de empatía intercultural en hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes en Nuevo León. *Turismo y Sociedad*, vol. XXX, pp. 51-69. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n30.03>

Fecha de recepción: 12 de marzo de 2020
Fecha de modificación: 31 de agosto de 2020
Fecha de aceptación: 2 de diciembre de 2020

Resumen

El presente artículo tiene como propósito analizar la incidencia de la empatía intercultural en hombres y mujeres en las agencias de viajes en Nuevo León, mediante análisis factorial y con la utilización del programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Se expone un acercamiento teórico al tema de empatía, en particular a la empatía intercultural, así como su relación con el turismo. Se aplica un instrumento con vialidad aceptable, validado mediante coeficiente de confiabilidad de Alfa Cronbach, aplicado a una muestra de 52 personas: 37 mujeres y 15 hombres, con actividades de servicio al turismo internacional en agencias de viajes. Se utilizó el análisis factorial con pruebas de esfericidad de Bartlett y KMO cubriendo el límite de aceptación requerida, prueba t de Student que relaciona una variable cuantitativa y una cualitativa. Mediante los diferentes métodos estadísticos utilizados se concluyó que *no hay asociación entre hombres y mujeres en el nivel de empatía intercultural en el personal de las agencias de viajes.*

Palabras clave: empatía; empatía intercultural; turismo; turismo internacional.

Abstract

The purpose of this article is to analyze the incidence of intercultural empathy in men and women in travel agencies in Nuevo León through factor analysis and with the use of the SPSS program (Statistical Package for the Social Sciences). A theoretical approach to the subject of empathy and in particular, intercultural empathy as well as its relationship with tourism is presented. An instrument with an acceptable pathway is applied, validated by the reliability coefficient of Alfa Cronbach, applied to a sample of 52 people: 37 women and 15 men, with

service activities for international tourism in travel agencies. Factorial analysis was used with Bartlett and KMO sphericity tests covering the required acceptance limit, Student's t test that relates a quantitative and a qualitative variable. Through the different statistical methods used, it was concluded that there is no association between men and women in the level of intercultural empathy in the personnel of travel agencies.

Keywords: empathy; intercultural empathy; tourism; international tourism.

Introducción

El turismo representa un elemento de desarrollo económico con un sustento sociocultural, por tal motivo, es de vital importancia integrar en la visión de los participantes una percepción adecuada sobre las normas y valores culturales, que propicie la comunicación y el entendimiento e incentive la generación y el consumo del turismo. En particular se requiere que el proveedor de servicios al turismo trascienda en la comprensión y aceptación de las diferencias culturales con respecto al turista, desplazándose del propio marco de referencia cultural sin perder la perspectiva de la cultura de origen.

El objetivo de la investigación consiste en analizar la diferencia en el nivel de empatía en el servicio al turismo en hombres y mujeres, desde una perspectiva organizacional, a partir de la activa participación en espacios laborales del sector, en particular las agencias de viajes, como requisito al entendimiento más allá de las fronteras culturales. En particular, la consideración de identificar los aspectos de la empatía en los distintos contextos del turismo conforma un prerrequisito emocional para establecer un diálogo positivo y un entendimiento intercultural (Tucker, 2016).

1. Empatía, una aproximación teórica

El concepto original de *empatía* se atribuye al psicólogo alemán Theodore Lipps, en 1880, con el término *Einfühlung*, traducido al inglés como *feeling*, en español *sentimiento*, es decir, sentir los sentimientos de las otras personas (Rasoal, Eklund y Hansen, 2011). Mientras que Hollin (2002) describe la empatía como la capacidad de observar los propios actos desde el punto de vista de otra persona, con la percepción que sea posible integrar mediante la visión, Musa, Thirumoorthi y Doshi (2012) establecen que la empatía es entendida como la necesidad de ser comprendidos mediante la acción de la sensibilidad personal, es decir, el componente externo que se percibe de la acción de otros en el primer concepto, así como la consideración y comprensión que fluye internamente en función a la conexión empática. En consonancia con ambas definiciones, McLaren (2013) define la empatía como “Una habilidad social y emocional que ayuda a sentir y entender las emociones, circunstancias, intenciones, pensamientos y necesidades de los demás, de tal forma que permite ofrecer una comunicación y apoyo sensibles, perceptivos y adecuados” (p. 27). Incluye además la capacidad de entender y comprender las experiencias, situaciones, emociones y los sentimientos de otra persona mediante la comunicación verbal y no verbal, de modo que desempeña un rol vital en la comunicación humana, ya que su ausencia se asocia con el comportamiento antisocial y la agresividad (De Vignemont y Singer, 2006).

La empatía se compone de dos habilidades principales: una cognitiva con respecto a los estados mentales de los demás y una respuesta afectiva que comparte las emociones de los demás (Decety y Jackson, 2006; Decety y Moriguchi, 2007). La empatía cognitiva se define como la comprensión

intelectual/imaginativa del estado mental de otro (Lawrence *et al.*, 2004). El componente intelectual es la toma de perspectiva y se refiere a la capacidad de comprender los estados mentales de los demás, incluidos sus pensamientos, sentimientos, intenciones y motivaciones (Engelen y Röttger Rössler, 2012). Es decir, la empatía cognitiva refleja la capacidad de entender cómo otros ven el mundo.

La empatía afectiva se refiere a la respuesta emocional a las expresiones emocionales de otros. Puede darse una correspondencia emocional como respuesta en la otra persona (empatía pura), sentir a otra persona (simpatía/compasión) o tener el sentimiento de angustia como respuesta a la angustia de otra persona (angustia personal) (Gruen y Mendelsohn, 1986). En cuanto a la atención empática, la sintonía afectiva, la resonancia y el contagio emocional son imprescindibles, siendo las cualidades necesarias que permiten experimentar los estados emocionales de los demás (Lawrence *et al.*, 2004). Por lo tanto, la preocupación empática se refiere a las emociones orientadas hacia el otro, congruentes y enfocadas en lograr su bienestar percibido (Batson, 1991). La sintonía afectiva se da mediante el reconocimiento del estado afectivo de la otra persona percibido en los gestos y acciones que lo refuerzan (Stern, 1985). El contagio emocional se genera cuando dos individuos convergen emocionalmente mediante la mímica y la sincronización de expresiones, vocalizaciones, posturas, movimientos de uno (Hatfield, Cacioppo y Rapson, 1993). Mientras que la resonancia emocional se refiere a la capacidad de evocar la emoción de otra persona, logrando su profundo interés (Lawrence *et al.*, 2004).

