

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**



**EL ECOTURISMO Y SU RELACIÓN CON LA PERCEPCIÓN
DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE
PACHIZA**

**TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

JOSÉ ANTONIO CALDERÓN WENINGER

TINGO MARÍA, PERÚ

2016



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
Tingo María
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
Av. Universitaria s/n - ☎ (062) 562342 anexo 247-FAX: (062) 561156



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS Nº 022-2018-EPA-FCEA-UNAS

En la ciudad universitaria, a los 23 días del mes de octubre de 2018, siendo las 11:00 a.m., reunidos en el auditorio del Centro de simulación de negocios y asesoría empresarial de la Escuela Profesional de Administración, se instaló el jurado evaluador nombrado mediante Resolución Nro. 082/2015-D-FCEA, de fecha 17 de abril de 2015, a fin de dar inicio a la sustentación de la tesis para optar el título de Licenciada en Administración denominado:

"ECOTURISMO Y SU RELACION CON LA PERCEPCIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE PACHIZA"

Presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas CALDERON WENINGER, José Antonio, luego de la sustentación y absueltas las preguntas de rigor, se procedió a la respectiva calificación de conformidad con el Art. 26° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuyo resultado se indica a continuación:

APROBADO POR : UNANIMIDAD

CALIFICATIVO : BUENO

Siendo las 12:10 p.m., se dio por culminado el acto público de sustentación de tesis, firmando a continuación los miembros del honorable jurado y su asesor, en señal de conformidad.

Tingo María, 23 de octubre de 2018.



Lic. Adm. Edward Javier Coz Rodríguez
Presidente del Jurado





Mag. Carlos Alberto Silva Ríos
Miembro



Mag. Nebenka Caro Potokar
Miembro



Mag. Walter Eduardo Mucha Huamán
Asesor

Nota:

{Excelente = 19-20}
{Muy Bueno = 16, 17, y 18}
{Bueno = 13, 14, y 15}
{Regular = 11, 12.}
{Malo = 0. a 10}

REGISTRO DE TESIS CONDUCENTE AL TÍTULO UNIVERSITARIO

(Resol.1562-2006-ANR, Resol. 196-2013-CU-R-UNAS y Resol. 059-2013-CU-R-UNAS)

I. DATOS GENERALES DE PREGRADO

Universidad : Universidad Nacional Agraria de la Selva
Facultad : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Título de tesis : Ecoturismo y su relación con la percepción del desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

Autor : Calderón Weninger, José Antonio.
DNI: 46042142
Título conducente a: Licenciado en Administración
Año de sustentación y aprobación: 2016

Asesor de tesis : Lic. Mucha Huamán Walter Eduardo
Co asesor :

Área Académica: Finanzas

Programa de investigación:
01 Gestión y marketing empresarial

Línea(s) de investigación(s):
1.1 Gestión del desarrollo empresarial y agroindustrial

Eje temático de investigación:
1102 Desarrollo turístico

Lugar de ejecución:
Distrito de Pachiza, Provincia de Mariscal Cáceres y Departamento de San Martín.

Duración: Inicio : 02 de marzo 2015
Término : 21 de junio 2017

Financiamiento:
FEDU :
Propio : S/. 8,690.00
Otros : -.-

DEDICATORIA

A mi madre, Martha Elena Weninger de Calderón, quien a lo largo de mi vida y formación profesional ha velado por mi bienestar ofreciéndome todo tipo de apoyo en todo momento de manera incondicional.

A mis hermanos, Daniel, Héctor y Karina; por su compañía, por ser mi motivación para seguir adelante y mostrarles que puedo ser un hermano ejemplar.

A mi tío, Erick Weninger Trigozo por su cariño, consejos, comprensión y apoyo; así como también por haber compartido tantos lotes de felicidad junto a él, por ello y mucho más gracias.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional Agraria de la Selva, alma mater en mi formación profesional, por darme la oportunidad de superarme y ser una persona útil en la sociedad.

A mi asesor el Lic. Walter Eduardo Mucha Huaman, por su constante y paciente seguimiento y asistencia compartiendo su tiempo de manera generosa durante el desarrollo del trabajo de investigación.

A mis jurados, por sus relevantes aportes, críticas, comentarios y sugerencias durante el proceso de desarrollo de esta investigación.

A los docentes de la especialidad de administración por su enseñanza, motivación y apoyo para lograr la culminación de mi carrera.

A mi mamá Martha Elena Weninger de Calderón, a mi tío Erick Weninger Trigozo, a mis hermanos por el apoyo incondicional que me transmitían día a día y por ser mi soporte emocional y fuente de superación.

A mis amigos (a), Zenobio, Fidel, Jhony, Mareche, Claudia, Sayiri, Milagros quienes compartieron gratos momentos durante mi formación profesional.

A la Municipalidad Distrital de Pachiza por brindarme toda la información solicitada.

CONTENIDO

I.	RESUMEN	1
II.	ABSTRACT	1
	CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	2
	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1.	BASE TEÓRICA	7
2.1.1.	ECOTURISMO	7
2.1.2.	DESARROLLO DEL TURISMO	26
2.2.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	64
2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	67
	CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	70
3.1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	70
3.2.	MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	70
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	71
3.3.1.	POBLACIÓN	71
3.3.2.	MUESTRA	71
3.4.	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	72
3.4.1.	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	72
3.4.2.	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	72
3.5.	TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO	73
3.6.	PROCEDIMIENTOS	74
3.6.1.	ANÁLISIS DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	74
3.6.2.	ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	75
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS	76
4.1.	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	76
4.2.	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE ECOTURISMO	79
4.2.1.	DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES DE ECOTURISMO	81
4.3.	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE DESARROLLO TURÍSTICO	85
4.3.1.	DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES DEL DESARROLLO TURÍSTICO	87
4.4.	CONTRASTE DE HIPÓTESIS	91
4.6.1	PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL	92
4.6.2	PRUEBAS DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	94

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	100
CONCLUSIONES	104
RECOMENDACIONES	105
REFERENCIA	106
ANEXO	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de turistas	62
Tabla 2. Esquema del diseño de investigación.	71
Tabla 3. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.....	74
Tabla 4. Sexo del encuestado.....	76
Tabla 5. Edad del encuestado	77
Tabla 6. Grado de instrucción del encuestado	77
Tabla 7. Estado civil del encuestado.....	78
Tabla 8. Nivel de ingreso del encuestado	78
Tabla 9. Calificación sobre la percepción operacional sostenible del ecoturismo	79
Tabla 10. Calificación sobre el desarrollo turístico	85
Tabla 13. Correlación entre el Ecoturismo y Desarrollo turístico	92
Tabla 14. Correlación entre la dimensión Impacto ambiental y Desarrollo turístico	94
Tabla 15. Correlación entre la dimensión Impacto sociocultural y Desarrollo turístico	96
Tabla 16. Correlación entre la dimensión Impacto económico y Desarrollo turístico ..	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de ecoturistas y su impacto.....	12
Figura 2. Dimensiones del concepto de sustentabilidad	21
Figura 3. Los componentes del producto turístico global.....	45
Figura 4. Gráfico de calificación de operación sostenible del ecoturismo	80
Figura 5. Gráfico de calificación en la dimensión Impacto Ambiental	81
Figura 6. Gráfico de calificación la dimensión Impacto sociocultural	82
Figura 7. Gráfico de calificación en la dimensión impacto económico.....	83
Figura 10. Gráfico de calificación de Desarrollo turístico.....	86
Figura 11. Gráfico de calificación de la dimensión Comunidad	87
Figura 12. Gráfico de calificación de la dimensión Empresa	88
Figura 13. Gráfico de calificación de la dimensión Gobierno	89
Figura 14. Gráfico de dispersión entre el Ecoturismo y el Desarrollo turístico	93
Figura 15. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto ambiental y Desarrollo turístico	95
Figura 16. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto sociocultural y Desarrollo turístico	97
Figura 17. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto económico y Desarrollo turístico	99

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos	109
Anexo 2. Datos del análisis inferencial	111
Anexo 3. Resultado de fiabilidad del instrumento.....	116
Anexo 4. Pruebas en características del encuestado	119
Anexo 5. Gráficos descriptivos según ítems.....	122
Anexo 6. Matriz de consistencia.....	128

I. RESUMEN

El objetivo del estudio fue determinar la relación entre el ecoturismo y la percepción del desarrollo turístico. El estudio se realizó en el distrito de Pachiza, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, y fue aplicado a una muestra de doscientas familias ($n = 200$). El tipo de estudio es aplicado, de nivel relacional, con método descriptivo correlacional de diseño transversal. Para medir ambas variables se utilizó un cuestionario de encuesta tipo Likert con cinco opciones de respuesta, compuesto por 9 ítems en cada una de las variables, haciendo un total de 18 ítems. En el análisis inferencial se aplicó el estadístico del coeficiente de correlación Rho de Spearman (r_s), considerado para medir la correlación en datos ordinales. Los resultados indicaron correlación significativa en todas las pruebas relacionadas con las hipótesis, es decir estadísticamente se demostró las hipótesis planteadas en el estudio; el grado de correlación entre el ecoturismo y desarrollo turístico fue calificado como bueno ($r_s = 0.741$), indicando que una percepción positiva de la operación ecoturística basado en la sostenibilidad, está relacionada directamente con la percepción positiva del desarrollo turístico cuando integra la comunidad, empresas y gobierno; de igual forma el grado de correlación en las hipótesis específicas fue calificado como buena, observándose correlación entre impacto ambiental y desarrollo turístico en ($r_s = 0.731$), entre impacto sociocultural y desarrollo turístico en ($r_s = 0.689$), y entre impacto económico y desarrollo turístico en ($r_s = 0.725$).

Palabras clave: ecoturismo, desarrollo turístico, impacto ambiental, impacto sociocultural, impacto económico, comunidad, empresa, gobierno.

II. ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship between ecotourism and the perception of tourism development. The study was carried out in the district of Pachiza, province of Mariscal Cáceres, San Martín region, and was applied to a sample of two hundred families ($n = 200$). The type of study is applied, of relational level, with descriptive correlational method of transversal design. In order to measure both variables, a Likert type questionnaire was used with five response options, consisting of 9 items in each of the variables, making a total of 18 items. In the inferential analysis, the Spearman Rho correlation coefficient (r_s) statistic was used to measure the correlation in ordinal data. The results indicated significant correlation in all tests related to the hypotheses, ie statistically demonstrated the hypotheses raised in the study; The degree of correlation between ecotourism and tourism development was rated as good ($r_s = 0.741$), indicating that a positive perception of the ecotourism operation based on sustainability is directly related to the positive perception of tourism development when integrating the community, companies And government; ($r_s = 0.731$), socio-cultural impact and tourism development ($r_s = 0.689$), and between economic impact and development ($r_s = 0.725$).

Keywords: ecotourism, tourism development, environmental impact, socio-cultural impact, economic impact, community, enterprise, government.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

El sector turístico se ha convertido en un eje importante de desarrollo económico para muchas poblaciones tanto local, regional y por tanto de una nación. El reflejo se aprecia en la generación de empleos tanto directos e indirectos que genera, como así también en la recaudación tributaria. Si bien el beneficio económico es indiscutible, la forma de cómo se actúa para obtener dicho beneficio, es muy cuestionado; ya que en diferentes espacios turísticos no se tienen en cuenta límites, tanto de construcciones, como de afluencia excesiva de turistas, los cuales generen impactos negativos e irreversibles tanto naturales y culturales. Ante estos problemas, ya a finales del siglo pasado nace el “ecoturismo” como propuesta de un turismo sostenible y responsable.

Jiménez, L. (2013, p.4), indica que el ecoturismo es una modalidad del turismo sostenible, al igual que lo es la totalidad de la actividad turística desde que en 1991, el 41 Congreso de expertos Científicos en Turismo (AIEST) planteó la complejidad del estudio de la sustentabilidad del turismo, y, en particular del ecoturismo el cual fue definido como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos.

Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013, pp.115-116). Según estos autores, el mantenimiento de la sostenibilidad del turismo es cada vez más importante si tenemos en cuenta que este, para que sea sostenible, no solo debe obtener beneficios económicos sino que, ante todo, debe proteger y cuidar el medio ambiente. Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe tener en cuenta los tres principios básicos de la

sostenibilidad: uso adecuado de los recursos naturales, respeto por la biodiversidad sociocultural y asegurar prácticas empresariales adecuadas.

Kotler, P., García, J., Zamora, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011, p661), mencionan que el ecoturismo es una de las actividades turísticas con mayor crecimiento del sector y representa muy bien el concepto de turismo sostenible. De hecho, la sostenibilidad ocurre cuando el gobierno y las empresas cooperan al planificar y endurecer políticas de conservación.

El ecoturismo, una de las opciones de turismo emergente, es el resultado del cambio en los valores y hábitos de la gente. En casi todos los continentes, los países han implementado múltiples estrategias variadas de turismo para la promoción de las atracciones naturales, la protección del medio ambiente y de la calidad de vida (Edwards et al., 1998). (Citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.126).

Díaz, R., & Escárcega, S. (2009, pp. 125-126). Desde el punto de vista del mercado, el ecoturismo es un segmento que ha crecido a un ritmo considerable desde la última década del siglo XX. [...]. Los factores de la sustentabilidad que se relacionan directamente con la actividad turística son diversos. En este marco, el ecoturismo visto desde la perspectiva de la sustentabilidad involucra los parámetros económicos, medioambientales, sociales y culturales. Al contrario de lo que comúnmente se puede interpretar de la palabra “sustentable”, el aspecto económico es fundamental. Es decir, si el turismo no genera beneficios económicos a los habitantes del país anfitrión, entonces no podría considerarse realmente sustentable.

Delimitación del problema

a. Temporal

El estudio de investigación sobre el ecoturismo y desarrollo turístico aplicado a familias, se ejecutó durante el año 2015. Por tanto los datos obtenidos mediante la realización del estudio, aplicado en familias, corresponden al año de investigación realizado.

b. Espacial

La investigación delimitada espacialmente, se circunscribe a la ciudad de Pachiza provincia de Mariscal Cáceres departamento de San Martín. Por lo cual las conclusiones y recomendaciones se vinculan a las características de la población estudiada.

c. Teórica

La investigación se delimitó tomando en cuenta enfoques teóricos y leyes científicas en la metodología de la investigación. El enfoque teórico tomado en la investigación comprende el ecoturismo y el desarrollo del turismo.

Formulación de la interrogante

Como problema general en la investigación se plantea la siguiente interrogante:

¿Existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.

Como problemas específicos en la investigación se plantea la siguiente interrogante:

1. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.
2. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.

3. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.

Justificación e importancia

Esta investigación se está desarrollando para determinar el grado de relación que existe entre el ecoturismo y la percepción del desarrollo turístico en el distrito de Pachiza. Para determinar del grado de relación se realizara mediante la evaluación de los indicadores que estamos considerando en esta investigación.

Metodológicamente el tema de estudio de la investigación amplía y aporta al conocimiento científico, sobre el tipo el ecoturismo y la percepción con el desarrollo turístico, llegando así a una conclusión científica que permita tener un concepto más claro del objeto de estudio.

Esta información será útil para la municipalidad local, la población del distrito de Pachiza y el desarrollo de otras investigaciones, en temas similares, ya que el estudio permitirá obtener información sobre la conservación de los recursos naturales locales y la identidad cultural con el desarrollo turístico en el Distrito de Pachiza, Provincia de Mariscal Cáceres Departamento de San Martín.

Objetivos de la investigación

Con el objetivo general se pretende:

Determinar la relación entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

Con los objetivos específicos se pretenden:

1. Determinar la relación entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

2. Determinar la relación entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.
3. Determinar la relación entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

Hipótesis de la investigación

Con la hipótesis general se pretende demostrar que:

Existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

Con las hipótesis específicas se pretende demostrar que:

1. Existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.
2. Existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.
3. Existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. BASE TEÓRICA

2.1.1. ECOTURISMO

El término “ecoturismo” fue definido inicialmente en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente Humano celebrada en Estocolmo en 1972, allí Maurice Strong presentó a la luz pública el término Eco-desarrollo. (Jiménez, L., 2013, p.3).

Pero fue el arquitecto mexicano Héctor Ceballos Lascuráin quien en 1983 creó el término y los conceptos básicos del Ecoturismo, los cuales han sido reconocidos por las autoridades del turismo mundial (OMT), las Naciones Unidas (ONU), la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), el Congreso de Expertos de la Naturaleza (AJEST), así como por diferentes escritores (Jiménez, L.,2013, p.3).

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN, por sus siglas en inglés) define el ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y

socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales” (citado en Zamorano, F., 2008, p.165; y en Jiménez, L., 2013, p.4).

Zamorano, F. (2008, p.165), menciona que lo anterior significa que la definición del ecoturismo incluye un comportamiento normativo. “Sólo a través del establecimiento de los lineamientos estrictos y de su cumplimiento se podrá garantizar que el ecoturismo no se convierta en un agente dañino para el patrimonio natural o cultural de un país o región.”

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservatorio basado en la industria turística que Jones, 1992 define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pesadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados (Zamorano, F., 2008, p.174).

La sociedad internacional del ecoturismo lo ha definido como el viaje responsable a zonas naturales que conserva el ambiente y sustenta el bienestar de la población local”. (Jiménez, L., 2013, p.4).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, por sus siglas en inglés) de manera muy sencilla dice que ecoturismo es: “Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales” (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.126).

Jiménez, L. (2013, pp.4-5), indica que el concepto sobre el ecoturismo ha tenido su mayor auge a partir de la Cumbre de la Tierra celebrada en Rio de Janeiro en 1992, la cual les sirvió de promoción para su desarrollo en las dos décadas siguientes, despertando a la vez grandes expectativas de desarrollo en el futuro. Por esta razón las Naciones Unidas designaron el año 2002 como el año internacional

del ecoturismo, lo cual fue también acogida por la Organización Mundial del Turismo, que se interesó por la organización de eventos relacionados con la temática del ecoturismo en diferentes países. Además el autor refiere que, el ecoturismo debe tener una planificación, una gestión y una promoción integral, de modo que las actividades económicas y recreativas tengan como objetivo la búsqueda de la conservación de los valores naturales, culturales y el desarrollo sostenible de las comunidades rurales y suburbanas.

De acuerdo a Casasola¹ ecoturismo, geoturismo, turismo natural, turismo verde, turismo de bajo impacto, viaje de aventura, turismo alternativo, turismo responsable, turismo suave, turismo apropiado, turismo de calidad, turismo nuevo, desarrollo sustentable y turismo sustentable son todos tipos similares de actividades turísticas (Citado en Rebollo, N., 2012, p.21).