2. Empatía intercultural

La empatía intercultural se define como la habilidad de captar y conectarse emocional-

mente con personas de otras partes del mundo (Javidan, Teagarden, Bowen, 2010). Por otro lado, la aportación generada por Ridley y Lingle (1996) englobando el concepto de *empatía general* incluye la comprensión y admisión de la cultura del otro a partir de la propia. En éste sentido, consideran los mismos autores que la cultura marca distinciones importantes en función no solo de los valores, sino de las expectativas; por tal motivo, la respuesta empática integra en esencia la comprensión mutua sobre estas diferencias culturales. Adicionalmente, Trommsdorf, Friedlmeier y Mayer (2007) validan el concepto de *empatía cultural* considerando que el nivel de regulación emocional y de interés empático por otra persona muestra una marcada variación en función de la cultura de origen.

En referencia al valor de los componentes culturales y étnicos, Wang *et al.* (2003) desarrollaron el concepto de *empatía etno-cultural*, considerándola como la mostrada hacia miembros de grupos culturales étnicos y raciales que son diferentes al propio. Su incremento se vería reflejado en comprensión y respeto mutuo hacia los demás, sin tomar en consideración el grupo cultural o étnico de pertenencia. Consiste en adoptar la perspectiva de alguien que es percibido fuera del grupo, controlando los propios prejuicios sobre el grupo étnico o cultural al que pertenece la persona con la que se empatiza y tomar en consideración la experiencia que se tiene con la otra cultura.

Si bien el estudio de la empatía en la mayor parte de los estudios actuales se ha examinado desde una perspectiva psicológica (Walter, 2012), los estudiosos destacan el componente comunicativo que aporta la empatía (Floyd, 2006). Entre los beneficios que aporta el contar con la habilidad de la empatía intercultural se encuentra la claridad de la comunicación (Bennet, 2013; De-Turk, 2001). Para lograr una comunicación

cultural efectiva se requiere básicamente de la empatía, que permite, además de experimentar los sentimientos del otro, reflexionar sobre ellos y compararlos con los propios. Integra así una comunicación ideal al comprender cómo se comporta y piensa una persona y de manera práctica, desplazándose de su propio marco de referencia cultural de forma voluntaria y consciente y proyectándose activamente sobre otra cultura sin perder la propia perspectiva de la situación.

El profundizar en el conocimiento de la propia cultura y de las otras, permite en la práctica transitar conscientemente a una cultura diferente, tomando la perspectiva de la otra persona y lograr comprensión en ambos sentidos más allá de las fronteras culturales. De igual manera, se aprende de las experiencias de personas diferentes, así como su enfoque para enfrentarlas, mediante una visión empática (Zhu, 2011). Concretando, se puede referir la capacidad de empatía intercultural a la competencia basada en la comprensión de los estados emocionales de las personas, con el fin de minimizar las barreras psicológicas en relación con una cultura específica.

3. Barreras de la empatía intercultural

Si bien dentro de la aceptación y comprensión racional de las diferencias culturales con una cultura determinada y considerando que culturas diferentes en ocasiones comparten objetivos determinados, como son comportamientos, creencias, valores, hábitos, costumbres, formas de comunicación, se pueden identificar barreras que impiden el entendimiento cultural, como: desconocer la cultura objetivo y falta de contacto con personas de esa cultura; considerar las generalidades de esa cultura, descuidando las diferencias específicas con las demás; diferencias en los patrones de pensamiento de las personas y la interpretación y el significado al aprenderlo; practicar de forma

indiscriminada las costumbres culturales sin analizar su significado.

Los factores que representan barreras en el aprendizaje de la empatía intercultural son:

Estereotipos: son consecuencia de la interacción cultural y consisten en la percepción errónea sobre las personas de grupos que están configurados por sus sistemas de valores personales de sus sistemas cognitivos. A pesar de que los estereotipos nunca deben aplicarse para describir un comportamiento individual, ya que pertenecen a todo un grupo, las personas acostumbran utilizar esta etiqueta en forma incorrecta para describir minorías étnicas y culturales individuales (Adler, 1986).

El prejuicio: es un juicio prematuro o una actitud negativa hacia una persona o grupo de personas que no se basa en hechos objetivos, sino más bien en estereotipos simplificados en exceso y sobre puntos de vista generalizados de grupos o tipos de personas (Tucker, 2016; Tucker-Ladd, Clayton, 2000). Es también el resultado de experiencias emocionales previas con personas similares.

Falta de sensibilidad cultural: se refiere a la capacidad de ser consciente de las otras culturas, así como las diferencias entre ellas, de manera que no afecte la correcta interacción. La sensibilidad cultural significa ser consciente de que las diferencias y similitudes culturales existen y tienen efecto en los valores, el aprendizaje y el comportamiento (Stafford, Eking, López, 1997). Se atribuye la falta de sensibilidad cultural a factores como: la ignorancia en los patrones de pensamiento derivados de las diferentes culturas; desconocimiento de las diferencias en el sistema de valores, normas y creencias, lo que conforma el comportamiento de los miembros de una cultura. Las características del sistema de valores lo conforman como único, duradero y relativamente estable, por

lo que en la comunicación intercultural se requiere conocer de su relevancia para lograr la empatía (Zhu, 2011).

Si bien cada barrera específicamente define una división, la presencia de estereotipos carentes de objetividad conforma un prejuicio, que impactará en términos de interacción social y finalmente en falta de sensibilidad cultural. Lo anterior genera ausencia de comprensión, que resulta del desconocimiento de la base cultural del sistema de creencias con respecto una persona. Es decir, la empatía intercultural se refleja en la capacidad de comprender los estados emocionales de las personas de culturas diferentes, disminuyendo o eliminando las barreras psicológicas que podrían interferir en torno al entendimiento entre las distintas culturas.

4. Presencia de la empatía en hombres y mujeres en turismo

Para efectos del presente estudio se contempla el sexo en la empatía, como variable de control estadístico. Cabe mencionar que para Blas (2001) los inconvenientes del uso de la palabra *sexo* son menores que los del uso del término *género*, ya que en español se prefiere en primer término, para evitar connotaciones indeseadas en algunas derivaciones de la palabra *sexual*. Agrega que hay ausencia de claridad en que las diferencias biológicas no pueden representar un factor adicional explicativo.

Por lo que se refiere a estudios de Hoffman (1977), destacan los hallazgos que confirman que la respuesta afectiva a los sentimientos de otra persona se encuentra de forma más relevante en las mujeres que en los varones. Argumenta que las mujeres tienen mayor tendencia a imaginarse en el lugar del otro, mientras que los varones, por lo contrario, tienden hacia acciones instrumentales. Adicionalmente, considera que la tendencia a la empatía en las mujeres puede tener una

relación con la orientación afectiva prosocial en la que está presente la tendencia a experimentar culpa por el daño a otros. Por su parte, Eisenberg y Lennon (1983) compararon resultados de diferentes técnicas para evaluar la empatía y concluyeron que la respuesta de las mujeres es más empática que la de los varones en procedimientos de autoinforme, situaciones simuladas e interpretación de historias o escenas. Posteriores estudios (Mestre, Samper, Tur y Díez, 2001; Mestre, Samper y Frías, 2002, 2004) dieron resultados semejantes, encontrando diferencias en la empatía, de forma significativamente más alta en mujeres que en hombres.