En síntesis Rebollo, N. (2012, p.21), indica que de todos estos términos, ecoturismo y sustentabilidad son los más usados. El principio de ambos es mantener y mejorar la calidad y atracción del medio ambiente natural.

2.1.1.1. ECOTURISMO COMO TURISMO SOSTENIBLE

Castejón, R., Méndez, E., González, J., Pérez, A., Martínez, J., Gómez, J., & Mochón, A. (2009, p.164). En el marco del Año Internacional del Ecoturismo (2002), y bajo el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), más de un millar de participantes de 132 países, procedentes de los sectores público, privado

¹ Luis Casasola García, *Turismo y ambiente*.

y no gubernamental, asistieron a la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en la Ciudad de Quebec (Canadá) entre el 19 y el 22 de mayo de 2002.

En dicha declaración los participantes:

«Reconocen que el ecoturismo abraza los principios del turismo sostenible con relación a los impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo. En concreto:

- Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural.
- Incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación, y contribuye a su bienestar.
- Interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes.
- Se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos organizados para grupos de tamaño reducido.»

Pero al mismo tiempo:

«Hacen hincapié en que, al mismo tiempo, siempre que el turismo en zonas naturales y rurales no se planifique, desarrolle y gestione debidamente, contribuye al deterioro del paisaje natural, constituye una amenaza para la vida silvestre y la biodiversidad, contribuye a la contaminación marina y costera, al empobrecimiento de la calidad del agua, a la pobreza, al desplazamiento de comunidades indígenas y locales, y a la erosión de las tradiciones culturales.»

El ecoturismo es una de las actividades turísticas con mayor crecimiento del sector y representa muy bien el concepto de turismo sostenible. De hecho, la sostenibilidad ocurre cuando el gobierno y las empresas cooperan al planificar y endurecer políticas de conservación (Kotler, P., et al., 2011, p.661).

El verdadero ecoturismo es un concepto multifacético, que hace uso del turismo para asegurar la sostenibilidad ambiental y sociocultural, así como el desarrollo económico (Sandoval, E. 2006, p.27).

2.1.1.2. ECOTURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE

El ecoturismo es una modalidad del turismo sostenible, al igual que lo es la totalidad de la actividad turística desde que en 1991, el 41 Congreso de expertos Científicos en Turismo (AIEST) planteó la complejidad del estudio de la sustentabilidad del turismo, y, en particular del ecoturismo el cual fue definido como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos (Jiménez, L., 2013, pp.4).

Díaz, R., & Escárcega, S. (2009, pp.125-126). Desde el punto de vista del mercado, el ecoturismo es un segmento que ha crecido a un ritmo considerable desde la última década del siglo xx. [...]. Los factores de la sustentabilidad que se relacionan directamente con la actividad turística son diversos. En este marco, el ecoturismo visto desde la perspectiva de la sustentabilidad involucra los parámetros económicos, medioambientales, sociales y culturales. Al contrario de lo que comúnmente se puede interpretar de la palabra “sustentable”, el aspecto económico es fundamental. Es decir, si el turismo no genera beneficios económicos a los habitantes del país anfitrión, entonces no podría considerarse realmente sustentable.

Díaz, R., & Escárcega, S. (2009, p.126). El ecoturismo, una de las opciones de turismo emergente, es el resultado del cambio en los valores y hábitos de la gente. En casi todos los continentes, los países han implementado múltiples estrategias variadas de turismo para la promoción de las atracciones naturales, la protección

del medio ambiente y de la calidad de vida (Edwards et al., 1998). En teoría, el ecoturismo constituye una de las actividades con mayor potencial para integrar las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental (CEPAL, 2001). En el turismo en general y en el ecoturismo en particular, éste último con un crecimiento rápido a nivel mundial, se han puesto muchas esperanzas. La realidad, por supuesto, ha resultado con frecuencia por debajo de estas grandes expectativas. Más que considerarlo como la panacea, es de mayor utilidad preguntarse hasta qué punto y bajo qué condiciones el ecoturismo puede ayudar a lograr el triple desafío de conservar la biodiversidad, generar ingresos locales e impulsar el desarrollo sustentable.

Brandon (1996) enfatiza que el ecoturismo debe realizarse a pequeña escala “con impactos social y ecológico limitados”. De acuerdo con estas definiciones, el ecoturista ideal tendría tres características principales: a) número pequeño; b) impacto bajo, y c) altos ingresos. Difícil es, dice este autor, cumplir con las tres condiciones al mismo tiempo. Sin embargo, es posible ubicar, por sus comportamientos y actitudes, tres tipos de ecoturistas,[..] (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.126).

Tipo de ecoturista	Cantidad	Impacto	Ingreso
Verdaderos verdes (<i>homo verde verde</i>)	Baja	Bajo	Bajo alto
Amantes de la naturaleza (<i>homo naturophilo</i>)	Mediana	Bajo alto	Medio alto
Naturalistas de salón (<i>homo safariense comodo</i>)	Alta	Medio alto	Medio alto

Fuente: Fuente: John Dixon y Stefano Pagiola. “Costos locales, beneficios globales: Valoración de la biodiversidad en los países en desarrollo”, p. 45. (Citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.126).

Figura 1. Tipos de ecoturistas y su impacto

(Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, pp.126-127). Una consideración adicional con respecto a los beneficios generados por los ecoturistas se refiere a la proporción que es mantenida dentro del país receptor. Es importante evitar el error común de pensar que los gastos turísticos son equivalentes a los beneficios del país receptor. En primer lugar, los turistas consumen una gran cantidad de recursos durante su visita, tales como alimentos y alojamiento, que dejan de estar disponibles para otros usos. Los costos de estos recursos deben ser sustraídos. En segundo lugar, una gran parte de estos beneficios netos a menudo es captada por agentes fuera del país. [...].Aun cuando el ecoturismo genere altos ingresos netos, ello no contribuirá necesariamente a la conservación de la biodiversidad, a menos que una gran parte de estos ingresos sea retenida localmente. En la mayoría de los países, sin embargo, los fondos recolectados por los boletos de entrada, impuestos al turismo y otros mecanismos son generalmente canalizados al gobierno central y sólo una pequeña proporción, si la hay, queda en el lugar. Asimismo, los beneficios de las actividades económicas que apoyan el ecoturismo —alojamiento, alimentación, transporte— a menudo son captados por agentes económicos externos a la zona inmediata. La participación de los actores locales es positiva tanto en términos prácticos como de equidad. Ya que un desafío importante es ampliar el círculo de beneficios que la población local está dispuesta a ayudar a proveer, la planificación activa de la conservación de la biodiversidad con las poblaciones locales es esencial, tanto para obtener su apoyo al esfuerzo como para asegurarse de que tengan una participación en la generación, y en la captación, de los beneficios económicos (Dixon y Pagiola, 2001).

El ecoturismo es un concepto que puede proporcionarle a los destinos ya sea en pequeñas operaciones o en planes para regiones enteras la oportunidad de captar

divisas económicas del turismo, al tiempo que mantiene, a largo plazo, la viabilidad económica y ambiental de la zona (Sandoval, E. 2006, p.11).

Sustentabilidad

Una sociedad sustentable no debe sobrepasar la capacidad de sus recursos básicos, en los cuales sustenta su supervivencia y prosperidad futura (Zamorano, F., 2008, pp.23-24).

El desarrollo humano sustentable significa asegurar la calidad de vida manteniendo la capacidad de carga, que soporta los ecosistemas. La sustentabilidad no es una señal de crecimiento, aunque sí es un indicador de los recursos. Desarrollo es la capacidad de convertir esos mismos recursos en bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas sin la degradación del medio que mantiene a los ecosistemas (Zamorano, F., 2008, pp.28-29).

Una de las maneras más sencillas de definir la sustentabilidad es la que proponen Meadows y colaboradores en su libro *Beyond the Limits* y que dice: “Una sociedad sustentable es aquella que perdura a través de las generaciones, suficientemente previsora, flexible y sabia para no minar los sistemas naturales ni sociales en los que se sostiene.” (Zamorano, F., 2008, p.29).

El turismo sustentable aporta múltiples beneficios en términos sociales y económicos, así como en indicadores de desarrollo humano a las regiones y comunidades de una localidad o país por la captación de divisas, creación de autoempleos y empresas locales, así como por propiciar la paz, la tolerancia, una cultura de la generosidad, el mutuo entendimiento entre los individuos y los pueblos, formas de vida diferentes y concepciones diferentes de las mismas.

Además, desarrolla un sentido de responsabilidad ambiental (Zamorano, F., 2008, p.164).

Los desarrollos turísticos inapropiados pueden causar una grave degradación ecológica en las áreas naturales y producir efectos difícilmente previsible en las tierras o aguas circundantes. Por tanto, debe encontrarse un balance entre la satisfacción del turista y los requerimientos de conservación. Los conflictos surgidos alrededor del mundo con respecto a las áreas naturales, incluyendo las protegidas, y las necesidades humanas, involucran cada vez más al fenómeno turístico (Zamorano, F., 2008, p.164).

Si se continúan con el modelo de turismo convencional centrado en la oferta y masificado en la demanda, estandarizado en la prestación de los servicios y sin verdaderos mecanismos de control, sobre todo en las áreas naturales protegidas y en la incursión masiva de turistas a comunidades sensibles (cultural y socialmente hablando) sobrevendrán daños irreparables en dichas áreas y comunidades, que han sido manifestaciones de la diversidad biológica y sociocultural del mundo, así como fuentes importantes o alternas de ingreso o bienestar para las comunidades, las regiones y las naciones (Zamorano, F., 2008, p.164).

Para evitar y reducir los impactos negativos ocasionados por el turismo convencional se logra mediante la adecuada preparación de los recursos humanos locales y de la sensibilización y concientización de las comunidades receptoras, los prestadores de servicios, y de los turistas mismos. Este enfoque se conoce en el mundo entero como turismo sustentable, por contemplar los elementos de desarrollo humano sustentable en sus principios y fundamentos, así como en sus alcances y dimensiones. El término ecoturismo, así como su definición preliminar,

fueron acuñados en 1983 por Héctor Ceballos Lascuráin (Zamorano, F., 2008, pp.164-165).

La ecoeficiencia

En aquellos lugares donde el turismo es un sector crucial, el paisaje se conforma con elementos naturales y se complementa con elementos de carácter construido o antropogénico como las infraestructuras y edificaciones, que pueden y deben integrarse en el paisaje natural (Labandeira, X., León, C., & Vázquez, M., 2007, p.173).

«La ecoeficiencia conlleva la producción de bienes y servicios competitivos en precio, para satisfacer las necesidades humanas y proporcionar calidad de vida, mientras progresivamente se reduce el impacto ecológico y la intensidad de recursos en su ciclo de vida, a un nivel al menos acorde con la capacidad de carga del planeta» (Labandeira, X., et al., 2007, p.326).

Labandeira, X., et al. (2007, p.327). La ecoeficiencia o eficiencia ambiental, respecto a los recursos naturales como input o al medio ambiente como sumidero de residuos, se puede estimar para una determinada empresa o una planta (nivel microeconómico), un sector económico, por ejemplo, industria, energía, transporte, turismo (nivel sectorial) o un país o región (nivel macroeconómico).

Fragilidad, Capacidad de carga turística y entorno

Ante la ausencia de controles, por una parte, los impactos negativos que podrán devenir de las actividades vinculadas con el ecoturismo están, en principio, relacionadas con daños potenciales al medio ambiente y a la comunidad y, por otra, a los beneficios socioeconómicos y ambientales, esperados a niveles locales, regionales y nacional. En efecto, la fragilidad de los ecosistemas naturales muchas

veces no tolera un número elevado de visitantes y, menos aún, soporta el tráfico excesivo de vehículos pesados. Asimismo, la infraestructura necesaria, si no se ajusta a normas preestablecidas, puede comprometer de manera acentuada el medio ambiente, con alteraciones en el paisaje, en la topografía, en el sistema hídrico y en la conservación de los recursos naturales de flora y fauna. El alejamiento de las poblaciones locales se configura también como otro riesgo, pues la presencia de operadores, casi siempre sin ninguna relación orgánica con la región, puede generar nuevos valores incompatibles con los comportamientos locales, ocasionando conflictos de orden cultural y de otros preceptos (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.127).

El riesgo inscrito de las prácticas del ecoturismo, especialmente en grandes grupos, es el de sobrepasar la capacidad de carga. Ésta es un marco de referencia que subraya la importancia de mantener un nivel e integración de desarrollo que sea ambiental y culturalmente sustentable. En este contexto, la capacidad de carga turística según Carr (1982) está definida como el nivel óptimo de visitantes para el cual un área silvestre es diseñada y desarrollada para lograr el citado nivel. Para ello, debe tomarse en cuenta dos criterios básicos: 1) preservar áreas naturales representativas y 2) ofrecer oportunidades para experiencias especiales de recreación al aire libre (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.127).

El entorno en el cual interactúa el turismo es de gran alcance, e incluye el suelo, el agua, el aire, la flora y la fauna, y también los cambios que el hombre ha efectuado, como la historia y el patrimonio cultural. El turista también debe prever las diferencias sociales y adaptarse a ellas, sobre todo si viaja al extranjero. El “medio ambiente”, en su definición amplia, es lo que atrae a muchos turistas en primer lugar. [...]. En otras palabras, el atractivo puede ser el ecosistema, la vida silvestre,

la riqueza de los descubrimientos arqueológicos, el clima o la cultura sobre los cuales el turista ha leído o ha visto por televisión. El mensaje más importante es que cualquiera que sea el medio ambiente, deberá nutrirse, modificarse y protegerse pensando en las generaciones futuras (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.128).

Según Zamorano, F. (2008, p.173), explica que la capacidad de carga turística es la capacidad de carga del medio biofísico y social en relación exclusivamente con la actividad y el desarrollo turístico. Se refiere al nivel máximo de uso de visitantes e infraestructura correspondiente que un área puede soportar sin que se provoquen efectos perjudiciales sobre los recursos, se disminuya la calidad de satisfacción del visitante o se ejerza un impacto adverso sobre la sociedad, economía o cultura de un área.

Elementos para la sustentabilidad del turismo (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, pp.128-129).

El artículo “*Alternative Paths to Sustainable Tourism*” enumera los siguientes elementos que pudieran ser claves para la sustentabilidad del turismo:

- Preservar la base actual de recursos para las generaciones futuras.
- Mantener la productividad de la base de recursos.
- Mantener la biodiversidad y evitar cambios ecológicos irreversibles.
- Asegurar la equidad dentro de las generaciones y entre ellas.
- Mantener y proteger el patrimonio cultural (e histórico) de la zona, región o nación.

Muchas combinaciones se pueden obtener con estos cinco elementos. Encontrar un equilibrio aceptable entre éstos es, sobre todo, una labor de consensos. Los

diferentes intereses de las empresas y de los consumidores de turismo suelen pasar por alto el aspecto de la “sostenibilidad” del turismo. Los “anfitriones y los visitantes” a menudo miran por diferentes cristales (OEA, 1997).

Planificación del ecoturismo (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, pp.151-152).

Los siguientes son algunos de los principios que se deben tener en cuenta en la planificación del ecoturismo:

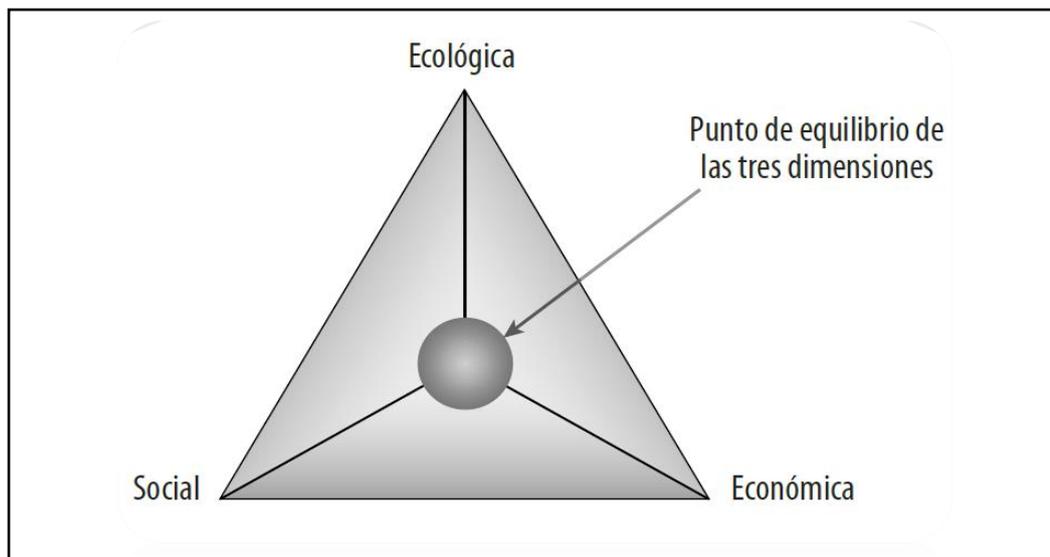
- Medidas estrictas de protección de la naturaleza para proteger flora, fauna y ecosistemas y cualquier sitio arqueológico o histórico.
- Determinación de límites de capacidad de absorción de forma que no se produzca demasiado desarrollo de instalaciones turísticas o afluencia excesiva de turistas en el medio ambiente.
- Desarrollo de instalaciones a pequeña escala en emplazamientos ambientalmente adecuados, con estilo local de diseño, uso de materiales locales, sistemas de ahorro de energía, y adecuada eliminación de residuos. Se debe crear un centro de visitantes con información visual sobre el sitio y las técnicas de conservación pertinentes.
- Elaboración y divulgación de un código de ecoturismo para el comportamiento de turistas y operadores; seguimiento del cumplimiento de estos códigos.
- Guías bien formados que informen con precisión a los turistas sobre biodiversidad biológica y técnicas de conservación, y que practiquen buenas medidas de conservación durante las giras.
- Integración de las comunidades locales en el desarrollo turístico, ofreciéndoles puestos de trabajo y venta derivada del turismo; posible organización de giras

por pueblos; información a los turistas sobre las culturas locales, incluidas sus actividades económicas y cómo mostrar respeto a sus tradiciones culturales.

2.1.1.3. DIMENSIONES DEL DESARROLLO SUSTENTABLE

Según Hart (1998), la sustentabilidad se relaciona con la calidad de vida de una comunidad, toda vez que los sistemas económicos, sociales y ambientales que constituyen la comunidad también contribuyan a mantener un nivel significativo de salud y capacidad productiva para los habitantes tanto presentes como futuros (Citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.106).

[...] La economía se halla dentro de la sociedad, dado que todas las partes de la economía humana requieren de la interacción entre toda la gente. Sin embargo, la sociedad es algo más que economía; es también amigos, familias, música, arte, religión y valores que son elementos importantes de la sociedad. La sociedad actual existe totalmente dentro del medio ambiente. Nuestros requerimientos básicos — aire, alimentos y agua—vienen del medio ambiente, así como la energía y las materias primas para los hogares, el transporte y los productos de los cuales dependemos (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.106).



Fuente: Díaz, R., & Escárcega, S. (2009, p.109).

Figura 2. Dimensiones del concepto de sustentabilidad

Dimensión económica

La dimensión económica del desarrollo sustentable se centra en mantener el proceso de desarrollo económico por vías óptimas hacia la maximización del bienestar humano, teniendo en cuenta las restricciones impuestas por la disponibilidad del capital natural (Priego, 2003). [...]. (Citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.109).

Dimensión social

La dimensión social del desarrollo sustentable consiste en reconocer el derecho a un acceso equitativo a los bienes comunes para todos los seres humanos, en términos intrageneracionales e intergeneracionales, tanto entre géneros como entre culturas. La dimensión social no solo se refiere a la distribución espacial y etaria de la población, sino que remite, de manera especial, al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establecen en cualquier sociedad y que tienen como base la religión, la ética y la propia cultura. Asimismo, esta dimensión tiene como referente obligatorio a la población, y presta especial atención a sus formas de

organización y de participación en la toma de decisiones. También se refiere a las interacciones entre la sociedad civil y el sector público (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.110).

Dimensión ambiental

Esta dimensión surge del postulado que afirma que el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente. En esta dimensión se presta especial atención a la biodiversidad y, principalmente, a los recursos como el suelo, el agua y la cobertura vegetal (bosque), que son los factores que en un plazo menor determinan la capacidad productiva de determinados espacios (Sepúlveda, et al., 1998). (Citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.110).

En términos ecológicos, el desarrollo sustentable supone que la economía sea circular, que se produzca un cierre de los ciclos, tratando de imitar a la naturaleza. Es decir, los sistemas productivos son diseñados para utilizar únicamente recursos y energías renovables, para no producir residuos, ya que éstos vuelven a la naturaleza o se convierten en input de otro producto manufacturado. Este modelo opera considerando el ciclo vital del producto completo, desde su extracción hasta la disposición final del residuo cuando su vida útil termina. Este intervalo se divide en tres etapas: la primera consiste en aplicar el principio de “quien contamina paga” a la hora de fijar los precios. La segunda es la elección informada del consumidor mediante el etiquetado, y la tercera se refiere al diseño ecológico del producto, para lo cual se aplican las herramientas Inventarios del Ciclo de Vida (ICV) y el Análisis del Ciclo de Vida (ACV) (Artaraz, 2002). (citado en Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.110).

2.1.1.4. BENEFICIOS Y DESVENTAJAS DEL ECOTURISMO

Según Rebollo, N. (2012, p.27), el ecoturismo tiene como objetivo lograr la preservación y mantenimiento de ecosistemas naturales; el turismo juega su papel como proveedor de derrama económica que beneficia directamente a los pobladores locales. La comunidad proveerá de sus conocimientos y servicios a los turistas y serán beneficiados económicamente. Algunos beneficios del ecoturismo indican que:

- El ecoturismo provee de empleos e ingresos a la población local.
- Provee educación ambiental a los turistas.
- Crea fondos para compra e insumos para mejoramiento y protección de áreas naturales. Esto es benéfico para atraer el turismo a futuro.
- Motiva a la preservación del medio ambiente y a la creación de nuevos o más grandes parques nacionales, reserva de biosferas, preservación de bosques, de áreas de recreación, de playas y atracciones naturales.

El ecoturismo a pesar de sus ventajas también tiene el poder de destruir los destinos turísticos cuando utiliza a los pobladores de la comunidad como mano de obra barata, destruye la vegetación, flora y fauna de la localidad, provoca sobrepoblación debido a la esperanza de personas ajenas a localidad de obtener una fuente de empleo en el turismo, y que acarrea como consecuencia problemas de vivienda. Cuando no existe una previa planeación del sitio turístico y se usan los recursos sin límites, se crea una degradación de los ecosistemas y recursos naturales, culturales y biológicos del centro ecoturístico (Rebollo, N., 2012, p.29).

En poblaciones rurales de baja densidad poblacional, es donde se encuentran los destinos ecoturísticos. La mayor parte de esta población rural depende del uso del

medio ambiente natural para su supervivencia. La introducción del turismo, representa el peligro de que esa actividad consuma los recursos (Rebollo, N., 2012, p.29).

Las comunidades que pueden ofrecer sitios para el desarrollo del ecoturismo, son aquellas que no cuentan con uso de tecnología y que por lo general son áreas rurales que precisamente permiten que el sitio sea aun natural. Las sociedades de estas comunidades han vivido bajo sus propias regulaciones y estilos de vida, cuando se integran conceptos tecnológicos, se pierde la cultura y el estilo de vida original de las comunidades anfitrionas (Rebollo, N., 2012, p.30).

El turismo es una multifacética industria muy laboriosa de controlar. Lo que se inició como un planeado destino ecoturístico puede convertirse en una zona demasiado popular y por lo tanto exceder sus límites de capacidad de carga turística. Para prevenir estos daños es necesario practicar los lineamientos básicos del ecoturismo sustentable (Rebollo, N., 2012, p.30).

La integración de los turistas y locales a espacios de invaluable sistema ecológico, crea efectos negativos en la flora y fauna de las reservas naturales y forestales. Los animales al estar en su hábitat natural y entrar en contacto con humanos que interrumpen su forma de vida en su habitat, estan amenazados porque ya no están en plena libertad (Rebollo, N., 2012, pp.30-31).

Además, la destrucción de áreas verdes para construir infraestructura turística genera una contaminación creciente.

Rebollo, N., (2012, p.31), indica que se pueden enlistar las siguientes desventajas del ecoturismo:

- Los empleos que producen derrama económica, son por temporadas. Si la población depende económicamente solo del turismo, tendrá meses donde no podrá subsistir. Así que el ecoturismo no puede mantener la economía estable.
- Las poblaciones donde se desarrolla el ecoturismo no cuentan con la infraestructura turística necesaria, lo que provocara gastos que podrán ser recuperados a largo plazo, o bien tener precios muy altos en sus primeras etapas.
- Los sitios ecoturísticos tienen una capacidad de carga limitada, al ser reservas naturales. Es muy fácil sobrepasar la capacidad de carga, lo cual provoca daños al medio ambiente.
- Los desechos en exceso provocados por los turistas son arrojados al medio ambiente, creando contaminación.

2.1.2. DESARROLLO DEL TURISMO

La palabra turismo viene de las voces latinas *tour* y *torn*, las cuales significan tornar. Etimológicamente, turismo se deriva de la palabra latina *tornus*, que indica la acción de movimiento y retorno. El hecho turístico moderno tiene que ver con la aparición del tiempo de ocio a partir de la revolución industrial, en la que comenzó a separarse el trabajo del no trabajo. En el ocio, se debe tener presente dos aspectos: el de fuera de obligaciones, y el asociado a una actividad libremente elegida de carácter satisfactorio. Según Dumanzedier, en su obra “Hacia una civilización del ocio” (1968), este debe contar con tres aspectos principales (Jiménez, L., & Jiménez, W., (2013, p.2):

- Libertad: se refiere a las actividades realizadas por las personas en su tiempo libre, porque así lo desean y no porque alguien se lo imponga.
- Desinterés: no se persigue el lucro.
- Diversión: satisfacción personal.

El término turismo aparece por primera vez en el Shorter Oxford English Dictionary, en el año 1800 (Fernández Fuster, citado por Díaz (1988) Álvarez [...]). (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.7).

Por su parte Molina, S., & Rodríguez, S. (2005, p.10), indican que los primeros esfuerzos por definir al turismo datan de la década de los treinta. El elemento gravitante se circunscribía al desplazamiento, al viaje efectuado por los turistas. Así, el turismo se entendía por el desplazamiento de los turistas, que reunía ciertas características específicas en cuanto a duración y motivación. En torno a tales conceptos se estructuraron diferentes definiciones que presentaban escasas variantes, las cuales a su vez incidieron en la determinación de un modelo

tradicional interesado en los servicios de transportación, de alojamiento y de alimentación.

En este marco, Hunziker y Krapf elaboraron una definición, que ahora es clásica: turismo es el conjunto de las relaciones y los fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal (citado en Molina, S., & Rodríguez, S., 2005, p.10).

Benscheidt afirmaba: el turismo es el conjunto de relaciones pacíficas y esporádicas que resultan del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los naturales de este lugar (citado en Molina, S., & Rodríguez, S., 2005, p.10).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como “el conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar determinados desplazamientos de personas seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa.” (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.4).

“Según Rejowski (1996), los primeros trabajos sobre investigación turística se registraron en 1870, convirtiéndose en las bases para la investigación científica. Pero fue después de la Segunda Guerra Mundial cuando la investigación turística alcanzó su mayor desarrollo, particularmente en las décadas de los años sesenta y setenta (Guzmán y Fernández 2002). (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.2).

El turismo, como ciencia multidisciplinaria, ha permitido que la producción científica de su área, al ser alimentada desde las diferentes ciencias y disciplinas, crezca considerablemente incorporando con gran rapidez las nuevas tecnologías según las previsiones para los próximos 20 años de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Esto se debe a que hoy el turismo se ha convertido en uno de los motores de mayor desarrollo en la economía mundial. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.2)

Ramírez Castellano (1988) expresa que para el turismo, siendo una actividad en la que el protagonista es el hombre, se considera que la definición depende del punto de vista de la persona y del nivel cultural. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.3).

Para Arrillaga (1962), “Turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar”. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.3)

En el año 2001, el licenciado en turismo Rondón, de la Universidad Privada de Tacna, Perú, definió el turismo como una ciencia: “la Turismología”, de la cual expresa que es una ciencia social de carácter fáctico, dado por un proceso ordenado, que incluye distintas acciones de motivación, desplazamiento y uso del espacio turístico, la planta que lo soporta, su estructura y súper estructura, por parte del *homos turisticus*. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.4).

Dachary (2009) define el turismo como “una compleja actividad que ha ido cambiando acorde al desarrollo general de los sistemas mundiales, tanto capitalista

o en su momento el socialismo de estado, hasta transformarse hoy en la era de la globalización o del capitalismo hegemónico, base de la denominada era postindustrial, en uno de sus pilares económicos e ideológicos, al consolidar la industria del ocio, en la hoy reinante sociedad del espectáculo”. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.5).

Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013, p.6), infieren que el turismo es “un hecho social, económico, espacial, medioambiental y culturalmente responsable, de científicidad multidisciplinaria, desarrollado sistémicamente, bajo los principios de la sostenibilidad y la nueva economía digital”.

El turismo se ha visto beneficiado de la situación de mayor desarrollo de numerosos países y de la mejora en el nivel de renta de numerosos ciudadanos. Las facilidades del transporte, el incremento de la renta y las mejores condiciones de trabajo han hecho posible el crecimiento del turismo mundial. Pero la actividad del turismo ha contribuido de manera importante al desarrollo económico de ciudades, regiones y países[...]. Quizá sea el turismo uno de los campos donde se puede apreciar de manera más clara la confrontación entre las necesidades y los medios para satisfacerlas. Cuando viajamos por turismo descubrimos nuevos productos que despiertan nuestro interés, pero que en muchos casos no podemos adquirir debido a los limitados recursos monetarios que poseemos. También es frecuente que el tiempo de que disponemos sea el recurso más escaso cuando lo enfrentamos a las muchas posibilidades que los destinos turísticos nos ofrecen. Esa tensión entre lo que deseamos para satisfacer nuestras necesidades y lo que realmente podemos realizar con los medios de los que disponemos está presente en numerosas actividades humanas, y es la razón última de la existencia de la Economía. Castejón, R., et al. (2009, pp.4-5)

Fases en la teoría del turismo

Tomando como parámetro la teoría de los paradigmas científicos elaborada por Thomas S. Kuhn, se encuentran tres grupos básicos de autores que tratan de explicar en teoría el turismo. Estos autores no niegan del todo las teorías anteriores, por el contrario, muchas veces logran avances en las teorías propuestas por sus antecesores. Además, la "línea" divisoria entre una y otra propuesta es tan tenue que resulta complicado y problemático clasificar cada una de ellas, ya que muchas veces un autor puede encontrarse en una zona de transición entre un grupo y otro, como es el caso de Krippendorf, quien, partiendo del sistemismo, continúa hacia una propuesta más social del turismo, o el caso de Molina, que en sus estudios transita por el campo del sistemismo o por el de la fenomenología (Panosso, A., 2008, pp.36-37).

Al primer grupo de autores se le ha identificado como pre-paradigmático, debido a que fueron los primeros en proponer un análisis teórico del turismo que sirvió para que otros investigadores avanzaran en sus investigaciones. Los nombres más prominentes en este grupo son Luis Fernández Fuster, Walter Hunziker, K. Krapf, A. J. Burkart y S. Medlik. Esta fase se identifica como pre-paradigmática porque estos estudiosos no lograron crear una escuela de pensamiento en torno a las propuestas teóricas creadas; esto no significa que no hayan tenido validez en su época, sino que se considera que sus propuestas, a pesar de innovadoras, necesitaban un análisis más profundo para poder comprobarse. Entre las fases pre-paradigmática y paradigmática existe un área de teorías de transición, ahí se encuentran autores como Salah-Eldin Abdel Wahab y Raymundo Cuervo, quienes propusieron que el turismo debía analizarse tomando como base la teoría general de sistemas (Panosso, A., 2008, p.37).

El segundo grupo de autores fue el que creó el paradigma para los estudios turísticos, que es el paradigma-sistema de turismo. Algunos de sus representantes más prominentes son Neil Leiper, Mario Carlos Beni, Alberto Sessa y Roberto Boullón. El sistema de turismo se considera un paradigma en los estudios turísticos por la gran difusión, alcance y utilización que tiene la visión sistémica en los estudios en esta área, y es sin duda a la fecha la teoría que explica mejor la dinámica del turismo, a pesar de contener aún elementos que dificultan la comprensión (Panosso, A., 2008, p.37).

Después de la teoría de sistemas se encuentra el área de transición de los autores que se sitúan entre la segunda y tercera fases. Esta área está formada por varios autores (como Alfonso de Jesús Jiménez Martínez, Jost Krippendorf y Sergio Molina), que aun cuando fundamentan sus principales estudios en la teoría general de sistemas, muestran ya en sus trabajos propuestas más avanzadas que casi se configuran como planteamientos nuevos sobre el turismo. No se les considera como pertenecientes a la fase nuevos enfoques, ya que aún se basan en la teoría general de sistemas; pero a pesar de ello, están en la búsqueda de nuevos elementos explicativos del turismo. A la tercera fase teórica se le llama nuevos enfoques. Se diferencia de las dos primeras porque propone análisis diversificados e innovadores del turismo. Algunos autores de esta fase proponen esquemas e interpretaciones que pretenden superar el paradigma-sistema de turismo, ya sea por medio de la reformulación de la teoría general de sistemas aplicada al turismo, o del intento de recolocar al hombre en el centro de la discusión del turismo. Este grupo está formado por autores como Jafar Jafari, John Tribe y Marcelino Castillo Nechar (Panosso, A., 2008, p.37-38).

2.1.2.1. LA ECONOMÍA Y TURISMO

La Economía se puede definir como “La ciencia que se ocupa de la manera en que se administran unos recursos que son escasos, con objeto de producir bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre los miembros de una sociedad”. Castejón, R., et al. (2009, p.5).

Castejón, R., et al. (2009, p.17). El mundo del turismo es hoy una realidad en la que confluyen numerosos aspectos. Desde la riqueza del patrimonio cultural de los países con mayor demanda turística, hasta las condiciones climáticas o gastronómicas que actúan como atractivo para los visitantes. Pero este sector no tendría la importancia y el interés que hoy suscita entre las empresas y los gobiernos de numerosos países si no fuera un sector fundamental para la economía. El turismo es una actividad que tiene una estrecha relación con la Economía, no sólo porque al ser una actividad productiva y generadora de riqueza está inmersa en los principios y postulados económicos, sino también porque su propio desarrollo está ligado a la evolución económica general. El primer aspecto lo enfrenta a las condiciones en las que se realiza la oferta turística. El segundo se relaciona con los aspectos de la demanda que se realiza en el sector.

La dotación de factores necesarios para una adecuada oferta turística: recursos naturales, trabajo, capital e iniciativa empresarial determinan la capacidad para generar los bienes y servicios turísticos en los mercados internacionales.

Unos mercados cada vez más globalizados y con mayores niveles de competencia, por ello, las condiciones en las que se realizan las ofertas de bienes y servicios para el turismo tienen que ajustarse a la exigencia de precio y calidad que exigen dichos mercados.

Las condiciones de trabajo y los niveles de renta son las variables que mayor incidencia tienen en la demanda de turismo. Las mejoras de las condiciones laborales y, en especial, el aumento de las jornadas de ocio, junto al crecimiento de la renta familiar disponible, han permitido el crecimiento del número de turistas en las últimas décadas.

Estudiar las relaciones entre la economía y el turismo admite diferentes enfoques. El turismo ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como: «la actividad realizada por las personas al desplazarse por diferentes motivos fuera de su lugar habitual de residencia por un período superior a 24 horas e inferior a un año». Esta definición del turismo comprende tanto el turismo interior, realizado dentro del mismo país, como el turismo exterior que implica un desplazamiento fuera del propio país. Diferencia el turismo del excursionismo, al exigir el requisito de pernoctar al menos una noche fuera del domicilio habitual y engloba cualquier otro tipo de turismo como el turismo de vacaciones, de negocio, cultural, ecológico, etc. (Castejón, R., et al., 2009, p.18).

OMT “El turismo es la actividad que realizan las personas cuando se desplazan por diferentes motivos fuera de su domicilio habitual más de un día y menos de un año” (Castejón, R., et al., 2009, p.18).

En el análisis del turismo se incluyen numerosos elementos como:

- El transporte o desplazamiento del lugar de origen.
- Las motivaciones de dicho desplazamiento.
- Las necesidades que tratan de satisfacer los individuos con el turismo.
- Las relaciones entre las empresas que ofrecen determinados servicios y las necesidades de la demanda que realiza el turista.