Algunos estudios realizados sobre las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a la empatía intercultural (Hoffman, 1977; Lennon y Eisenberg, 1987; Ruckert, Branch y Doan, 2011) muestran que las mujeres tienen más altos niveles. En contraste, hay autores que consideran que en la medida de la empatía, las diferencias que se presentan en los resultados dependen del diseño del cuestionario (Eisenberg y Lennon, 1983). Además, la percepción de la persona tiene un papel mediador especialmente relevante para entender las relaciones entre los antecedentes y el proceso empático: ante una misma situación y una misma emoción, por parte de la persona y el objetivo, diferentes personas empatizarán de diferente manera, puesto que distintos motivos impulsan a la persona a su objetivo.

Estudios sobre empatía como el de Block (1976) mostraban que no se encontraban diferencias entre hombres y mujeres en su nivel de empatía. Sin embargo, más tarde Hoffman (1977) dividió la empatía en afectiva y cognitiva, encontrando una tendencia más alta en las mujeres con relación a los hombres en la empatía afectiva, no así en la cognitiva. Más aún, con el fin de replicar los resultados, Eisenberg y Lennon (1983) se enfocaron en analizar la diferencia entre

ambos sexos, en la dimensión cognitiva obteniendo resultados similares a los de Hoffman, con la interpretación de los autores en referencia, a que se trataba de representación basada en estereotipos, considerando que en los cuestionarios que miden la tendencia a experimentar la empatía emocional las mujeres se presentan más empáticas por ser lo que se espera de ellas, en tanto que los hombres hacen lo contrario. Batson, Fultz y Schoenrade (1987) exponen que la tendencia a percibir la empatía en grado mayor por mujeres que hombres guarda relación con los estereotipos sociales que otorgan a la mujer más sensibilidad emocional, así como mayor inclinación al cuidado y apoyo de los más débiles (niños y ancianos). Así mismo, se muestra en las mujeres un aumento marcado en la capacidad para detectar sentimientos y señales no verbales así como más interés en aspectos sociales de la interacción y los sentimientos de otros. La anterior explicación ha tenido apoyo empírico, resultado de otros estudios (Ickes, 2006).

Se debe agregar que en el ámbito del turismo se requiere que las personas trabajen de forma eficaz con otras culturas, por lo que es necesario su entendimiento de la manera correcta. Los individuos con un alto grado de empatía cultural pueden entender y diferenciar los comportamientos, ideas y emociones de otros grupos; inversamente, los individuos con baja empatía cultural muestran dificultades para identificar comportamientos, ideas y emociones de grupos con diferentes antecedentes culturales (van der Zee y van Oudenhoven, 2000, 2002; van de Zee, Zaaij y Piekstra, 2003).

Junto con lo anterior, cabe destacar algunos estudios sobre empatía en turismo que Tucker (2016) llevó a cabo, mediante una investigación en la que determina la relevancia de identificar los aspectos de la empatía en los distintos contextos del turismo, considerando lo que llamó “empatizar turísticamente”

como un prerrequisito emocional para establecer un diálogo positivo con el otro, la proximidad, el entendimiento intercultural y finalmente la paz. Actualmente se reconoce la importancia de la interacción entre empleados y clientes en el contexto de la hospitalidad (Chu y Murrmann, 2006; Kuo *et al.*, 2012). Es decir, los pensamientos y sentimientos de los clientes involucrados en los atributos del servicio prestado afectan las emociones de manera positiva o negativa.

Por su parte, Tesone y Ricci (2012) con base a sus investigaciones, en Florida (EE. UU.), calificaron como el atributo de mayor relevancia en el personal para integrarse a la industria hotelera la capacidad de empatizar con los huéspedes. Los estudios demostraron que quienes tienen mayores atributos empáticos están más en sintonía para detectar las señales de necesidades transmitidas por otros, esenciales en ciertas disciplinas de atención a clientes (Bostjancic, 2010). Es un elemento vital para el personal encargado de la gerencia de hoteles ser sensible a las emociones de las personas y reaccionar adecuadamente ante situaciones inesperadas (Wilks y Hemsworth, 2012). Albiero y Matricardi (2013) realizaron estudios de la escala de empatía etnocultural de Wang *et al.* (2003), que confirmaron la validez y confiabilidad adecuadas mediante métodos de análisis multivariante, encontrando una asociación moderada con la escala de empatía general y una fuerte relación negativa con la medida de prejuicio. Cabe hacer mención de la falta de estudios en el contexto del turismo que aborden las diferencias de respuesta empática entre hombres y mujeres en el desarrollo de las distintas actividades que conforman la cadena de provisión de servicio al turismo.

5. Metodología de análisis

La investigación se realiza de forma transversal y se consideran hombres y mujeres

que laboran en agencias de viajes, de forma independiente y en un único momento temporal. El tipo de muestreo es incidental y no probabilístico, ya que se tomaron las encuestas de quienes tuvieron la disponibilidad de responder, como establece Pereda (1987), denominando la muestra incidental como aquella que se emplea porque está a disposición del investigador en determinado momento. El estudio se realizó con el personal que labora en agencias de viajes en el estado de Nuevo León en el primer semestre de 2019.

El uso de la técnica del análisis multivariado, que cuenta con gran difusión, permite en particular en las organizaciones generar el conocimiento que orienta los planes de forma acertada. Se refiere a todas las técnicas estadísticas que simultáneamente analizan múltiples mediciones en individuos u objetos que se va a investigar, además de analizar más de dos variables (Hair *et al.*, 2006). El programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), orientado a la realización de análisis estadísticos, se utiliza en el presente estudio.

Para validar el tamaño de la muestra con el uso de SPSS, Hair *et al.* (1999) mencionan que los investigadores no deben usar análisis factorial con muestras de tamaño inferior a 50. Establece una regla que determina que debe ser un múltiplo de 10 observaciones por variable, o incluso 20. Adicionalmente, De la Garza-García *et al.* (2013) confirma que la técnica de factores no debe utilizarse para casos en que el número de entrevistas sea menor de 50 y agrega que también la muestra debe ser cuatro o cinco veces el número de variables que se pretende agrupar con la técnica.

Hipótesis de investigación, incidencia de empatía intercultural en hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes.

- H0: no existe diferencia significativa en el nivel de empatía intercultural entre hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes;
- H1: existe diferencia significativa en el nivel de empatía intercultural entre hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes.

Para la realización de la investigación se definió la unidad de análisis integrada por personas que proporcionan servicios al turismo con experiencia en el sector. Se conformó la muestra con 52 personas entre hombres y mujeres que laboran actualmente en agencias de viajes y que manifestaron dar atención a turismo internacional, en el estado de Nuevo León (México).

Se diseñó el instrumento de investigación a partir de las definiciones de los distintos autores tomando como base el marco teórico consultado, en especial del instrumento de empatía cultural que forma parte del estudio de competencias interculturales MPQ de Van der Zee y Oudenhoven (1998, 2000). El cuestionario de personalidad multicultural cuenta con factores considerados de forma consistente en los estudios de efectividad internacional. Los factores son empatía cultural, mentalidad abierta, estabilidad emocional, orientación a la acción, aventura/curiosidad, flexibilidad y extraversión. Los elementos del MPQ de cada dimensión se interpretan describiendo comportamientos o tendencias concretas que indican esa dimensión.

El presente estudio integra además elementos de la escala del modelo de sensibilidad intercultural de Chen y Starosta (2000), de los cinco factores como son “interacción en la presentación”, “respeto por la diferencia cultural”, “confianza de la interacción”, “disfrute de la interacción” y “atención en la interacción”. Con ítems como: “Me considero sensible a los aspectos culturales sutiles al

interactuar con personas de otras culturas”; “Simpatizo con personas de otras culturas”; “Respeto los valores y las formas de comportarse de personas de otras culturas”; “Mi trato es cordial con personas de otras culturas”; “Me considero de mente abierta a personas de otras culturas”. La validación del contenido de la encuesta se realizó mediante la consulta de expertos que se desempeñan en el área del turismo internacional, tres en sectores público en el ámbito de políticas turísticas, promoción y desarrollo y programas de turismo y tres en el sector privado: consultoría en turismo, gerencia de ventas y dirección de hotel en la República Mexicana. En promedio, todos cuentan con más de 15 años de experiencia en el ámbito del turismo. Lo anterior permitió adaptar el instrumento al contexto del turismo considerando las observaciones y adaptaciones indicadas.

Se generó un cuestionario con 11 ítems, mismos que se aplicaron de forma presencial o vía correo electrónico proporcionado por las agencias contactadas, que confirmaron dar atención a clientes internacionales, considerando el perfil especificado. Se contó con la respuesta de 52 cuestionarios completos de una total de 65 enviados, es decir, el 80%. En el instrumento se integraron preguntas de control para identificar si se trata de hombre o mujer, edad, área de especialidad y años de experiencia en turismo. Lo anterior con objeto de identificar elementos de referencia, así como verificar la práctica y experiencia en el área de estudio.

El indicador para determinar las respuestas del cuestionario usado es la escala de Likert, considerando el estudio del número de alternativas u opciones de respuesta de Dawes (2008) que señala la ausencia de diferencias significativas en medias, varianzas y curtosis en la comparación de las tres versiones de un mismo instrumento con escalas de cinco, siete y diez alternativas. Con fundamento en lo anterior, el número de alternativas para la

encuesta se determinó en cinco respuestas, basado en la frecuencia en que se realiza el cuestionamiento: siempre, que corresponde al 100%; casi siempre, al 75%; algunas veces, al 50%; pocas veces al 25%; y nunca, 0.

Con apoyo del programa SPSS, las respuestas sometieron al modelo de coeficiente alfa de Cronbach de consistencia interna basado en el promedio de las correlaciones de los ítems, con el propósito de definir la fiabilidad del instrumento, midiendo el aporte de cada ítem y la mejora de fiabilidad en caso de su exclusión. Mide la confiabilidad en un rango de 0 a 1, el obtener valores de .60 y .70 representan un límite bajo de aceptación (Hair *et al.*, 2006). Es decir, determina la fiabilidad del instrumento mediante la medición de aporte de cada ítem.

Para determinar la coherencia entre todos los ítems de una misma escala se utiliza la coherencia interna, sin ser posible su uso en aquellas medidas que utilizan pocos ítems (Cronbach, 1951). Con objeto de lograr un grado de precisión y consistencia aceptable, por encima de .7 de alfa de Cronbach se desagregaron cuatro ítems del instrumento original, resultando un .717 con siete ítems finales, ya que con los once originales se obtuvo un alfa de Cronbach de .693.

Tabla 1. Estadísticos de fiabilidad

<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados</i>	<i>N.º de elementos</i>
.693	.686	11
.717	.720	7

Elaboración propia, SPSS 2019

El test de Bertlett mide el nivel de significancia de todas las correlaciones que integra la matriz de correlación. Esta prueba es la

que más se utiliza con más frecuencia para probar la homogeneidad de las varianzas (Conover *et al.*, 1981). El estadístico que se genera comprueba la diferencia que existe con el nivel de significancia, considerando que es aceptable una medida a partir de .7 de KMO (medida de adecuación muestral de Kaiser-Mayer-Olkin).

Los ítems del instrumento final se conforman de cuestiones referentes a la atención a personas de otras culturas; considerar la sensibilidad a los aspectos culturales al interactuar interculturalmente; simpatizar con personas de otras culturas; comprensión hacia los sentimientos de personas de otras culturas; respeto a los valores y formas de comportamiento intercultural; mentalidad abierta hacia personas de otras culturas. Para definir si los ítems están suficientemente interrelacionados para proceder a aplicar el análisis factorial se pueden utilizar técnicas estadísticas como el test de esfericidad de Bartlett y la medida de adecuación muestral de Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) (Comrey, 1978).

El test de esfericidad de Bartlett permite evaluar la hipótesis que afirma que las variables no están correlacionadas. Si los resultados obtenidos en la comparación resultan significativos a un nivel p menor que .05 se rechaza la hipótesis nula y se considera que las variables están suficientemente intercorrelacionadas para realizar un análisis factorial (Everitt y Wykes, 2001).

Es posible que esta prueba muestre resultados relevantes sin presentarse correlaciones considerables entre variables, por lo que se recomienda utilizar además la medida KMO (Sierra Bravo, 1981). El KMO se interpreta de forma similar a los coeficientes de confiabilidad, con rango de 0 a 1 considerándose adecuado un valor igual o superior a .70, que significa una que hay una interrelación satisfactoria entre los ítems (Hair *et al.*, 2006).

Es lícito utilizar el análisis factorial después de verificar los supuestos y exigencias de los anteriores análisis.

Tabla 2. KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin		.723
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	78.586
	gl	21
	Sig.	.000

Elaboración propia, SPSS 2019

En la muestra hallamos que los casos válidos son el 100% de los 52 encuestados, que se conformaron de 37 mujeres y 15 hombres, integrados de forma práctica en la variable denominada sexo en el programa de SPSS.

Tabla 3. Resumen del procesamiento de los casos

	Sexo	Casos válidos		Casos perdidos		Total	
		N.º	%	N.º	%	N.º	%
EI	Fem.	37	100.0	0	0.0	37	100.0
	Masc.	15	100.0	0	0.0	15	100.0

* Eliminación por lista basada en todas las variables de procedimiento.

Elaboración propia, SPSS 2019

En lo referente a los estadísticos de grupo, el intervalo de confianza del 95% para la media de cada grupo permite detectar en la estimación puntual de la media que de forma práctica se denomina sexo, FEM y MASC en ambos grupos (4.3591 con 4.5429) la diferencia en los intervalos de confianza, siendo altamente improbable que la variables empatía intercultural y sexo estén relacionadas en el personal de las agencias de viajes.