- La interacción entre los turistas y los habitantes que residen habitualmente en los lugares a donde se desplaza el turista.
- Los posibles problemas del idioma cuando el turista procede de un país con diferente lengua.
- El impacto del turismo sobre el medio ambiente.
- Las posibles necesidades de controles administrativos o sanitarios por parte de las autoridades del lugar.
- La obtención de ingresos en monedas diferentes en los lugares receptores de turismo internacional.
- Otros

El turismo como actividad tiene una componente económica importante y por tanto el conocimiento de los principios y reglas de la Economía es una buena forma de acercarse al estudio del turismo. Dos son las vías por las que el turismo se relaciona con la Economía: la primera, a través de la propia actividad turística al tener que afrontar los retos económicos propios de su actividad; la segunda, con el entorno económico donde se desarrolla la actividad turística. En este último aspecto la situación económica general, las condiciones del mercado de divisas o las subidas de los precios pueden condicionar el desarrollo turístico de un país. (Castejón, R., et al., 2009, pp.19-20).

En las actividades turísticas relacionadas con la economía, participan numerosas personas e instituciones; todas se enfrentan a algún tipo de problema económico o en la mayoría de los casos a varios. Las familias son los grandes actores en la demanda de productos turísticos. Con los ingresos que obtienen por sus trabajos o rentas deciden la parte que pueden dedicar al turismo [...] (Castejón, R., et al., 2009, p.23).

El turismo es necesario para la captación de divisas para el comercio y el desarrollo del país; por lo tanto, tiene una función muy importante como impulsor económico de un Estado. El aumento del turismo es altamente dependiente de inversiones públicas, las cuales se complementan con capital privado para responder rápidamente a las cambiantes necesidades del consumidor (Kotler, P., et al., 2011, p.658).

El sistema turístico desde una perspectiva económica: este sistema tiene como base, según Boullón (1978), la conceptualización del turismo como una actividad económica basada en la oferta y la demanda de recursos turísticos donde está presente el modelo orgánico de retroalimentación. Al sistema lo conforman cinco elementos: demanda, oferta, planta turística, supraestructura y producto turístico. (Citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, pp.43-44).

- Demanda: alude a la necesidad de los consumidores (turistas) que requieren el producto turístico compuesto por la oferta, la supraestructura, la planta turística y el producto turístico.
- Oferta: está conformada por los bienes y servicios que se colocan en el mercado turístico para satisfacer la demanda de los turistas.
- Planta turística: la constituye todo el equipamiento (instalaciones endógenas del sistema) e infraestructura endógena y exógena necesaria para cumplir con la demanda requerida por los turistas.
- Supraestructura: es un subsistema que conlleva la acción de organismos públicos y/o particulares para el fomento, control y apoyo financiero de la actividad turística, atractivo que corresponde al recurso que motiva la actividad turística, el cual puede ser de carácter natural en relación a un paisaje o cultural en relación a las manifestaciones de la cultura.

- Producto turístico: es el resultado total de la oferta, la planta turística, la infraestructura y el atractivo turístico, objeto de consumo de los turistas (Boullón, 1978).

Efecto Multiplicador

El efecto multiplicador es considerado uno de los principales impactos económicos del turismo, debido a que funciona como una cadena a través de la cual se distribuye el dinero: primero entre las empresas y los trabajadores del turismo; después entre las empresas y trabajadores de otros sectores que tienen relación con el turismo y, por último, entre los sectores que no tienen ninguna relación con el turismo, en forma del gasto de los trabajadores del turismo en la economía local. En síntesis: es la circulación que el dinero gastado en el turismo tiene dentro del sector económico dentro de un determinado lugar (Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.139).

De manera más didáctica, puede decirse que el efecto multiplicador del turismo es la cuantificación de la producción que es consecuencia de un incremento en los gastos en turismo, es decir, el incremento que genera en la economía una inversión en el turismo. Este no es un concepto exclusivo del turismo, sino también es utilizado en otras actividades económicas. No se trata de una simple cuantificación de lo que gastan los turistas, sino de la suma de todas las inversiones y gastos hechos en el turismo y del efecto “cascada” que esto genera en la economía (Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.139).

Agentes económicos

Las familias (también denominadas economías domésticas), las empresas y el sector público:

Las economías domésticas están compuestas por las personas, que pueden vivir solas o en familia, y también por las agrupaciones culturales o deportivas que no tengan ánimo de lucro y cuyo fin sea el de maximizar la satisfacción de sus necesidades mediante el consumo de bienes y servicios. Entre estos bienes y servicios que consumen se encuentran un conjunto de bienes que les permiten realizar las actividades turísticas (Castejón, R., et al., 2009, p. 25).

Otro agente económico son las empresas. Éstas son las encargadas de transformar los factores productivos en bienes y servicios, para ofrecerlos a los otros agentes económicos y de esta forma conseguir unos beneficios lo más altos posible. Para poder elaborar los bienes y servicios, necesitan recursos naturales, trabajo y capital, es decir, lo que hemos denominado factores productivos. (Castejón, R., et al., 2009, p. 25).

El sector público es un agente económico cuyo objetivo es maximizar el bienestar de la sociedad. Realiza funciones similares a las de las economías domésticas y las empresas y, además, puede actuar en el mercado, comprando o vendiendo bienes y servicios, regula la actividad económica y fija el marco de actuación de la economía (Castejón, R., et al., 2009, p. 26).

El sector exterior [...] cuarto agente económico está constituido por un conjunto en el que están incluidas las familias, las empresas y el sector público de otros países cuyas diferencias con el que consideramos varían en cuanto a la legislación, estilos de vida, hábitos, monedas, etc. El sector exterior juega un papel fundamental en el sector turístico. La importancia del sector exterior se acentúa con lo que se ha venido a denominar la globalización económica, que es el más claro exponente de la creciente interdependencia de las economías (Castejón, R., et al., 2009, pp. 45-46).

El flujo de la actividad económica y el turismo

En el sector turístico las relaciones con el resto del mundo son una consecuencia directa del flujo de visitantes [...] (Castejón, R., et al., 2009, p.46).

Las relaciones entre los agentes económicos [...] tienen algunas peculiaridades cuando las aplicamos al mundo del turismo. En primer lugar, la definición de turismo implica la necesidad de trasladarse fuera del domicilio habitual por un período superior a 24 horas, y en segundo lugar, lleva implícito que la adquisición de bienes y servicios turísticos se realiza en el lugar de destino; mientras que las rentas que nos permiten adquirir dichos bienes se realizan en el lugar de origen. Las consecuencias económicas de esta doble característica (renta en origen y gasto en destino) es diferente si nos referimos al turismo nacional o al turismo extranjero. En el caso del turismo nacional, el origen y el destino está en el mismo país, aunque pueda proceder de lugares diferentes, mientras que cuando nos referimos al turismo extranjero, el país de origen del turista es diferente del país de destino. En ocasiones, cuando hacemos turismo, la renta se genera en un lugar y la adquisición de los bienes y servicios en otros (Castejón, R., et al., 2009, p.58).

Sector económico del turismo

Castejón, R., et al. (2009, p.58). Las actividades económicas se pueden clasificar por sectores. El turismo pertenece al sector terciario o de servicios. La clasificación más tradicional diferencia entre:

1. Sector primario, que agrupa las actividades que tienen relación directa con la naturaleza (agricultura, pesca, silvicultura y minería).
2. Sector secundario o industrial, que recoge las diferentes actividades fabriles y que engloba la construcción; aunque por su importancia en la economía ésta suele contabilizarse de forma independiente.

3. Sector terciario o de servicios, que comprende las actividades de servicios que no se plasman en la producción de bienes materiales y que no están incluidas en los dos grupos anteriores (comercio, cultura, turismo, etc.).

Según Cárdenas, F. (2006, p.18), indica que, en resumen, se dice que el turismo pertenece al sector terciario, aunque tiene gran incidencia en los sectores primario y secundario. En realidad, si tomamos en cuenta el factor multiplicador de la economía el estímulo es aún superior. Por ejemplo, cuando un grupo de turistas participa en excursiones se requiere dotar de aceite y gasolina a los autobuses, y en algunas ocasiones cambiarles los neumáticos. Con estos consumos se están beneficiando el comercio, la industria y el sector minería. En otros términos. se incide en los sectores primario, secundario y terciario de la economía.

2.1.2.2. DEMANDA TURÍSTICA

Se define la demanda como la cantidad de un bien o servicio que se desea adquirir a distintos precios (Castejón, R., et al., 2009, p.71).

Llamamos demanda turística a la cantidad de turismo que las economías domésticas o turistas desean adquirir o comprar para satisfacer su necesidad de hacer turismo, a los distintos precios de éste (Castejón, R., et al., 2009, p.71).

Por su parte Boullón, R. (2006, p.32) indica que la demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

Es importante resaltar que lo que se debe entender por demanda turística no son las cantidades de turismo que realmente compran las familias sino lo que están dispuestas a comprar a distintos precios (Castejón, R., et al., 2009, p.71).

La demanda del mercado expresa las cantidades totales que los consumidores desean y pueden comprar de un bien o servicio a distintos precios, y se obtiene de la suma del conjunto de las demandas individuales (Castejón, R., et al., 2009, P.80).

La función de la demanda turística

La función de demanda es la relación matemática que muestra que la cantidad demandada de un bien está relacionada con el precio de dicho bien, el precio de los bienes relacionados, la renta, los gustos y otros factores (Castejón, R., et al., 2009, P.72).

La demanda de un bien como el turismo no sólo depende del precio del mismo, existen muchos otros factores que influyen en la mayor o menor demanda de

turismo, entre ellos cabe destacar: la renta o ingresos de los consumidores (R), el precio de los bienes relacionados (P_y), los gustos o preferencias (G), y otros factores tales como el tiempo disponible, la moda, las características climatológicas, etc., (O). De forma que si recogemos la relación que existe entre la demanda de un bien y todos los factores que influyen en la misma en una función matemática, obtenemos la función de demanda. Su expresión matemática es como sigue:

$$D_x = f(P_x, R, P_y, G, O)$$

Esta función explica cómo varía la cantidad demandada de un bien cuando se altera alguno de los factores que determinan la función. (Castejón, R., et al., 2009, p. 72)

“La ley de la demanda dice que cuanto mayor sea el precio de un bien, menor será la cantidad demandada del mismo, y viceversa” (Castejón, R., et al., 2009, p. 71).

Cuando nos referimos a la demanda de bienes turísticos, los consumidores deben trasladarse físicamente a los lugares donde se realiza la producción del conjunto de bienes que integra el turismo. Por este motivo, las variables generales que influyen en la función de la demanda tienen algunas características adicionales que debemos considerar (Castejón, R., et al., 2009, p.30).

La más importante es la diferencia entre las variables económicas en el lugar de origen del turista y las que se producen en el lugar de destino. Así, la renta o los gustos vienen determinados por el lugar de origen, mientras que los precios de los bienes turísticos o de otros bienes que el consumidor puede adquirir están relacionados con el lugar de destino. Estas diferencias, por razón del origen y del destino, entre variables que afectan de forma directa a la demanda que realizan los consumidores de turismo, también incluyen otras que pueden afectar de forma

indirecta a la demanda turística, como la regulación sobre las cantidades de dinero que los turistas pueden sacar de su país o las condiciones que los lugares de recepción de turismo imponen a los que desean visitar el país (necesidad de visados, cantidad mínima de dinero, etc.) (Castejón, R., et al., 2009, p.30).

La principal consecuencia de esta dualidad en las variables que afectan a la demanda de turismo es la interacción de los mercados turísticos con las economías de los diferentes países. En otras palabras podemos decir que las condiciones de los países de destino actúan como atractivos de la demanda mientras que las de los países de origen afectan a las restricciones de la misma. Por este motivo es frecuente que una mejora en las variables como la renta o un tipo de cambio de la moneda más favorables en el país de origen elimine algunas de las restricciones y aumente la demanda de turismo en los países de destino. También una peor situación en los países de destino, como por ejemplo una subida en los precios de los hoteles o la inseguridad ciudadana, reduce el atractivo para la demanda de los turistas que lo visitan (Castejón, R., et al., 2009, pp.30-31).

Cantidad demandada y demanda

[...] No es lo mismo hablar de cantidad demandada de un bien que de su demanda. La demanda expresa las cantidades de un bien que los consumidores desean comprar a los distintos precios de éste. Esta demanda está definida para unas determinadas especificaciones del resto de los factores. Matemáticamente, se expresa en una función de demanda que, ceteris paribus, relaciona precios y cantidades demandadas, $D_x = f(P_x)$, y gráficamente se observa en una curva de demanda. Si varía el precio del bien que estudiamos, varía la cantidad demandada del mismo y nos movemos a lo largo de la curva de demanda. [...] Alteraciones en

la cantidad demandada se reflejan en movimientos a lo largo de la curva de demanda (Castejón, R., et al., 2009, p.78).

La restricción presupuestaria y las posibilidades de gasto de los consumidores:

el objetivo de esta [...] es establecer las bases necesarias para poder analizar el comportamiento de un consumidor típico que, con unas preferencias definidas sobre los distintos bienes y servicios turísticos ofrecidos por las empresas, acude al mercado con el fin de adquirir aquellos que le proporcione una mayor satisfacción, teniendo en cuenta, por una parte, la renta que dispone para gastar en estos bienes, y por otra, los precios de los mismos (Gonzáles, J., Lorenzo, M., Vega, J., & Osuna, R., 2011, p.5).

El poder de compra en términos de un bien es la cantidad máxima que el individuo puede consumir de dicho bien, dados su propio precio y la renta monetaria disponible para el gasto (Gonzáles, J., et al., 2011, p.7).

2.1.2.3. OFERTA TURÍSTICA

“Se define la oferta como la cantidad de un bien o servicio que se desea ofrecer a distintos precios.” (Castejón, R., et al., 2009, p.81).

“La oferta turística expresa las cantidades que los vendedores de producto turístico están dispuestos a ofrecer a distintos precios.” (Castejón, R., et al., 2009, p.81).

Boullón, R. (2006, pp.36-37) la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor.

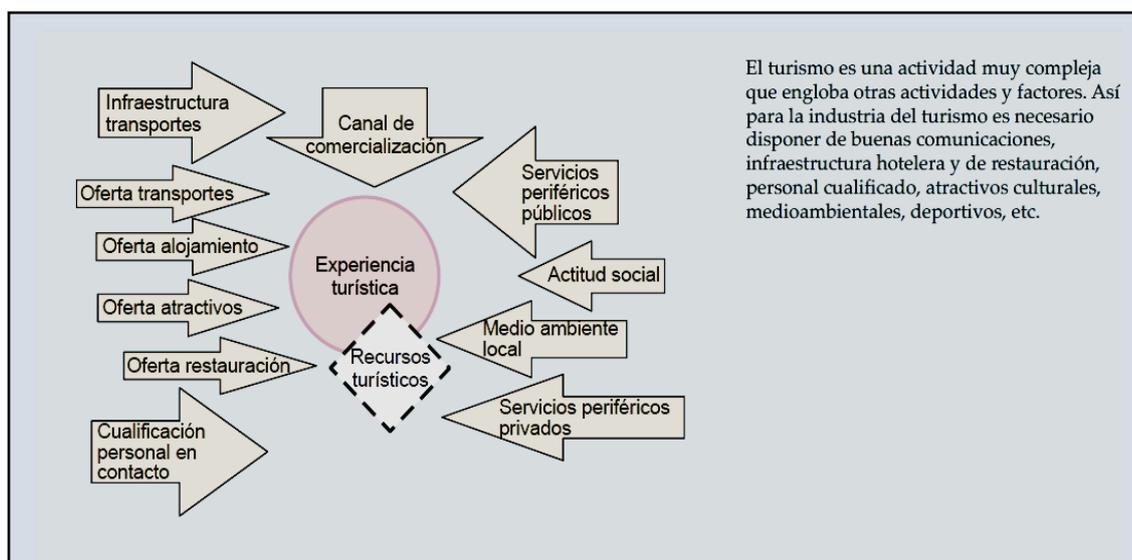
Mientras que la demanda de un bien refleja los deseos de los consumidores o compradores, la oferta expresa el comportamiento de los vendedores. Para que los consumidores puedan comprar bienes y servicios, alguien tiene que ofrecerlos y venderlos. En Economía, el agente económico encargado de producir los bienes y los servicios es la empresa, que también reciben el nombre de productor y oferente (Castejón, R., et al., 2009, p.81). La ley de la oferta expresa la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida. La oferta del mercado es la suma de las ofertas individuales. (Castejón, R., et al., 2009, p.82)

La función de oferta y la curva de oferta

(Castejón, R., et al., 2009, p.82). Como en el caso de la demanda, la oferta de un bien como el turismo no sólo depende del precio del mismo sino también de otras variables tales como el coste de los factores productivos (Pfp), la tecnología (T), el precio de otros bienes relacionados con el turismo (Pbr), y otros factores tales como las condiciones climatológicas, políticas (O), etc. [...] la función matemática de oferta es como sigue:

$$O_x = f(P_x, P_{fp}, T, P_{br}, O)$$

Esta función explica cómo varía la cantidad ofrecida de un bien cuando cambia alguno de los factores que la definen (Castejón, R., et al., 2009, p.83).



Fuente: (Castejón, R., et al., 2009, p.83).

Figura 3. Los componentes del producto turístico global

Cantidad ofrecida y oferta

El análisis de la oferta es similar al de la demanda. La oferta expresa la relación entre el precio y la cantidad ofrecida, mientras que el resto de los factores que afectan a la oferta (la tecnología, el precio de los factores productivos, el precio de otros bienes, etc.) permanecen constantes, es decir, realizamos el supuesto *ceteris paribus*. (Castejón, R., et al., 2009, p.85).

Tampoco es lo mismo hablar de cantidad ofrecida de un bien que de oferta del mismo. La oferta expresa las cantidades de un bien que los oferentes desean poner a la venta a los distintos precios de éste. Esta oferta está definida para unas determinadas especificaciones del resto de los factores. Matemáticamente, se expresa en una función de oferta que, *ceteris paribus*, relaciona precios y cantidades ofrecidas. (Castejón, R., et al., 2009, pp.85-86).

2.1.2.4. EL MERCADO Y LOS MERCADOS TURÍSTICOS

Un mercado no tiene por qué ser un lugar físico de encuentro entre compradores y vendedores de un bien. Hablamos de mercado cuando se ponen en contacto las fuerzas de la oferta y la demanda. En realidad, para un mismo bien o servicio pueden existir diferentes mercados aunque éstos cuenten con algún grado de integración (Castejón, R., et al., 2009, p.39).

“El mercado es el medio que permite la interacción entre demandantes y oferentes.”

[...] existen una cantidad y un precio compatibles para oferentes y demandantes. Es a lo que denominamos cantidad y precio de equilibrio. Uno de los gráficos más típicos de Economía es el del mercado, que representa los deseos de compra (demanda) y los deseos de venta (oferta) de un determinado bien o servicio. (Castejón, R., et al., 2009, p.39).

Fernandes y Coelho (2002, p.69) [...] el mercado turístico se basa en la eterna confrontación entre la demanda, los consumidores, en este caso los turistas, y los productores o vendedores de productos y servicios turísticos, en este caso empresas hoteleras, agencias de viaje, empresas organizadoras de eventos, empresas del área del entretenimiento, del transporte, de la gastronomía, etc. (citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.111).

Debido a sus características para facilitar su comprensión, el estudio del mercado turístico se ha dividido en dos partes (Cooper et al., 2001; Lage y Milone, 2001), que se explican a continuación (citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.111):

1. La primera es el mercado turístico directo, que ofrece servicios y bienes relacionados específicamente con el turista y con el turismo, por ejemplo, los

paquetes turísticos, visitas a museos, recorridos turísticos, *city tours*. Las empresas que ofrecen estos bienes y servicios difícilmente sobrevivirán sin el turismo.

2. La segunda es el mercado turístico indirecto, en el que se producen y ofrecen servicios y bienes destinados a todo público, no sólo a los turistas o al turismo, por ejemplo, restaurantes, líneas de autobuses locales y taxis. Las empresas que ofrecen estos bienes y servicios ciertamente sobrevivirán aun cuando la demanda turística deje de consumir sus bienes y servicios.

El espacio turístico: Al definirse el espacio turístico, deben ser incluidos los diferentes lugares que lo conforman. Así, Bertoncetto (2002) dice que la práctica turística, para constituirse como tal, necesita de “la valorización de la diferenciación de los lugares que constituyen el espacio turístico (de origen, de destino y de traslado); que, aunque son diferentes están articulados entre sí, social, material y subjetivamente”. (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.63).

El espacio turístico es el espacio geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda (Angulo, 2002). El espacio turístico, debido al desarrollo del transporte, las comunicaciones y la internet, se extiende hasta el lugar de origen del turista y su desplazamiento, hasta el destino turístico en concreto. (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.63).

El equilibrio de mercado

Castejón, R., et al. (2009, p.87). Analizados de forma aislada los dos componentes del mercado turístico, la demanda de producto turístico y la oferta de producto turístico, es preciso estudiar cómo se determinan los precios y las cantidades del bien que se intercambian en el mercado. En un mercado en equilibrio coinciden los deseos de los oferentes y demandantes.

“Si los deseos de compra y los de venta coinciden, hay equilibrio” (Castejón, R., et al., 2009, p.39).

Clasificación de los mercados turísticos

Castejón, R., et al. (2009, p.70). El mercado turístico, precisamente por la complejidad del producto que se intercambia se puede clasificar en varios tipos atendiendo a distintos criterios. Esta clasificación general nos permitirá acercarnos a un conocimiento más amplio del mercado turístico:

- Por su vigencia. Atendiendo a la existencia de mercados que no han cambiado con el tiempo los mercados pueden ser: tradicionales (propios de poblaciones elitistas), modernos (los dirigidos a la clase media) o potenciales.
- Por la demanda. Los mercados pueden ser: de tránsito (los que llegan al país porque hacen escala), de excursionismo (formado por los viajeros que llegan al lugar con el propósito de visitar una zona, pero no pernoctan), y de permanencia (formado por los que pasan al menos una noche en el lugar de llegada).
- Por el ámbito territorial. Los mercados pueden ser: locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Por el contenido. Los mercados pueden ser: directos, cuando los bienes y servicios turísticos son ofrecidos a viajeros o turistas, e indirectos, cuando los bienes o servicios turísticos son demandados por las entidades que sirven a las empresas que atienden a los turistas.
- Por las modalidades. Este criterio se refiere al tipo o motivación que impulsa al demandante a trasladarse de un sitio a otro. El mercado turístico puede ser: vacacional, de trabajo y/o negocios, de estudio, de deportes, etc.

2.1.2.5. LA ACTIVIDAD DEL SECTOR PÚBLICO Y EL TURISMO

El sector público comprende distintas instituciones y organizaciones. El sector público debe promover el bienestar económico general (Castejón, R., et al., 2009, p.41).

Castejón, R., et al. (2009, p.44). El sector público realiza un gasto para promover el turismo. La actuación del sector público en la economía de un país afecta de forma indirecta al turismo. Los programas de gasto público o el sistema de impuestos indirectos tienen su repercusión sobre las actividades del sector turístico al igual que sobre otros sectores de la economía. Sin embargo, la importancia de la actividad turística en muchos países ha llevado a actuaciones específicas del sector público con el objetivo general de incrementar la contribución del turismo a la economía nacional. En este sentido, el sector público puede transferir dinero al sector turístico mediante políticas específicas de gasto público o puede detraer dinero a través de impuestos o gravámenes que afecten directamente al turismo.

Las principales áreas del gasto público que afectan al turismo son:

- Las inversiones en infraestructuras.
- Programas de gasto en desarrollo turístico.
- Promoción turística pública.

Las inversiones en infraestructuras como carreteras, aeropuertos, suministro de electricidad, agua o telecomunicaciones no se realizan sólo para el uso de los turistas. Sin embargo, en determinadas circunstancias es posible identificar a los turistas como los principales usuarios de determinadas infraestructuras que facilitan la ocupación de determinados destinos turísticos. Los aeropuertos,

carreteras o suministros de agua son las principales inversiones que requieren el desarrollo de los destinos turísticos (Castejón, R., et al., 2009, p.45).

Cuando las autoridades públicas estatales o regionales ofrecen políticas de apoyo al desarrollo turístico suelen incurrir en determinados gastos públicos que contribuyen a la producción de bienes y servicios turísticos de la zona objeto de promoción. Entre los sistemas de apoyo al desarrollo turístico cabe establecer determinadas subvenciones o préstamos con interés reducido a las empresas que se establezcan en la zona, exención de impuestos o tasas, reducciones de pagos a la Seguridad Social para los nuevos empleos, etc. (Castejón, R., et al., 2009, p.45).

Las necesidades de promoción a nivel internacional de los destinos turísticos de un país exigen la realización de campañas publicitarias y otras tareas de promoción como ferias, guías turísticas, etc., que superan en muchos casos las posibilidades de las empresas de la zona. Por este motivo, suele ser frecuente que la mayoría de las instituciones públicas realicen actividades de promoción del turismo de su región o con carácter nacional. Estas tareas de promoción son especialmente importantes para desarrollar nuevas zonas y atraer la demanda nacional e internacional a nuevos destinos o nuevos tipos de turismo. El desarrollo de las actividades turísticas guarda relación con la posibilidad de obtener ingresos de dichas actividades por parte del sector público. (Castejón, R., et al., 2009, p.45).

2.1.2.6. BENEFICIOS Y GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Beneficios del turismo

Según Kotler, P., et al. (2011, p.692). Los beneficios más representativos del turismo son:

1. Empleo
2. Apoyo a las industrias y profesiones de apoyo.
3. Efecto multiplicador. Los desembolsos de los turistas se reinvierten en la economía.
4. Fuente de impuestos locales y nacionales.
5. Estimula la exportación de productos locales.

El beneficio más visible del turismo es el empleo directo que crea en hoteles, restaurantes, comercio y transporte. Un segundo beneficio que resulta menos visible es el apoyo a industrias y profesiones (como asesores, profesores universitarios de turismo y otros), muchas de las cuales se retribuyen considerablemente mejor que los puestos laborales que puede ofrecer un restaurante. El tercer beneficio del turismo es el efecto multiplicador, ya que los gastos del turista se invierten en la economía local para generar mayor riqueza. [...]

El cuarto beneficio lo constituyen los ingresos estatales y locales que se derivan de impuestos sobre el turismo (Kotler, P., et al., 2011, p.657).

El turismo ayuda a aliviar el peso de los impuestos, al hacer que los turistas también contribuyan. [...] Quienes critican este tipo de impuestos sostienen que este sistema impositivo afecta a individuos sin representación parlamentaria (los turistas) y al final conduce a un gasto público escasamente controlado o a que este gasto tenga poca repercusión real en la promoción del turismo y en la motivación

a viajar. Los propietarios de empresas turísticas deben asegurarse de que los impuestos sobre ocupación hotelera y otros impuestos relacionados con el turismo se apliquen realmente a la promoción y desarrollo de infraestructuras para apoyar la industria. A su vez, esto contribuye a generar más consumo en otros mercados como el de la publicidad, la planificación o la administración (Kotler, P., et al., 2011, pp.657-658).

El turismo también aporta un quinto tipo de beneficio: incentiva las exportaciones de productos autóctonos. Los cálculos de los gastos de un turista en regalos, ropa y suvenires suponen del 15 al 20% de los gastos totales. El grado de calidad alcanzado en la fabricación de estos productos en un destino turístico influye en el impacto sobre la economía local. Por ejemplo, muchos turistas que visitan México vuelven a sus países de origen con botellas de tequila, ponchos, joyería y artesanía mexicana; productos que son preferidos por su buena relación precio-calidad (Kotler, P., et al., 2011, p.658).

Los destinos, sin embargo, pueden no recibir de la misma manera a los turistas. Debido a la ubicación, el clima, los recursos limitados, la extensión territorial y la herencia cultural, algunos lugares tienen pocas alternativas económicas, además de ser destinos turísticos. El turismo receptor provoca sentimientos encontrados en algunos, y a veces contradicciones. [...] haciendo referencia a la contradicción entre la destrucción cultural y el boom económico derivado de la recepción de turistas. [...] Esto se está convirtiendo en un problema grave en muchos países, particularmente en los que tienen mayor cantidad de turistas. [...] por percepción de pérdida de calidad de vida, o el deterioro de la vida cotidiana y de los valores culturales y sociales (Kotler, P., et al., 2011, p.658).

Gestión de los destinos turísticos

Los destinos que no consiguen mantener la infraestructura necesaria o que construyen una infraestructura inapropiada corren importantes riesgos.

«El marketing de destinos es una parte primordial en el desarrollo y mantenimiento de la popularidad de un destino. Sin embargo, con demasiada frecuencia los planificadores de turismo se centran solo en el desarrollo de los destinos sin prestar atención al mantenimiento y conservación de aquellos recursos que son los que realmente atraen al turismo» (Kotler, P., et al., 2011, p.659).

Existe una teoría que sostiene que un destino turístico experimenta un ciclo vital similar al de cualquier otro producto y que a la larga entrará en un declive o etapa de destrucción. Los directivos de la industria del turismo deben controlar su producto y asegurarse de que, durante la etapa de crecimiento, se construyan los cimientos de la infraestructura que sostendrá las exigencias del turismo en el futuro. En algunos casos, para lograr que el turismo en su etapa de madurez sea constante es necesario limitar la afluencia presente a unas dimensiones que la infraestructura pueda soportar (Kotler, P., et al., 2011, p.659).

El desarrollo turístico debe quedarse a medio camino entre la tentación de maximizar los ingresos que este puede aportar y la conservación de los recursos naturales y la calidad de vida de los habitantes de la zona. Esta es a menudo una tarea difícil. Los destinos turísticos que no gestionen bien su producto pueden tener una vida corta, pero los que construyan una infraestructura sólida pueden hacer crecer su volumen de negocios, pasando de ser un producto estacional a uno continuo o aumentando la base geográfica de su producto (Kotler, P., et al., 2011, p.660).

Turismo sostenible: «Los planificadores de turismo deben tener en cuenta la capacidad medioambiental que tiene una zona para soportar el impacto de todos los residentes, no solo los turistas. Sin tal planificación, una zona puede llegar a alcanzar tal deterioro que haga que los turistas la eviten». Desde el punto de vista de marketing, el turismo sostenible puede significar menores ingresos en el presente pero así garantizar la demanda en el futuro (Kotler, P., et al., 2011, p.660). Kotler, P., et al. (2011, p.660). El turismo sostenible es un concepto de la gestión turística que anticipa y previene los problemas que pueden surgir cuando se sobrepasa la capacidad de acogida de determinada área geográfica. Esto se lleva a cabo en la práctica mediante una evaluación de impacto medioambiental (EIM), que generalmente consta de las siguientes fases:

1. Clasificación del medio social, político, físico y económico.
2. Tendencias que hay que tener en cuenta en el proyecto.
3. Metas y objetivos que se pretenden alcanzar.
4. Examen de las posibles alternativas para alcanzar los objetivos.
5. Selección de las mejores alternativas.
6. Planificación de la estrategia de implantación.
7. Implantación.
8. Evaluación.

Atracciones turísticas: Para atraer turistas, los destinos deben responder a los principios generales del turismo, de precio, comodidad y oportunidad. Como otros consumidores, los turistas comparan el coste con los beneficios ofrecidos por un destino determinado, así como el empleo de tiempo, esfuerzo y recursos con aprendizaje, experiencia, entretenimiento, descanso y recuerdos que van a

conseguir. Un aspecto importante que influye en la decisión de viajar es el concepto de la conveniencia [...] (Kotler, P., et al., 2011, p.663).

Eventos: Los eventos y las atracciones turísticas son dos de las principales estrategias utilizadas por los destinos turísticos que deseen atraer visitantes. Los eventos son organizados por todas las ciudades independientemente de su tamaño. Las principales organizaciones responsables del desarrollo y la promoción turística son los gobiernos locales, regionales y nacionales, las oficinas y concejalías de turismo, las cámaras de comercio, asociaciones y centros de ferias y conferencias, ministerios y secretarías de turismo, entre otros. Estas organizaciones normalmente tienen la responsabilidad de planificar y organizar eventos o acontecimientos para traer visitantes a la comunidad (Kotler, P., et al., 2011, p.664).

2.1.2.7. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) Y LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT)

La creciente internacionalización de las economías está íntimamente ligada a la creación de acuerdos, instituciones y organismos que son capaces de generar un esquema del funcionamiento de las relaciones internacionales.

Entre estos acuerdos, en el área del comercio internacional, hay que destacar el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), que entró en vigor el 1 de enero de 1948, con el objetivo fundamental de preservar y fomentar la progresiva liberalización del comercio internacional. En la Ronda de Uruguay, en su acta final firmada en 1994, se creó la Organización Mundial de Comercio (OMC), que se encarga de velar por la libertad de los intercambios. (Castejón, R., et al., 2009, p.259).

(Castejón, R., et al., 2009, pp.259-260). La OMC ha sucedido al GATT y sus principales funciones son:

- a) Hacer cumplir los acuerdos multilaterales de comercio firmados hasta su creación y seguir fomentando el libre comercio.
- b) Servir de foro para las negociaciones comerciales multilaterales, e incluso bilaterales, de los países miembros.
- c) Cooperar con otras instituciones internacionales como son el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM). El FMI es una institución internacional que se creó en 1945 con el objetivo de que actuara como banquero de los bancos centrales, en el contexto del sistema financiero internacional emanado con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) es en la actualidad la única organización intergubernamental cuyas actividades cubren todos los aspectos del turismo desde una perspectiva global. Fue constituida legalmente en el año 1975 fijando su sede en Madrid. Su objetivo fundamental es la promoción y el desarrollo del turismo en todo el mundo para contribuir al desarrollo económico, social y humano (Castejón, R., et al., 2009, p.260).

Tiene un programa de actividades que se centra en los siguientes campos:

- a) Educación y formación. Se necesitan profesionales capacitados en el sector turístico.
- b) Medio ambiente. Se proponen modelos de desarrollo turístico sostenidos.
- c) Calidad. Se propone la necesidad de fomentar la liberalización de mercados turísticos.
- d) Estadísticas y estudios de mercado.
- e) Comunicación y documentación.
- f) Cooperación para el desarrollo

Tanto la OMC y la OMT pretenden favorecer el libre comercio. Las actuaciones de la OMC van encaminadas a suprimir las barreras comerciales entre países, mientras que la OMT realiza actuaciones encaminadas a la supresión de las barreras al turismo y fomentar la liberalización del comercio en el marco de los servicios turísticos. (Castejón, R., et al., 2009, pp.264-265).

2.1.2.8. EL PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es abordado desde la escuela clásica y la escuela del marketing. Para la escuela clásica el producto turístico debe ser visto desde la oferta de atractivos turísticos y de servicios, comprendiendo una suma de ofertas turísticas, una variedad de atractivos y de servicios turísticos, y un conjunto de productos. El producto turístico no tiene una fisonomía especial, no tiene identidad autónoma; es simplemente un conglomerado de productos (una habitación, un servicio de transporte, un servicio de restaurante, etc.) (Jiménez, 1986). (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.69).

Para la escuela del marketing, el producto turístico no se describe desde el punto de vista de la oferta sino desde el punto de vista del sujeto que lo demanda, del consumidor, del sujeto turista. Por lo tanto, no existirá producto turístico si no existe un sujeto turista actuante que lo cree para consumirlo. En este acto es que el turista encuentra su satisfacción, pues es libre de utilizar los atractivos y servicios turísticos que él considere convenientes para crear su propio producto turístico. El producto turístico adquiere una categoría especial, personal para cada turista; se convierte en un producto único, totalmente distinto de los elementos que lo componen. Según la escuela del marketing, el producto turístico se termina en el momento del consumo, es decir que solo cuando hay consumo hay producto turístico. De ese modo, el consumo turístico es el que le da forma al producto turístico, lo cual se sucede en etapas sucesivas diferentes. Asimismo, esta escuela afirma que “el producto turístico está representado en el mercado por el consumo turístico, en el momento temporal y variado de su realización” (A. Sessa, 1975, citado por Jiménez, 1986). (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.69).

Igualmente, dicha escuela nos presenta la teoría del marketing turístico: un enfoque digital estratégico integrado propuesto por Rafael Beaufond (2001), según el cual la oferta es “la cantidad de un bien que los productores pueden o desean ofrecer en venta”, precisando a la vez que la oferta, al igual que la demanda, es un flujo por día semana, mes o año. (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.69).

Clasificaciones del turismo según el motivo (Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.12).

Debido al surgimiento de diversas aficiones o inclinaciones entre los turistas, cada año aparecen nuevas formas de turismo. Este puede ser clasificado de diversas formas, dependiendo de las actividades desarrolladas: “cada una de ellas está orientada a una necesidad específica e, incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características Acerenza (1991); Cardenas (1999).

Según las actividades desarrolladas encontramos:

- Convencional: descanso, sol y playa, y sexual.
- Deportivo: tradicional, pasivo alternativo, de aventura, termal, sol y nieve.
- Por afinidad: científico y negocios.
- De incentivo: de empresas (negocios), de familiarización, de congresos y convenciones, y de gestión (político).
- Especializado: deportivo no activo y activo o participativo.