Tabla 4. Estadísticos de grupo

	Sexo	N.º	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
EI	Fem.	37	4.3591	.41049	.06748
	Masc.	15	4.5429	.35076	.09058

Elaboración propia, SPSS 2019

En el cuadro de estadísticos descriptivos que presenta un resumen de la variable cuantitativa en los grupos establecidos por la variable cualitativa denominada *sexo*, mediante el programa SPSS, se identifican los intervalos de confianza para la media de cada grupo, lo que puede significar una alternativa al contraste de hipótesis en relación

Tabla 5. Estadísticos descriptivos

	Sexo		Estadístico	Error típ.	
EI	Fem.	Media	4.3591	.06748	
		Intervalo de confianza para la media al 95%			
			Límite inferior	4.2222	
			Límite superior	4.4959	
		Media recortada al 5%		4.3715	
		Mediana		4.4286	
		Varianza		.169	
		Desv. típ.		.41049	
		Mínimo		3.43	
		Máximo		5.00	
		Rango		1.57	
		Amplitud intercuartil		.64	
		Asimetría		-.319	.388
		Curtosis		-.579	.759
	Masc.	Media		4.5429	.09057
		Intervalo de confianza para la media al 95%			
			Límite inferior	4.3486	
			Límite superior	4.7371	
		Media recortada al 5%		4.5476	
		Mediana		4.5714	
		Varianza		.123	
		Desv. típ.		.35076	
		Mínimo		4.00	
		Máximo		5.00	
Rango		1.00			
Amplitud intercuartil		.57			
Asimetría		-.469	.580		
Curtosis		-1.020	1.121		

Elaboración propia, SPSS 2019

con las variables. Dentro de las estimaciones se distingue la media de ambos grupos (4.3591 y 4.5429) así como sus intervalos de confianza, que son diferentes, lo cual indica que es altamente improbable que las variables de empatía intercultural y sexo estén relacionadas en el personal de las agencias de viajes (esto conllevaría que la media en ambos grupos fuera muy diferente).

Para evaluar la normalidad de una distribución es común utilizar el procedimiento estadístico que maneja pruebas de contrastes de bondad de ajuste, como los estadísticos Shapiro-Wilk y Kolmogorov-Smirnov, mencionado por Pérez (2004), resultan con alta sensibilidad a pequeñas desviaciones de la normalidad cuando se trabaja con muestras de gran tamaño, por lo que es poco recomendable utilizar un solo método de evaluación de la normalidad.

Las pruebas de normalidad se muestran a continuación, identificando la significación estadística de los dos contrastes, se asume la normalidad de la distribución ya que en ambos grupos el nivel de “p” es no significativo, ya que “p” es mayor a 0.05 (.272 y .088). Por lo antes expuesto, se asume la normalidad de la variable cuantitativa empatía intercultural en hombres y mujeres.

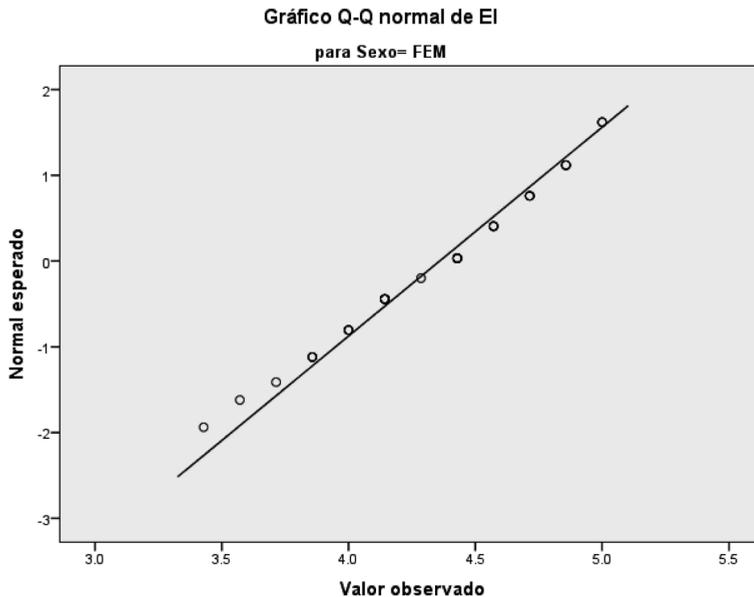
Tabla 6. Pruebas de normalidad

	Sexo	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EI	Fem.	.135	37	.087	.964	37	.272
	Masc.	.199	15	.113	.898	15	.088

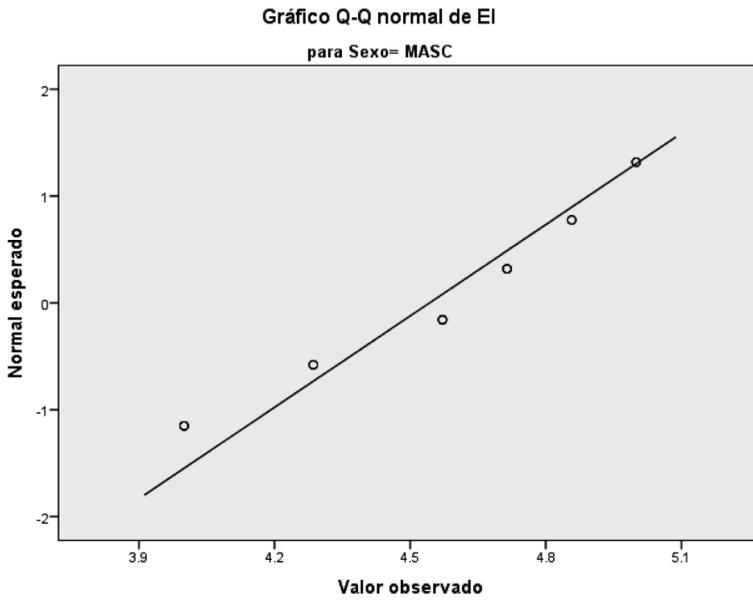
* Corrección de la significación de Lilliefors.