Otras clasificaciones

- Social: tercera edad, juvenil, familiar.
- Alternativo: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.
- Cultural: histórico, histórico/artístico, monumental de arquitectura popular, de exposiciones, étnico, étnico- folclor.

- Costumbres y tradiciones: religioso, de formación, de acontecimientos singulares, lúdico-festivo, literario, gastronómico, industrial, de compras o shopping.
- De aventura: ecológico, de montaña, rural, agroturismo, residencial y segunda residencia.

Elementos que conforman el sistema turístico (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, pp.40-41).

El sistema turístico está conformado por ocho elementos:

1. La demanda turística.
2. La oferta turística.
3. El proceso de venta.
4. El producto turístico.
5. La planta turística y los atractivos turísticos.
6. La infraestructura.
7. La superestructura.
8. El patrimonio turístico.

Cada uno de los elementos del sistema turístico cumple una función dentro de él, de tal manera que el actuar de uno de ellos afecta a los demás. Por lo tanto, el buen funcionamiento de estos elementos conducirá al éxito del sistema.

Formas y categorías básicas del turismo (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.48).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2006), las formas básicas del turismo son: turismo interno, turismo receptor y turismo emisor.

- El turismo interno es el que realizan los habitantes de un país sin salir de este.

- Turismo receptor es el realizado en un país por los no residentes.
- Turismo emisor es el que realizan los residentes de un país dado en otro país.

Las categorías básicas del turismo son el resultado de la combinación de las formas básicas del turismo, así: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

- Primera categoría: turismo interno más turismo receptor.
- Segunda categoría: turismo interno más turismo emisor.
- Tercera categoría: turismo emisor más turismo receptor.

Tipos de turistas (citado en Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.4).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) presenta cuatro tipos de turistas de acuerdo con las características y el tiempo de permanencia:

- Residente: en lo internacional, es aquella persona que permanece al menos 12 meses consecutivos y, en lo interno, al menos seis meses consecutivos.
- Visitante: es la persona que permanece menos de un año tanto en lo internacional como en lo interno.
- Turista: es la persona que pernocta por lo menos una noche, sea internacional o interno.
- Excursionista: es aquella persona que permanece menos de veinticuatro horas sin pernoctar en el destino turístico, bien sea en lo internacional o en lo interno.

Tabla 1. Tipos de turistas

	Turismo internacional	Turismo interno
Residente	Permanece al menos 12 meses consecutivos	Permanece al menos 6 meses consecutivos
Visitante	Persona que permanece menos de un año	Persona que permanece menos de un año
Turista	Persona que pernocta por lo menos una noche	Persona que pernocta por lo menos una noche
Excursionista	Persona que permanece menos de 24 horas sin pernoctar en el destino turístico	Persona que permanece menos de 24 horas sin pernoctar en el destino turístico

Fuente: Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013, p.5)

Teoría del espacio turístico, de Boullón

Roberto C. Boullón presentó su teoría del espacio turístico en el libro “planificación del espacio turístico”, publicado en 1985 por editorial Trillas. Para este autor:

[...] El espacio turístico es consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no hay que olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más las empresas e infraestructura turística son suficientes para definir el aspecto turístico de cualquier país (Boullón, 2001, p.65; citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.32).

Para Boullón no existen las regiones turísticas, ya que los atractivos turísticos difícilmente se tocan. Aun en un país con una gran densidad de atractivos turísticos, existen áreas grandes desprovistas de los mismos. De esta manera, no se puede recurrir a la técnica de la regionalización en la planificación turística, ya que de lo contrario se clasificaría como turísticas grandes áreas que no poseen atractivos turísticos, lo que sería un error. En la búsqueda de remplazar la idea de región

turística, Boullón propone la teoría del espacio turístico. El espacio turístico se determina por medio de la observación de la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la infraestructura. Mediante este trabajo fue posible identificar varios componentes que se clasifican de acuerdo con tamaño. Así se distinguen, zonas, áreas, complejos, centros, unidades, núcleos, conjuntos, corredores, corredores de traslado y, por último, corredores de estadía. (citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.33).

2.2. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Bazán, J. (2000). *“La actividad turística y su incidencia en el proceso de desarrollo de la provincia de Leoncio Prado”*. El objetivo de su investigación fue analizar y determinar las incidencias de la actividad turística en el proceso de desarrollo de la provincia de Leoncio Prado. El tipo de investigación fue de tipo aplicada, de nivel explicativo, con diseño transversal. Se realizó una encuesta a 132 turistas nacionales y extranjeros. Los análisis permiten afirmar que la actividad turística en la provincia de Leoncio Prado tiene una incidencia favorable para su desarrollo. El autor concluye indicando que los factores que determinan y condicionan el proceso de crecimiento en las actividades turísticas son el desarrollo de: Atracciones turísticas, las actividades de temporada, las condiciones físicas, el acceso a los lugares turísticos, servicios auxiliares, y el clima. El modelo estimado de regresión $VBP = -33779978 + 935281.6 (DPE)$, es el modelo más indicado que explica la incidencia favorable en el proceso de desarrollo de la provincia ($R^2 = 96.9\%$). El modelo tiene un intercepto negativo de -33779978 dólares, indica que existe un tipo de pérdida autónoma en ausencia de la distribución porcentual del empleo, quiere decir que el VBP (Valor bruto de la producción) obtuvo pérdidas de origen exógenos. Cada variación unitaria en la DPE (distribución porcentual del empleo) hace que se incremente el valor bruto de la producción en 935281.6 unidades monetarias.

Zevallos, A. (2004). Factores que limitan la competitividad del sector turismo en el departamento de Huánuco. El objetivo fue analizar los factores que condicionan o limitan la competitividad del sector turismo en el departamento de Huánuco. La investigación fue de tipo aplicado de nivel descriptivo, con diseño transversal. El

autor concluye que los factores principales que limitan la competitividad del sector, son; la falta de capacidad de gestión de las instituciones públicas y de los gremios privados; otro factor recae en la capacidad del empresario prestador del servicio para efectuar campañas de promoción bien efectivas y orientadas, así también la falta de puesta en valor de recursos y atractivos turísticos.

Orgaz, F. (2014). “*Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos*”. El objetivo de esta investigación es analizar los diferentes impactos positivos o beneficios que genera el desarrollo de la actividad ecoturística para un destino. La metodología ha consistido en una revisión de la literatura científica. El autor indica que el turismo se configura como una de las principales ramas económicas a nivel mundial; en este sentido, han ido apareciendo nuevas tipologías turísticas que tienen como finalidad mejorar el desarrollo socioeconómico de la comunidad local y la conservación de los recursos naturales; así, el ecoturismo es una de estas tipologías turísticas con tales características. Los resultados de la investigación muestran que existen numerosos beneficios para los destinos, pero solo, si la actividad ecoturística se desarrolla de forma adecuada, teniendo en cuenta la importancia de los agentes o *stakeholders* locales para la correcta planificación del ecoturismo en el destino.

Cañero, P., & Orgaz, F. (2015). “*El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana*”. El objetivo principal de esta investigación fue conocer los beneficios económicos, socioculturales y medioambientales percibidos por el ecoturismo por parte de los residentes de comunidades rurales, en concreto, de aquellas localizadas en las proximidades al

recurso natural y turístico Monumento Natural Saltos de la Damajagua (República Dominicana). La metodología ha consistido en la técnica cuantitativa del cuestionario, utilizada para conocer las opiniones, percepciones y valoraciones sobre la sostenibilidad e impactos del turismo en las comunidades rurales; el cuestionario fue presentado en español, tras la realización de un pre-test de 21 cuestionarios que ayudó a observar las posibles debilidades en las preguntas. Las principales hipótesis de esta investigación se basan en la idea de que la creación de empleo es uno de los cuatro principales beneficios mencionados por el turismo en espacios geográficos rurales; en que el turismo impulsa las actividades culturales, revitalizando y conservando la herencia cultural de zonas rurales; y, en que el ecoturismo fomenta la conservación de los recursos naturales en áreas rurales. Los resultados obtenidos en esta investigación muestran que la población de estas zonas rurales tiene un cierto grado de acuerdo con todos los ítems planteados, sobre todo los relacionados con los beneficios económicos y socioculturales, en tanto la percepción de la comunidad rural hacia la conservación del recurso natural es neutra.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Áreas turísticas

“Son las partes en que puede dividirse una zona y, por lo tanto, sus superficies son menores que la del todo que las contiene” (Bullón, 2001, p.69; citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.34).

Zona turística

“Es la mayor unidad de análisis y estructuración del universo espacial turístico de un país” (Boullón, 2001, p.66; citado en Panosso, A., & Lohmann, G., 2012, p.33).

Mercado

“El mercado es el medio que permite la interacción entre demandantes y oferentes.” (Castejón, R., et al., 2009, p.39).

Turismo

Estancia de una o más noches fuera del lugar de residencia por vacaciones, visitas a amigos o familiares, congresos o cualquier otro motivo, excepto la formación o un empleo semi-permanente (Kotler, P., et al., 2011, p.655).

Hunziker y Krapf definen que el turismo es el conjunto de las relaciones y los fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal (citado en Molina, S., & Rodríguez, S., 2005, p.10).

Turismo sostenible

Anticipar y prevenir los problemas que pueden surgir cuando se sobrepasa la capacidad de acogida de determinada área geográfica (Kotler, P., et al., 2011, p.692).

Desarrollo sostenible

Asegurar que “satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias (Díaz, R. & Escárcega, S., 2009, p.96).

En teoría, el ecoturismo constituye una de las actividades con mayor potencial para integrar las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental (CEPAL, 2001). (Díaz, R. & Escárcega, S., 2009, p.126).

Ecoturismo

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, por sus siglas en inglés) de manera muy sencilla dice que ecoturismo es: “Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales” (citado en Díaz, R. & Escárcega, S., 2009, p.126).

Población

Conjunto de organismos de la misma especie que ocupa un área más o menos definida, que comparten determinado tipo de alimentos y que, si se reproducen sexualmente, realizan intercambio de genes (Zamorano, F., 2008, p.165).

Comunidad

Es una entidad formada por varias poblaciones agrupadas en un área determinada (Zamorano, F., 2008, p.165).

Ecosistema

Una compleja trama formada por la suma total de elementos físicos y seres vivos que actúan recíprocamente (el bosque es más que un conjunto de árboles). Una comunidad de organismos autosostenible, plantas y animales junto con su ambiente inorgánico (Zamorano, F., 2008, p.165).

Turismo cultural

Parte de lo pintoresco o del colorido local, vestigios del estilo de vida tradicional campesino (tejidos, alfarería, construcciones, etc.), que posiblemente puede coincidir con el pasado propio de dicha cultura, agregando a ello un lenguaje y unas costumbres diferentes. Aquí el turista observa y participa en comidas y fiestas rústicas, folclor, deportes populares y otras actividades propias de la comunidad (Jiménez, L., & Jiménez, W., 2013, p.17).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

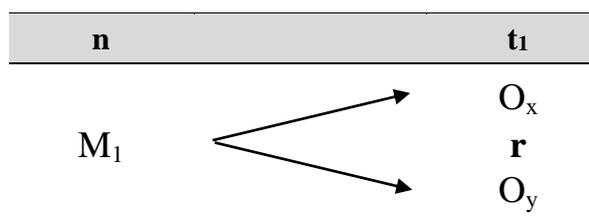
El tipo de la investigación según su relación práctica es aplicado porque está interesada en la aplicación de conocimientos existentes, sobre temas relacionados al ecoturismo y el desarrollo turístico; los cuales son temas del estudio desarrollados en la investigación.

El nivel de la investigación es relacional, ya que el estudio tiene como propósito conocer la relación existente entre el ecoturismo y desarrollo turístico en el distrito de Pachiza, Mariscal Cáceres.

3.2. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación que se utilizó corresponde al estudio descriptivo correlacional, porque no hay manipulación de variables, estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural. Este método se utilizó para evaluar la asociación entre las variables; actitud hacia el ecoturismo (variable independiente) y percepción del desarrollo turístico (Variable dependiente).

La investigación corresponde a un diseño de corte transversal, porque la medición se realizó en un solo momento de tiempo (una sola aplicación). El esquema del diseño se muestra de la siguiente forma:

Tabla 2. Esquema del diseño de investigación.

Leyenda:

M₁ = Familias del distrito de Pachiza

t₁ = Tiempo de evaluación

O_x = Ecoturismo

O_y = Desarrollo turístico

r = Relación

Fuente: Elaboración propia

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. POBLACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se tendrá como población a las familias del distrito de Pachiza, Mariscal Cáceres. Los cuales, según fuentes de la municipalidad, son un total de cuatrocientas quince (N = 415).

3.3.2. MUESTRA

Para la determinación de la muestra; se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple (MAS).

$$n \geq \frac{Z_{\alpha/2}^2 \times N \times p \times q}{(e^2 \times (N - 1)) + Z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Leyenda:

n = Muestra

N = Población

p = Probabilidad de éxito

q = (1-p) probabilidad de fracaso

Z = Valor distribución normal estándar ($\alpha = 0.05 = 1.96$)

e = Margen de error

Remplazando:

n = ¿?

N = 415

p = 0.50

q = (1-0.50) = 0.50

Z = 0.05 = 1.96

e = 0.05

$$n \geq \frac{1.96^2 \times 415 \times 0.50 \times 0.50}{(0.05^2 \times (415 - 1)) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n \geq 199.74 = 200 \text{ familias}$$

La muestra calculada resultó un total de doscientas sesenta familias ($n \geq 200$). El representa como mínimo el número de familias a aplicar el estudio en el distrito de Pachiza.

3.4. INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos de la investigación se aplicó un cuestionario de encuesta para medir la variable ecoturismo y desarrollo turístico.

La variable ecoturismo se evaluó mediante 9 ítems, los cuales fueron distribuidas entre tres dimensiones; la dimensión impacto ambiental (ítem 1 a 3), dimensión impacto sociocultural (ítem 4 a 6), y la dimensión impacto económico (ítem 7 a 9).

La variable desarrollo turístico también se evaluó mediante 9 ítems, los cuales fueron distribuidas entre tres dimensiones; la dimensión comunidad (ítem 10 a 12), dimensión empresa (ítem 13 a 15), y la dimensión gobierno (ítem 16 a 18). La medición es ambas variables se realizó mediante la escala tipo Likert con cinco opciones de respuesta.

3.4.2. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En el estudio se aplicó la técnica de encuesta; estableciéndose un contacto directo con el sujeto de estudio, procediéndose a aplicar del cuestionario de forma asistida, obteniendo así datos primarios para la respectiva tabulación y análisis de datos.

3.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Se realizó mediante la estadística descriptiva e inferencial; el análisis de los datos se ejecutó mediante el software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 23, Minitab 17. Statistical Software y el Microsoft Office Excel 2013.

La aplicación de la estadística descriptiva en la primera etapa, tuvo como propósito, el análisis de medidas de tendencia central (moda).

La aplicación de la estadística inferencial en la segunda etapa, se procedió a evaluar la correlación, mediante el estadístico del coeficiente de correlación por rangos de Spearman (r_s); este coeficiente de correlación se tuvo en cuenta porque, es considerado el adecuado en el caso de variables cualitativas, siempre en cuando se midan en una escala ordinal a partir de una valoración mínima de cinco categorías (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = neutral, 4 = de acuerdo, 5 = totalmente de acuerdo); y en el caso de variables cuantitativas se utiliza siempre en cuando no cumpla la prueba de normalidad, en el cual es considerado no paramétrico.

Para el análisis de confiabilidad del instrumento de recolección de datos, se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach.

3.6. PROCEDIMIENTOS

3.6.1. ANÁLISIS DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El análisis del instrumento se realizó previo a la aplicación a la muestra real; y consistió en evaluar su confiabilidad y validez. Para evaluar el instrumento se tomó una muestra piloto de 40 personas.

A) FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

Para realizar el análisis de fiabilidad del instrumento de medición de la variable ecoturismo (9 ítems) y desarrollo turístico (9 ítems); primeramente, se procedió a aplicar a una muestra de 40 personas, el cual representó el 20% de la muestra del estudio. El análisis de consistencia interna se realizó mediante el estadístico Alfa de Cronbach.

Tabla 3. Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

Variables	Alfa de Cronbach	Elementos (ítems)	n
Ecoturismo	0.920	9	40
Desarrollo turístico	0.881	9	40

Los resultados del análisis de confiabilidad, mediante la evaluación del índice de consistencia interna, fueron aceptables. Ya que los valores superaron el límite mínimo (0.80) que consideran diversos autores sobre todo en ciencias sociales, para considerar un instrumento confiable. Con tales resultados quedó establecido la fiabilidad tanto en la evaluación de los ítems de la variable ecoturismo (0.920) y la variable desarrollo turístico (0.881).

B) VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

La validez del instrumento de medición, se realizó mediante la evaluación de Juicio de expertos; en los cuales participaron 3 docentes de la especialidad de administración de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. En la valoración promedio de los expertos, se obtuvieron puntajes satisfactorios con las cuales se validó el instrumento. En la variable ecoturismo se obtuvo un valor ($\bar{X} = 0.82$) y en la variable desarrollo turístico un valor ($\bar{X} = 0.85$).

3.6.2. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

A) ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA

Mediante la estadística descriptiva se procedió a analizar las características de la muestra y la descripción de cada variable. El análisis consistió principalmente en la evaluación de frecuencias absolutas y relativas; tanto para identificar las proporciones de las características como en el sexo (proporción del sexo femenino y del sexo masculino), como así también evaluar las proporciones de encuestados que tienen una mal, regular y buena apreciación, en relación a las variables y dimensiones del estudio.

B) PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

En la prueba de hipótesis se usó la estadística inferencial. Para demostrar la hipótesis se usó el estadístico coeficiente de correlación por Rangos de Spearman (r_s), el cual corresponde a la estadística no paramétrica en datos numéricos, y es considerada su aplicación en variables cualitativas siempre en cuando esta se mida en una escala ordinal a partir de 5 categorías a más.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

El desarrollo de la investigación se realizó en el distrito de Pachiza, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín. El estudio se aplicó a una muestra de doscientas familias ($n = 200$), el cual fue calculada mediante el muestreo aleatorio simple (MAS) para una población conocida, a partir de una población de ochocientas familias ($N = 415$). En el estudio también se incluyó el análisis de las características de la muestra como el sexo, edad, grado de instrucción, estado civil, e ingreso.

A. Análisis del sexo del encuestado

Tabla 4. Sexo del encuestado

SEXO	f_i	h_i
Femenino	116	58.0
Masculino	84	42.0
TOTAL	200	100.0

En relación al análisis del sexo del encuestado, se observó estadísticamente que no existe diferencias significativas entre los grupos en relación a las puntuaciones calificadas en la variable Ecoturismo ($U_z = -0.514$; P-valor = 0.608); de igual manera en las puntuaciones de la variable desarrollo turístico también no se presentó diferencias significativas en el grupo sexo ($U_z = -1.159$; P-valor = 0.246).

B. Análisis de la edad del encuestado

Tabla 5. Edad del encuestado

EDAD	f_i	h_i
≤ 25 años	23	11.50
26-35 años	63	31.50
36-45 años	70	35.00
46-55 años	30	15.00
56-65 años	8	4.00
≥ 66 años	6	3.00
Total	200	100.0

Con respecto a la edad del encuestado, se observó estadísticamente diferencias significativas entre los grupos en relación a las puntuaciones calificadas en la variable Ecoturismo ($K_w = 13.677$; $gl = 5$; $P\text{-valor} = 0.018$); en cambio en relación a las puntuaciones de la variable desarrollo turístico no se presentó diferencias significativas en los grupos de edad ($K_w = 8.696$; $gl = 5$; $P\text{-valor} = 0.122$).

C. Análisis del grado de instrucción del encuestado

Tabla 6. Grado de instrucción del encuestado

GRADO DE INSTRUCCIÓN	f_i	h_i
Primaria	30	15.0
Secundaria	121	60.5
Superior	49	24.5
Total	200	100.0

En relación al análisis del grado de instrucción del encuestado, se observó estadísticamente que no existe diferencias significativas entre los grupos en relación a las puntuaciones calificadas en la variable Ecoturismo ($K_w = 2.162$; $gl = 2$; $P\text{-valor} = 0.339$); de igual manera en las puntuaciones de la variable desarrollo turístico también no se presentó diferencias significativas en los grupos por grado de instrucción ($K_w = 4.431$; $gl = 2$; $P\text{-valor} = 0.109$).

D. Análisis del estado civil del encuestado

Tabla 7. Estado civil del encuestado

ESTADO CIVIL	f_i	h_i
Soltero(a)	45	22.5
Conviviente / casado(a)	138	69.0
Divorciado	10	5.0
Viudo(a)	7	3.5
Total	200	100.0

Con respecto al estado civil del encuestado, se observó estadísticamente que no existe diferencias significativas entre los grupos en relación a las puntuaciones calificadas en la variable Ecoturismo ($K_w = 2.382$; $gl = 3$; $P\text{-valor} = 0.497$); de igual manera en las puntuaciones de la variable desarrollo turístico también no se presentó diferencias significativas en los grupos por estado civil ($K_w = 0.264$; $gl = 2$; $P\text{-valor} = 0.967$).

E. Análisis del nivel de ingreso del encuestado

Tabla 8. Nivel de ingreso del encuestado

NIVEL INGRESO	f_i	h_i
≤ 850 soles	34	17.0
851 a 1000 soles	55	27.5
1001 a 1500 soles	67	33.5
1501 a 2000 soles	24	12.0
≥ 2001 soles	20	10.0
Total	200	100.0

Con respecto al nivel de ingreso del encuestado, se observó estadísticamente que no existe diferencias significativas entre los grupos en relación a las puntuaciones calificadas en la variable Ecoturismo ($K_w = 1.470$; $gl = 4$; $P\text{-valor} = 0.832$); de igual manera en las puntuaciones de la variable desarrollo turístico también no se presentó diferencias significativas en los grupos por nivel de ingresos ($K_w = 0.389$; $gl = 4$; $P\text{-valor} = 0.983$).

4.2. DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE ECOTURISMO

En base a las revisiones teóricas, se puede decir que el ecoturismo se asienta sobre las bases de la sostenibilidad. El cual indica y se entiende que todos los recursos que se vinculen a la operación ecoturística deben ser aprovechados de manera responsable, sustentando la supervivencia y prosperidad de las futuras generaciones; para ello se deben tener en consideración los límites en la carga que puede soportar el destino ecoturístico, vinculado a ello se debe tener en cuenta el impacto que la operación de la actividad pueda generar en el lugar de destino. Diversos autores coinciden que, aunque la actividad tenga impactos positivos en la preservación del medio ambiente y sociocultural, esta no puede considerarse sustentable siempre en cuando no genere beneficios económicos para la población. Por tanto, la evaluación del ecoturismo en el estudio, se realizó mediante la percepción operacional del ecoturismo en base a la sostenibilidad. A partir del cual se dio una calificación baja (cuando consideran que la operación ecoturística no va ayudar en nada a la sostenibilidad); una calificación de regular (cuando consideran que la operación ecoturística va ayudar el algo a la sostenibilidad); una calificación de buena (cuando consideran que la operación ecoturística va ayudar de buena manera a la sostenibilidad).

Tabla 9. Calificación sobre la percepción operacional sostenible del ecoturismo

CALIFICACIÓN	f_i	h_i
Bajo	14	7.0
Regular	45	22.5
Bueno	141	70.5
Total	200	100.0

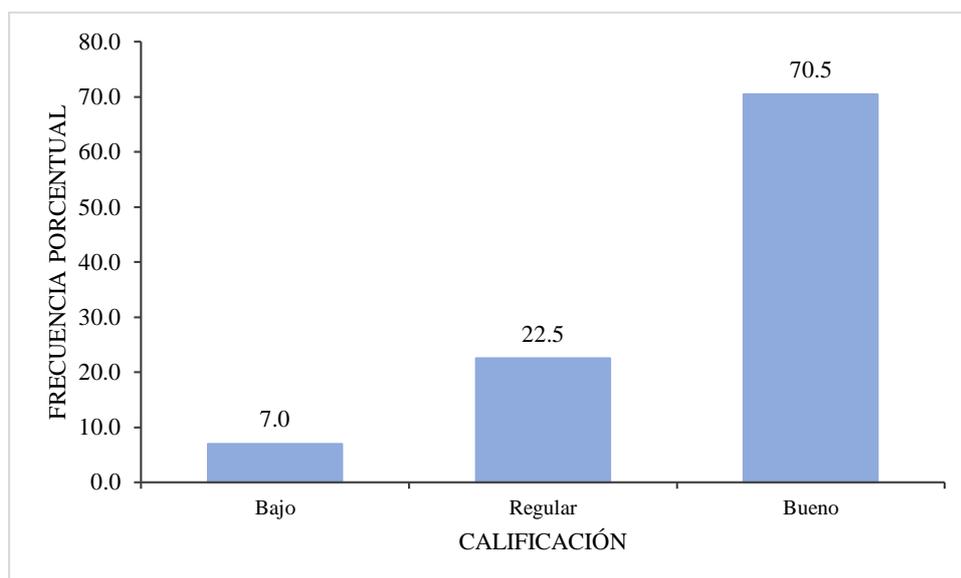


Figura 4. Gráfico de calificación de operación sostenible del ecoturismo

En relación al análisis de calificación sobre la operación sostenible del ecoturismo, se observó que aproximadamente 7 de cada 10 encuestados indicaron que la operación ecoturística va ayudar de buena manera a la sostenibilidad; en tanto que cerca de 1 de cada 4 encuestados indica que solo contribuirá en algo o regularmente; por último, los que manifiestan que la contribución es baja son aproximadamente 1 de cada 14 encuestados. En la evaluación general se puede precisar que la percepción de la operación ecoturística vinculado a la sostenibilidad goza de buena aceptación, ya que gran parte de la población considera que esta actividad contribuirá positivamente tanto en el aspecto ambiental, sociocultural y económico en el lugar de destino esencialmente.

4.2.1. DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES DE ECOTURISMO

En base a las revisiones teóricas sobre el ecoturismo, diversos autores consideran que el ecoturismo está relacionado al término sostenibilidad, y que a partir de esta relación mencionan que el ecoturismo debe tener en cuenta tres aspectos como lo son el impacto ambiental, el impacto sociocultural y el impacto económico esencialmente el lugar destino.

A. Descripción de Impacto ambiental

La dimensión Impacto ambiental, se compone de tres preguntas (ítems 01 hasta 03) contenidos en el cuestionario.

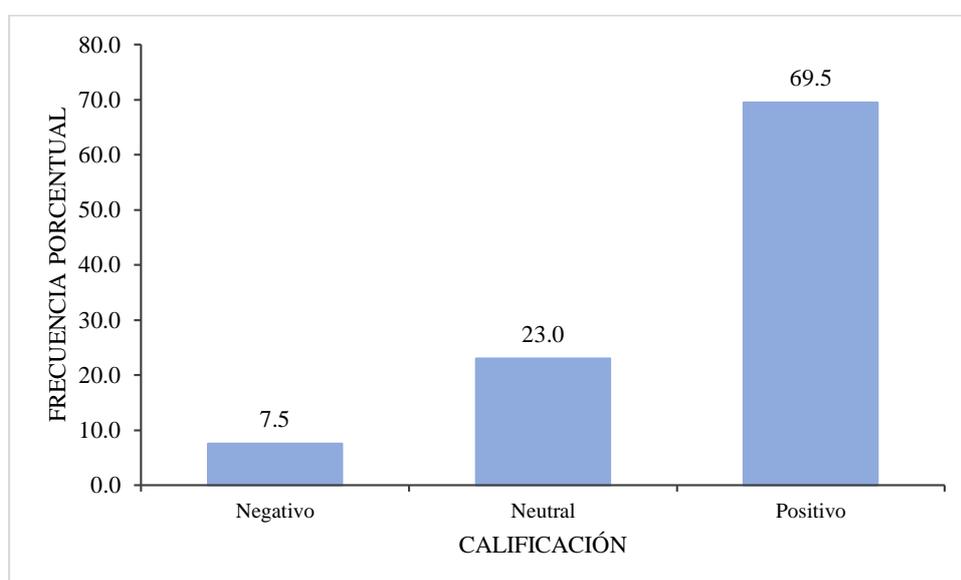


Figura 5. Gráfico de calificación en la dimensión Impacto Ambiental

En relación al análisis de calificación sobre el impacto ambiental de la operación ecoturística, se observó que aproximadamente 7 de cada 10 encuestados indicaron que el impacto ambiental de la operación ecoturística es positivo; mientras que cerca de 1 encuestado de cada 4 se mantuvo neutral; por último, los que manifiestan

que la que la actividad ecoturística de cierta forma tiene un impacto ambiental negativo, representan aproximadamente 1 de cada 14 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados tiene una percepción positiva sobre el impacto ambiental de la operación ecoturística, el cual a la vez es una manifestación de que la operación promueve la conservación, concientización, y protección del ambiente.

B. Descripción de la dimensión Impacto sociocultural

La dimensión Impacto sociocultural, se compone de tres preguntas (ítems 04 hasta 06) contenidos en el cuestionario.

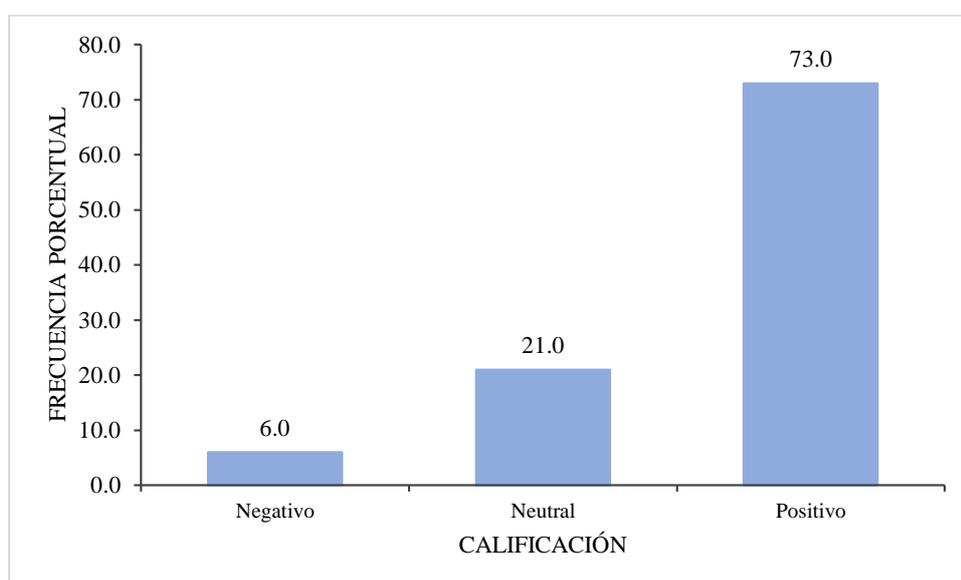


Figura 6. Gráfico de calificación la dimensión Impacto sociocultural

En relación al análisis de calificación sobre el impacto sociocultural de la operación ecoturística, se observó que aproximadamente 7 de cada 10 encuestados indicaron que el impacto sociocultural de la operación ecoturística es positivo; mientras que cerca de 1 encuestado de cada 5 se mantuvo neutral; por último, los que manifiestan

que la que la actividad ecoturística de cierta forma tiene un impacto sociocultural negativo, representan aproximadamente 1 de cada 17 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados tiene una percepción positiva sobre el impacto sociocultural de la operación ecoturística, el cual a la vez es una manifestación de que la operación promueve conservación de identidad cultural, tradiciones culturales y valores sociales.

C. Descripción de la dimensión Impacto económico

La dimensión Impacto económico, se compone de tres preguntas (ítems 07 hasta 09) contenidos en el cuestionario.

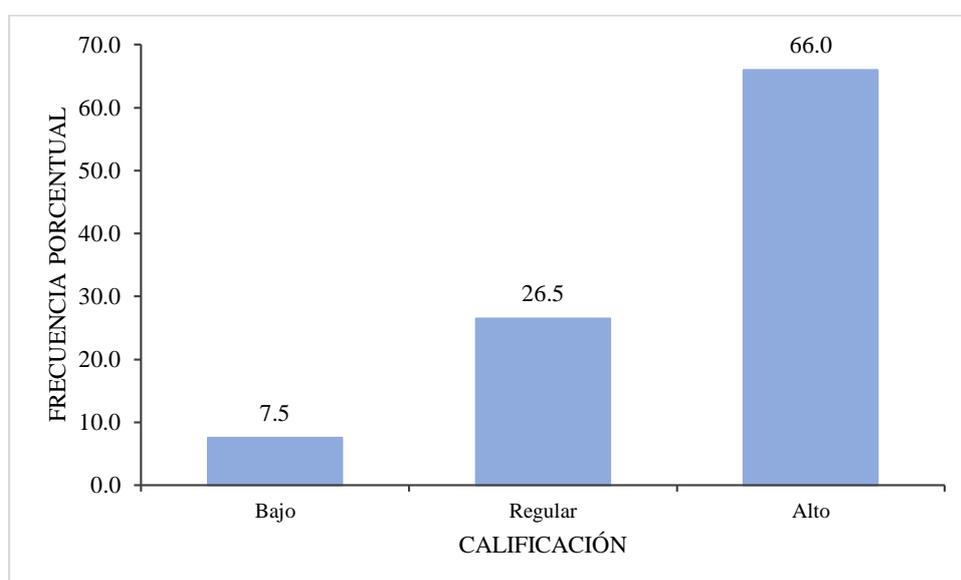


Figura 7. Gráfico de calificación en la dimensión impacto económico

En relación al análisis de calificación sobre el impacto económico de la operación ecoturística, se observó que aproximadamente 2 de cada 3 encuestados indicaron que el impacto económico de la operación ecoturística es alta; mientras que cerca de 1 encuestado de cada 4 se manifiesta que solo es regular; por último, los que

manifiestan que la actividad ecoturística solo tiene un impacto económico bajo (bajo las condiciones de sustentabilidad indicando que no es sostenible en el tiempo) que , representan aproximadamente 1 de cada 14 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados tiene una percepción positiva sobre el impacto económico de la operación ecoturística, el cual a la vez es una manifestación de que la operación es un potencial de la economía local, el cual es un efecto multiplicador y la vez genera empleos tanto directos como indirectos.

4.3. DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE DESARROLLO TURÍSTICO

En base a las revisiones teóricas sobre el desarrollo turístico, diversos autores consideran que el desarrollo no es lo mismo que crecimiento, aunque el crecimiento está relacionado de alguna forma a ello. El desarrollo es más integral y sostenible, el cual debe ser percibible y dichos beneficio debe reflejarse esencialmente en el lugar de destino; por tanto, cuando se habla de desarrollo turístico esta no debe tener solo en cuenta a los grupos de interés, sino debe tener en cuenta todos los actores directos e indirectos que de alguna forma actúan para desarrollar dicha actividad; asimismo debe perdurar en el tiempo, es decir no solo debe aprovechar recursos hasta su agotamiento sino debe promover la sostenibilidad. Por tanto, la evaluación del desarrollo turístico esencialmente local, se realizó mediante la percepción de los beneficios del desarrollo turístico que refleja en el lugar de destino. A partir del cual se dio una calificación baja (cuando consideran que los beneficios del desarrollo turístico local no se reflejan en el lugar de destino); una calificación de regular (cuando consideran que los beneficios del desarrollo turístico local se reflejan en algo en el lugar de destino); una calificación de buena (cuando consideran que los beneficios del desarrollo turístico local si se reflejan en el lugar de destino).

Tabla 10. Calificación sobre el desarrollo turístico

CALIFICACIÓN	f_i	h_i
Bajo	12	6.0
Regular	39	19.5
Bueno	149	74.5
Total	200	100.0

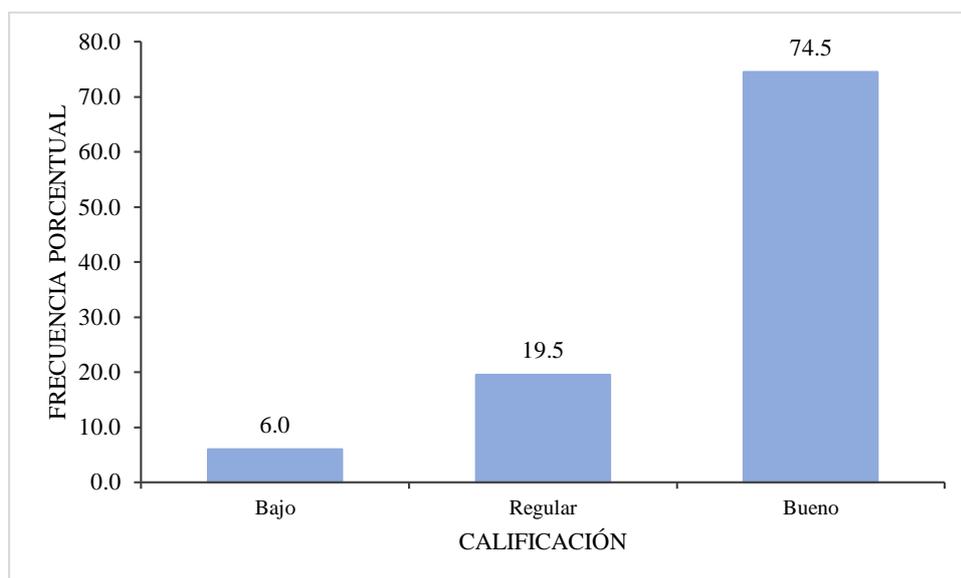


Figura 8. Gráfico de calificación de Desarrollo turístico

En relación al análisis de calificación sobre el desarrollo turístico, se observó que aproximadamente 3 de cada 4 encuestados indicaron que el desarrollo ecoturístico integra de buena manera el desarrollo de la comunidad, empresas y gobierno; en tanto que cerca de 1 de cada 5 encuestados indica que dicha integración será regular; por último, los que manifiestan que la integración es baja son aproximadamente 1 de cada 17 encuestados. En la evaluación general se puede precisar que la percepción de desarrollo turístico es buena, ya que gran parte de los encuestados manifiestan que dicho desarrollo debe ser reflejado en el desarrollo de la comunidad, empresas y gobierno.