Elaboración propia, SPSS 2019

Modelo 1. Gráficos Q-Q normales

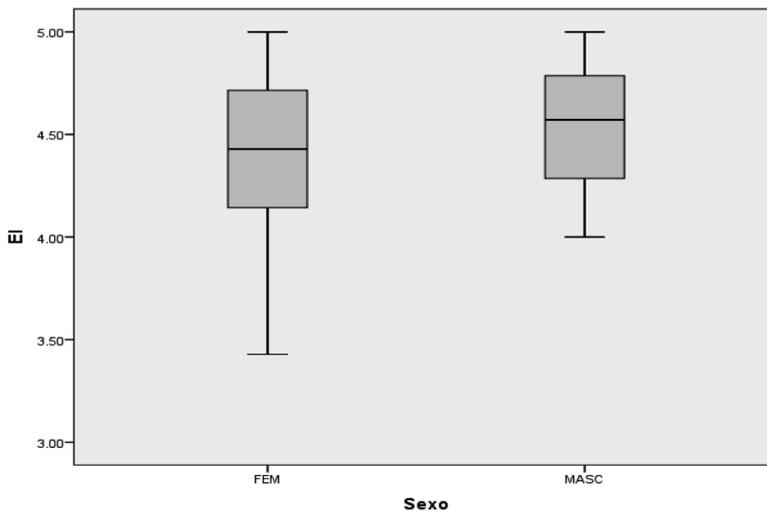


Elaboración propia, SPSS 2019



Elaboración propia, SPSS 2019

Modelo 2. Imagen de tallo box-plot



Elaboración propia, SPSS 2019

6. Imagen de tallo (caja)

El box-plot es una representación gráfica de la distribución de la variable cuantitativa (empatía intercultural) en los dos grupos establecidos por la variable cualitativa (para fines prácticos del programa, sexo: femenino y masculino), nos permite una aproximación visual al contraste de hipótesis, que plantea como hipótesis nula (H₀) que no existe una diferencia significativa en el nivel de empatía intercultural en hombres y mujeres (véase el modelo 2).

En la imagen se percibe una media ligeramente mayor en el sexo masculino que en el femenino, las medianas son muy parecidas (4.42 y 4.57) y el porcentaje de encuestados de cada caja arrojó resultados similares.

La aproximación inferencial con el análisis de intervalos de confianza de las medias como el estudio de gráficos de caja permite una evaluación sobre la relación de las variables, lo cual se confirma adicionalmente con el contraste de hipótesis.

7. Prueba T para muestras independientes

Cuando se cumple con el criterio de normalidad, puede llevarse a cabo la evaluación

inferencial, ya sea comparando los intervalos de confianza de las medias de ambos grupos o mediante el contraste de hipótesis, considerando la hipótesis nula:

$$H_0 \rightarrow \mu_1 = \mu_2$$

Una prueba de homogeneidad de varianzas (prueba de Levene) indica información relacionada con un segundo requisito para usar la comparación de medias mediante la prueba T de Student; la homogeneidad de varianzas. Mediante un contraste estadístico F de Snedecor se genera un grado de significancia estadística o valor “p” asociado a la hipótesis nula de “las varianzas son homogéneas” (Cohen, 1988). Cuando el valor p es significativo (mayor a 0.05) se duda de la homogeneidad de varianzas.

El resultado refleja en la doble salida de la comparación de medias de los dos grupos, expresadas en dos filas: en la fila superior cuando se han asumido varianzas iguales (o prueba de Levene); o en la línea inferior los resultados son lo que habría que elegir cuando no se ha asumido varianzas iguales, es decir, cuando la prueba de Levene es significativa o bien, $p < a 0.05$.

La prueba T para igualdad de medias arroja información relativa al valor T (t), los

Tabla 7. Prueba de muestras independientes

Prueba de Levene para igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
EI	Se han asumido varianzas iguales	.736	.395	-1.521	50	.134	-.18378	.12081	-.42644	.05887
	No se han asumido varianzas iguales			-1.627	30	.114	-.18378	.11294	-.41437	.04680

Elaboración propia, SPSS 2019

grados de libertad del estadístico (gl), y lo más importante, el valor de “p” (sig. bilateral) asociado al contraste. El valor de la diferencia de medias entre los dos grupos, su error típico y el intervalo de confianza al 95% de dicha diferencia de medias, indica que tan diferentes son las medias de la población, no sólo mediante una estimación puntual, sino también a través de un intervalo de valores con elevadas probabilidades de indicar la verdadera diferencia de medias.

Además de la estimación de la diferencia o similitud de las medias entre ambos grupos, indica la precisión de la estimación de intervalo de confianza con valor cero, ya que no hay diferencia en las medias de ambos grupos y el rango entre el valor superior e inferior es pequeño, se considera que la estimación es bastante precisa.

En los resultados, la prueba de Levene no es significativa ($p = 0.395$), por lo que se asume homogeneidad de varianzas y al identificar EI (empatía intercultural) en el renglón superior, la t de Student indica que “se han asumido varianzas iguales”: el estadístico t vale -1.521 (con 50 grados de libertad) y el valor “p” asociado es de 0.134.

8. Resultados

Se puede concluir que “(No hay asociación entre hombres y mujeres en el nivel de empatía intercultural en el personal de las agencias de viajes, ya que las medias en los resultados entre ambos grupos no son estadísticamente diferentes al nivel de significación alfa = 0.05)”.

Se acepta la hipótesis nula H_0 . Se rechaza la hipótesis H_1 .

- *H_0 : No existe diferencia significativa en el nivel de empatía intercultural por sexo, es decir, entre hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes.*

Los distintos mecanismos aplicados con la utilización del programa SPSS generaron una confirmación en el mismo sentido sobre la hipótesis inicial, mediante un estudio cuantitativamente confirmatorio.

Dentro de las limitaciones del estudio se encuentra que existen otras variables que son relevantes en la construcción de la empatía y que convendría explorar, como son experiencia en el ramo del turismo y formación académica. Alligood y May (2000) afirman que en las respuestas de empatía interviene la influencia de variables como sexo, género, cultura, ambiente social, forma de comunicación individual y habilidades aprendidas.

Los resultados encontrados muestran que la aplicación del instrumento en el ámbito del turismo y en particular de las agencias de viajes representa una ventaja en el sentido de contar con la empatía del personal de forma casi uniforme, independientemente del sexo (hombre o mujer) y, por lo tanto, la atención al cliente integra los elementos de comprensión y entendimiento requeridos, además de considerar la sensibilidad cultural.

Conclusiones

El significado de la empatía parte de la comprensión de la otra persona a partir del propio marco de referencia, y en este sentido la empatía intercultural permite entender y comprender a las personas de distintas culturas a partir de la propia. En el ámbito del turismo cobra especial importancia dado que las emociones expresadas por los visitantes de distintas culturas difieren y requieren entendimiento y comprensión por parte del personal que labora en agencias de viajes. Adicionalmente, son de considerar los aspectos y barreras que limitan el entendimiento emocional de las distintas culturas para su adecuada atención.

Para las empresas dedicadas al turismo, al tratarse de un servicio directo, con interacciones de distintas culturas, la empatía intercultural cobra especial importancia ya que los valores, costumbres y hábitos difieren y es relevante entender el sentir de las personas, independientemente del origen y su cultura. Lo anterior impactará directamente en la respuesta y evaluación del visitante, creando un círculo virtuoso relacionado con la atención empática. En particular los resultados demuestran que las actividades que se enfocan en atención al cliente en las agencias de viajes pueden ser realizadas indistintamente por hombres o mujeres, con los resultados similares en términos de empatía.

Si bien el enfoque cuantitativo permite abordar las diferencias entre hombres y mujeres que laboran en un particular contexto turístico, se percibe una necesidad de indagar con el tema de la empatía, en líneas de investigación en distintas entidades del sector, con un enfoque integral y relacional. Lo anterior alineado a investigar el conocimiento, exploración e interrelaciones de hombres y mujeres que participan en algún eslabón de la cadena de servicios del sector. La detección de la relevancia y su impacto permitirá la oportuna intervención educativa en el personal, así como el filtro y rediseño de perfiles de puestos, entre otras cosas.

El propósito de la investigación se cumplió al confirmar en la muestra elegida la ausencia de diferencia significativa entre hombres y mujeres que laboran en agencias de viajes en un contexto definido a Nuevo León, dejando paso a investigaciones que aborden posible diferencia en empatía intercultural con base en los años de experiencia en el sector, o bien con las actividades que se realizan en un determinado puesto dentro del sector del turismo, formación profesional o inclusive considerarlo desde el enfoque del empresario o bien del empleado.

Referencias

- Adler, N. J. (1986). *International Dimensions of Organizational Behavior*. Massachusetts, Kent Publishing.
- Alexander, K. L. (2001). Prosocial Behaviors of Adolescents in Work and Family Life: Empathy and Conflict Resolution Strategies with Parents and Peers. Dissertation Abstracts International Section A: *Humanities and Social Sciences*, 61, 33-67.
- Albiero, P., & Matricardi, G. (2013). Empathy towards people of different race and ethnicity: Further empirical evidence for the Scale of Ethnocultural Empathy. *International Journal of Intercultural Relations*, 37(5), 648-655.
- Alligood, M. R., May, B. A., 2000. A nursing theory of personal system empathy: interpreting a conceptualization of empathy in King's interacting systems. *Nurs. Sci. Q.* 13 (3), 243-247.
- Alonso, M. M. (2009): «Los consejos de administración de las cadenas hoteleras mundiales. Análisis desde la perspectiva de género», en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 18, n.º 2, pp. 112-125. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n2a1.pdf>
- Blas Arroyo, J. L. (2001). La descortesía en el debate político cara a cara. Una aproximación pragmavariacionista?. *Oralia* 4, 9-46.
- Batson, C. D., y Schoenrade, P. A. (1991). Measuring religion as quest: 2) Reliability concerns. En *Journal for the scientific study of Religion*, 430-447.
- Batson, C. D., Fultz, J. y Schoenrade, P. A. (1987). Las reacciones emocionales de los adultos ante el malestar ajeno. En N. Eisenberg y J. Strayer (eds.), *La empatía y su desarrollo* (181-204). Bilbao: Desclée de Brouwer, 1992.

- Bennett, M. J. (2013). Overcoming the Golden Rule: Sympathy and Empathy. En M. J. Bennett (ed). *Basic concepts of intercultural communication* (pp. 201-233). London: Nicholas Brealey Publishing.
- Block, J. H. (1976). Assessing sex differences: Issues, problems, and pitfalls. *Merrill Palmer Quarterly*, 1976, 22, 283-308.
- Bostjancic, E. (2010). Personality, job satisfaction, and performance of Slovenian managers-how big is the role of emotional intelligence in this? *Studia Psychologica*, 52(3), 207.
- Chu, K. & Murrmann, S. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, 27(6), 1181-1191.
- Chen, G. M. y Starosta, W. (2000). The development and validation of the Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication*, 3(1), 2-14.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic Press.
- Comrey, A. L. (1973). *A first course in factor analysis*. Nueva York: Academic Press.
- Comrey, A. L. (1978). Common methodological problems in factor analytic studies. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46(4), 648.
- Conover, W., Johnson, M. & Johnson, M. (1981), 'A Comparative Study of Tests for Homogeneity of Variances, with Applications to the Outer Continental Shelf Bidding Data', *Technometrics* 23, 351-361.
- Cronbach, L. J. (1951). "Coefficient Alpha and the Internal Structure Test", *Psychometrika*, 16 (septiembre), pp. 297-334.
- Dawes, J. (2008). Do data characteristics change according to the number of scale points used? An experiment using 5-point, 7-point and 10-point scales. *International Journal of Market Research*, 50(1), 61-104.
- De La Garza G., J., Morales Serrano, B. y González Cavazos, B. (2013). *Análisis estadístico-multivariado: un enfoque teórico y práctico*. Monterrey, México: McGraw-Hill.
- De Vignemont, F., & Singer, T. (2006). The empathic brain: how, when and why? *Trends in cognitive sciences*, 10(10), 435-441.
- Decety, J., & Jackson, P. L. (2006). A social-neuroscience perspective on empathy. *Current directions in psychological science*, 15(2), 54-58.
- Decety, J., & Moriguchi, Y. (2007). The empathic brain and its dysfunction in psychiatric populations: Implications for intervention across different clinical conditions. *BioPsychoSocial medicine*, 1(1), 22.
- DeTurk, S. (2001). Intercultural empathy: Myth, competency, or possibility for alliance building? *Communication Education*, 50(4), 374-384.
- Eisenberg, N. y Lennon, R. (1983). Sex differences in empathy and related capacities. *Psychological Bulletin*, 94, 100-131.
- Engelen, Eva-Maria y Birgitt Röttger R. (2012). "Current Disciplinary and Interdisciplinary Debates on Empathy." *Emotion Review* 4(1), 3-8.
- Everitt, B. S. y Wykes, T. (2001). *Diccionario de Estadística para Psicólogos*. España: Ariel.
- Floyd, K. (2006). *Communicating affection: Interpersonal behavior and social context*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Gibson, H. J. (2001): «Gender in tourism: Theoretical perspectives», en *Women as producers and consumers of tourism in developing regions*, Westport, Connecticut, Praeger, pp. 19-43.

- Gruen, R. & Mendelsohn, G. (1986). Emotional responses to affective displays in others: The distinction between empathy and sympathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(3), 609-614. doi:10.1037/0022-3514.51.3.609.
- Hair, J. F. (2006). *Multivariate data analysis*. Pearson Education India.
- Hair, J.; Anderson, R.; Tatham, R. y Black, W. (1999). *Análisis Multivariante*. Madrid: Prentice Hall.
- Hatfield, E., Cacioppo, J., y Rapson, R. (1993). Emotional contagion. En *Current directions in psychological science*, 2(3), 96-100.
- Henderson, K. (1996). «One size doesn't fit all: The meanings of women's leisure», en *Journal of Leisure Research*, vol. 28, n.º 3, pp. 139-154.
- Henderson, K. y Gibson, H. (2013). «An integrative review of women, gender, and leisure: Increasing complexities», en *Journal of Leisure Research*, vol. 39, n.º 2, pp. 115-135.
- Henderson, K. y Hickerson, B. (2007). «Women and leisure: Premises and performances uncovered in an integrated review», en *Journal of Leisure Research*, vol. 45, n.º 4, pp. 115-135.
- Hollin, C. (2002). An overview of offender rehabilitation: Something old, something borrowed, something new. *Australian Psychologist*, 37(3), 159-164.
- Hoffman, M. (1977). Sex differences in empathy and related behaviors. *Psychological Bulletin*, 84, 712-722.
- Hoffman, M. (1977). Personality and social development. *Review of Psychology*, 28, 295-321.
- Ickes, W. (2006). Gender differences in empathic accuracy: Differential ability o differential motivation? *Methodology Meta Analysis, Social Perception & Cognition*, 7(1), 95-109.
- Javidan, M., Teagarden, M., y Bowen, D. (2010). Making it overseas. *Harvard Business Review*, 88(4), 109-113.
- Kuo, J. C., Cheng, J. F., Chen, Y. L., Livneh, H., & Tsai, T. Y. (2012). An exploration of empathy and correlates among Taiwanese nurses. *Japan Journal of Nursing Science*, 9(2), 169-176.
- Lawrence, E., Shaw, P., Baker, D., Baron-Cohen, S., & David, A. S. (2004). Measuring empathy: reliability and validity of the Empathy Quotient. *Psychological medicine*, 34(5), 911-920.
- Lennon, R. & Eisenberg, N. (1987). Gender and age differences in empathy and sympathy. En N. Eisenberg & J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp. 195-217). New York: Cambridge University Press.
- McLaren, K. (2013). *The art of empathy: A complete guide to life's most essential skill*. Sounds True.
- Mestre, V., Frias, D. y Samper, P. (2004). La medida de la empatía: análisis del Interpersonal Reactivity Index. *Psicothema*, 16, 255-260.
- Mestre, V., Samper, P. y Frías, D. (2002). Procesos cognitivos y emocionales predictores de la conducta prosocial y agresiva: la empatía como factor modulador. *Psicothema*, 14, 227-232.
- Mestre, V., Samper, P., Tur, A. y Díez, I. (2001). Estilos de crianza y desarrollo prosocial de los hijos. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 54, 691-703.
- Musa, G., Thirumoorthi, T., y Doshi, D. (2012). Travel behaviour among inbound medical tourists in Kuala Lumpur. *Current Issues in Tourism*, 15(6), 525-543.
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Aplicaciones con SPSS. Madrid: Pearson Education.

- Pereda Marín, S. (1987). *Psicología experimental 1. Metodología*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Peeters, L. W., & Ateljevic, I. (2009). Women empowerment entrepreneurship nexus in tourism: Processes of social innovation. *Tourism and Entrepreneurship*, 75-89.
- Rasoal, C., Eklund, J. y Hansen, E. M. (2011). Toward a conceptualization of ethnocultural empathy. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 5(1), 1.
- Retuerto, A. (2004). Diferencias en empatía en función de las variables género y edad. *Apuntes de Psicología*, 22, 323-339.
- Ridley, C. R., y Lingle, D. W. (1996). Cultural empathy in multicultural counseling: A multi-dimensional process model.
- Rueckert, L., Branch, B. y Doan, T. (2011). Are Gender Differences in Empathy Due to Differences in Emotional Reactivity? *Psychology*, 6, 574-578. doi: <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2011.26088>.
- Sarasa, J. L. (1998). «Turismo y empleo femenino», en *Cuadernos de Turismo*, n.º 1, pp. 9-27. Disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/24591/23911>.
- Sierra Bravo, R. (1981). *Análisis Estadístico y Modelos Matemáticos*. Madrid: Paraninfo.
- Sigüenza, M. C., Brotons, M. y Huete, R. (2013). «The evolution of gender inequality in tourism employment in Spain», en *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, n.º 6, pp. 182-200. Disponible en <http://www.rotur.es>.
- Stafford, J., Bowman, R., Ewing, T., Hanna, J., & Lopez de Fede, A. (1997). *Building Culture Bridges*. Bloomington, IN: National Educational Service.
- Stern, D. N. (1985). *The interpersonal world of the infant: A view from psychoanalysis and developmental psychology*. Karnac Books.
- Suárez, L. P. V., Barquín, R. S., Jiménez, G. C., & Alfonso, M. J. P. (2016). Teorías y métodos en la investigación sobre turismo, género y mujeres en Iberoamérica: un análisis bibliográfico. *Cuadernos de Turismo*, (38), 485-501.
- Swain, M. (1995). «Gender in tourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 22, pp. 247-266.
- Tesone, D. & Ricci, P. (2012). Hospitality industry expectations of entry-level college graduates: Attitude over aptitude.
- Tomio, M. y Ullrich, D. R. (2011). «Gestión de las empresas turísticas. La representación de las mujeres en Blumenau-SC, Brasil», en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, pp. 425-440. Disponible en <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V20/N02/v20n2a09.pdf>.
- Trommsdorff, G., Friedlmeier, W. & Mayer, B. (2007). Sympathy, distress, and prosocial behavior of preschool children in four cultures. *International Journal of Behavioral Development*, 31(3), 284-293.
- Tucker, H. (2016). Empathy and tourism: Limits and possibilities. *Annals of tourism research*, 57, 31-43.
- Tucker-Ladd, C. E. (2000). Psychological self-help. Clayton Tucker-Ladd & Mental Health Net, <http://mentalhelp.net/psychhelp> adresinden, 12 Ekim 2003 tarihinde ulaşıldı.
- Van der Zee, K. & Van Oudenhoven, J. (2000). The Multicultural Personality Questionnaire: A multidimensional instrument of multicultural effectiveness. *European Journal of Personality*, 14(4), 291-309.

- Van der Zee, K., & Van Oudenhoven, J. (2001). The Multicultural Personality Questionnaire: Reliability and validity of self-and other ratings of multicultural effectiveness. *Journal of Research in Personality*, 35(3), 278-288.
- Van der Zee, K., Zaal, J. & Piekstra, J. (2003). Validation of the Multicultural Personality Questionnaire in the context of personnel selection. *European Journal of Personality*, 17(S1), S77-S100.
- Van Tilburg, M., Unterberg, M. y Vingerhoets, A. (2002). Crying during Adolescence: The Role of Gender, Menarche, and Empathy. *British Journal of Developmental Psychology*, 20, 77-87. DOI: 10.1348/026151002166334.
- 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.
- Walter, H. (2012). Social cognitive neuroscience of empathy: concepts, circuits, and genes. *Emotion Review*, 4(1), 9-17.
- Wang, Y., Bleier, J., Davidson, M., Savoy, H., Tan, J. & Yakushko, O. (2003). The scale of ethnocultural empathy. Development, validation, and reliability. *Journal of Counseling Psychology*, 2, 221-234.
- Wilks, D. & Hemsworth, K. (2012). Soft skills as key competencies in hospitality higher education: matching demand and supply. *Tourism & Management Studies*, 7, 131-139.
- Zhu, H. (2011). From Intercultural Awareness to Intercultural Empathy. *English Language Teaching*, 4(1), 116-119.