4.3.1. DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES DEL DESARROLLO TURÍSTICO

En base a las revisiones teóricas sobre el desarrollo turístico, diversos autores consideran que dicho desarrollo debe darse esencialmente en el lugar de destino, por tanto, debe integrar la comunidad, el gobierno y la operación de las empresas que actúan dentro de la actividad.

A. Descripción de la dimensión Comunidad

La dimensión Comunidad, se compone de tres preguntas (ítems 10 hasta 12) contenidos en el cuestionario.

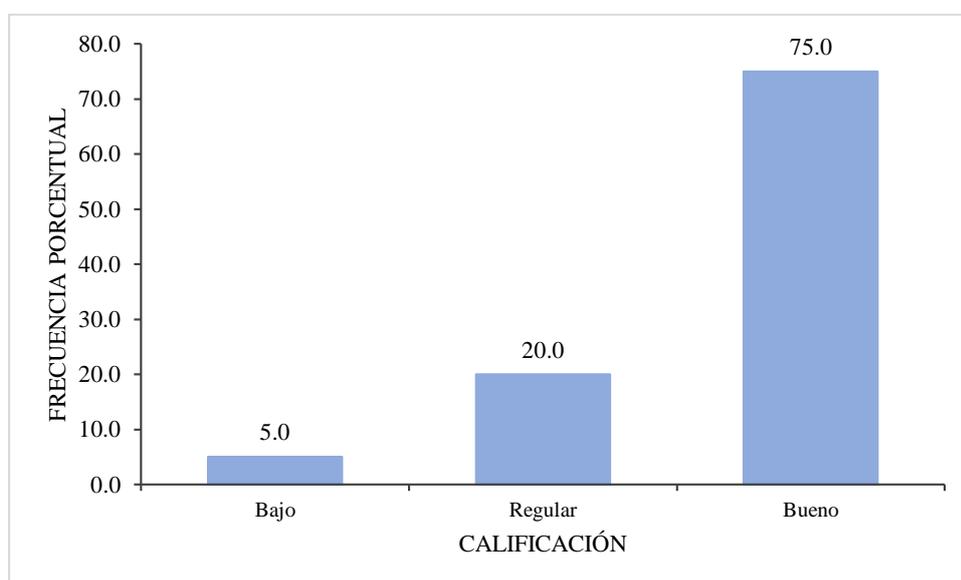


Figura 9. Gráfico de calificación de la dimensión Comunidad

En relación al análisis de calificación sobre el desarrollo de la comunidad derivado de la actividad turística; se observó que aproximadamente 3 de cada 4 encuestados manifestaron que la actividad turística conlleva de buena manera al desarrollo de la comunidad; mientras que cerca de 1 encuestado de cada 5 indica que solo es

regular; por último, los que manifiestan que la actividad turística no conlleva necesariamente desarrollo de la comunidad (baja calificación), representan aproximadamente 1 de cada 20 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados percibe que la actividad turística conlleva de buena manera al desarrollo de la comunidad, el cual a la vez es una manifestación de desarrollo que refleja, salud y productividad, superación y cooperación, y calidad de vida.

B. Descripción de la dimensión Empresa

La dimensión Empresa, se compone de tres preguntas (ítems 13 hasta 15) contenidos en el cuestionario.

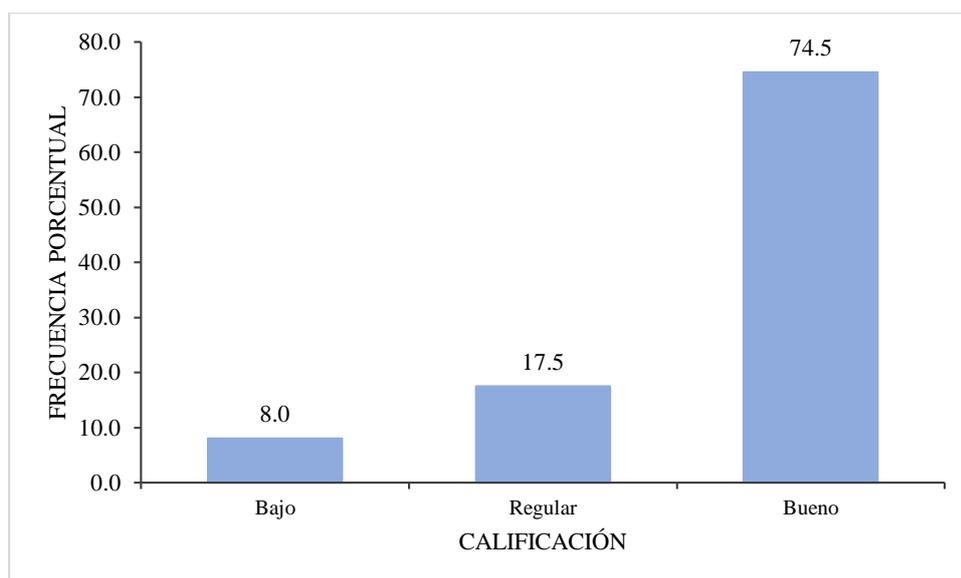


Figura 10. Gráfico de calificación de la dimensión Empresa

En relación al análisis de calificación sobre la operación de la empresa en la actividad turística; se observó que aproximadamente 3 de cada 4 encuestados manifestaron que el desarrollo del turismo conlleva de buena manera a la operación

de la empresa de forma responsable evaluando intereses e inversión; mientras que cerca de 1 encuestado de cada 6 indica que solo es regular; por último, los que manifiestan que la actividad turística no conlleva necesariamente a una operación responsable de las empresas, representan aproximadamente 1 de cada 13 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados percibe que la actividad turística conlleva de buena manera a la operación empresarial, el cual a la vez es una manifestación de que el desarrollo debe tener en cuenta la responsabilidad, los intereses y la inversión.

C. Descripción de la dimensión Gobierno

La dimensión Gobierno, se compone de tres preguntas (ítems 16 hasta 19) contenidos en el cuestionario.

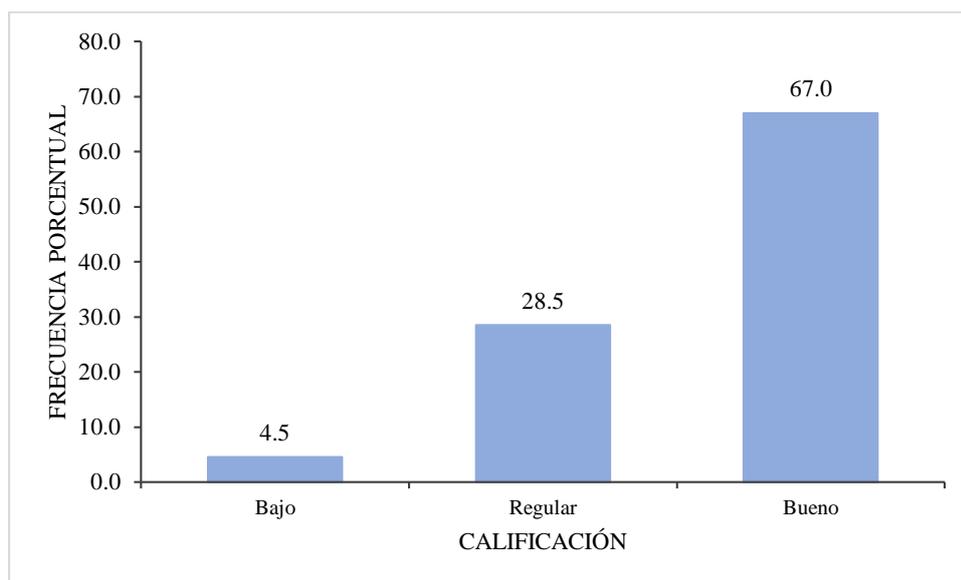


Figura 11. Gráfico de calificación de la dimensión Gobierno

En relación al análisis de calificación sobre la relación de implicancia (por una parte, la dependencia de la actividad por parte del gobierno cuando este otorga

“condiciones de acceso, comunicación, operación”; y por otra parte está la dotación de incentivos que genera dicha actividad al gobierno esencialmente local) entre el gobierno y el desarrollo turístico. Se observó que aproximadamente 2 de cada 3 encuestados manifestaron que dicha relación de implicancia entre desarrollo del turismo y el gobierno, es buena; mientras que cerca de 2 encuestados de cada 7 indican que solo es regular; por último, los que manifiestan que dicha relación de implicancia entre desarrollo del turismo y el gobierno, es baja, representan aproximadamente 1 de cada 22 encuestados. En la evaluación general se puede indicar que gran porcentaje de los encuestados percibe que dicha relación de implicancia entre desarrollo del turismo y el gobierno, es buena, el cual a la vez es una manifestación de que el desarrollo tiene en cuenta los planes, ingresos, y beneficio común.

4.4. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

En el contraste de hipótesis se utilizó la prueba de correlación para datos no paramétricos. Por tanto se procedió a realizar el cálculo mediante el estadístico del coeficiente de correlación por rangos Rho de Spearman² (r_s), para la inferencia estadística de la prueba de hipótesis.

Esta prueba mide el grado de correlación que oscila entre (-1 hasta +1); donde (-1) indica que existe una correlación inversa, (1) indica que existe una correlación directa. El valor cero (0) indica una correlación nula. Matemáticamente la fórmula del coeficiente de correlación Rho de Spearman (r_s) es:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - n)}$$

Donde:

r_s = coeficiente de correlación de rangos de Spearman

n = número de elementos observados

d_i = $x_i - y_i$ diferencia entre los rangos para cada pareja de observaciones

Para el contraste de hipótesis se estableció un nivel de significancia alfa igual al 5% ($\alpha = 0.05$) para todas las pruebas. El nivel de confianza es de (1 - α) que es igual al 95% (0.95).

² Para medir la correlación ordinal se puede utilizar el Coeficiente de correlación ordinal o por rangos de Spearman (Montiel, A., Ramos, A., Martell, C., García, C., Bigné, E., Díaz, F., Martín, F., Sánchez; I., & et al., 2007, p.97).

4.6.1 PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

a) Planteamiento de hipótesis general

H_0 : No existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

H_1 : Existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 11. Correlación entre el Ecoturismo y Desarrollo turístico

		ECOTURISMO	DESARROLLO TURÍSTICO
Rho de Spearman	ECOTURISMO	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.000
		N	200
	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	,741**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	200

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Significancia bilateral (P-Valor): el valor de la probabilidad indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.001).

Coefficiente de correlación (r_s): los resultados de la prueba estadística indican que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como bueno ($r_s = 0.741$).

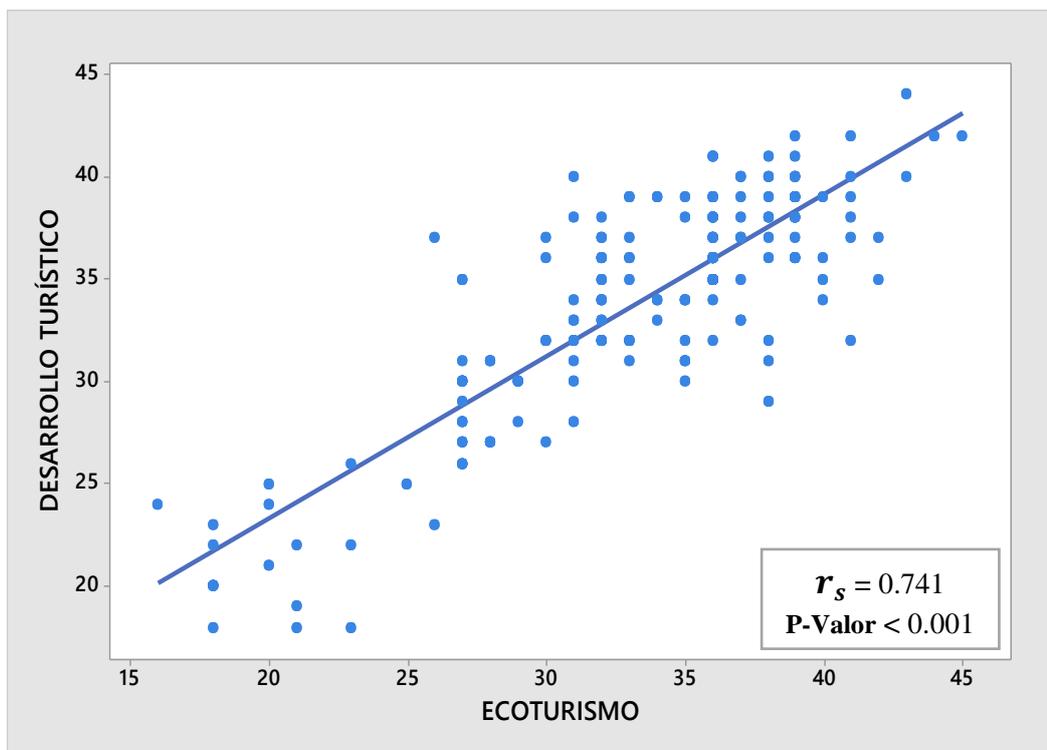


Figura 12. Gráfico de dispersión entre el Ecoturismo y el Desarrollo turístico

c) Decisión

El resultado de la prueba indicó un el P-Valor menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$; $0.00 < 0.05$), por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternante (H_1). Afirmando estadísticamente, la existencia de relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

4.6.2 PRUEBAS DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

4.6.2.1. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°1

a) Planteamiento de hipótesis

H_0 : No existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

H_1 : Existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 12. Correlación entre la dimensión Impacto ambiental y Desarrollo turístico

		IMPACTO AMBIENTAL	DESARROLLO TURÍSTICO
Rho de Spearman	IMPACTO AMBIENTAL	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,731**
		N	200
	DESARROLLO TURÍSTICO	Coeficiente de correlación	,731**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	200

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Significancia bilateral (P-Valor): el valor de la probabilidad indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.001).

Coefficiente de correlación (r_s): los resultados de la prueba estadística indican que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como bueno ($r_s = 0.731$).

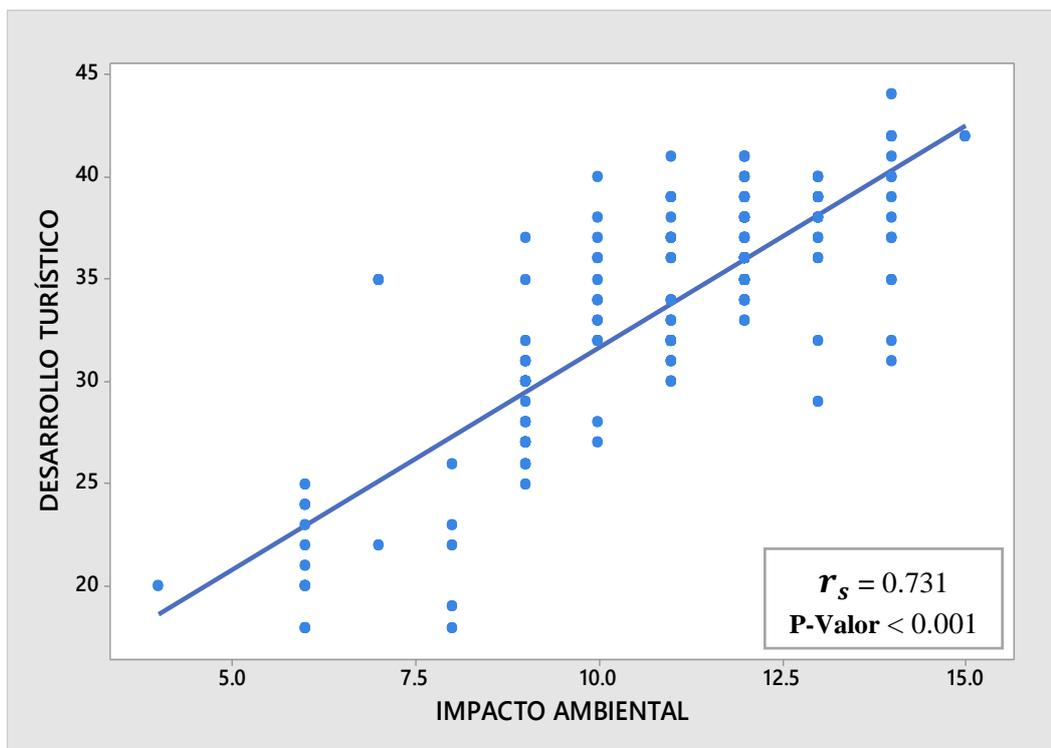


Figura 13. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto ambiental y Desarrollo turístico

c) Decisión

El resultado de la prueba indicó un el P-Valor menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$; $0.00 < 0.05$), por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternante (H_1). Afirmando estadísticamente, la existencia de relación significativa entre percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

4.6.2.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°2

a) Planteamiento de hipótesis

H₀: No existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

H₁: Existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 13. Correlación entre la dimensión Impacto sociocultural y Desarrollo turístico

		IMPACTO SOCIOCULTURAL	DESARROLLO TURÍSTICO
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1.000
	IMPACTO SOCIOCULTURAL	Sig. (bilateral)	,689**
		N	.000
		N	200
		Coefficiente de correlación	200
	DESARROLLO TURÍSTICO	Sig. (bilateral)	,689**
		.000	1.000
		N	200
		N	200

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Significancia bilateral (P-Valor): el valor de la probabilidad indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.001).

Coefficiente de correlación (r_s): los resultados de la prueba estadística indican que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como bueno ($r_s = 0.689$).

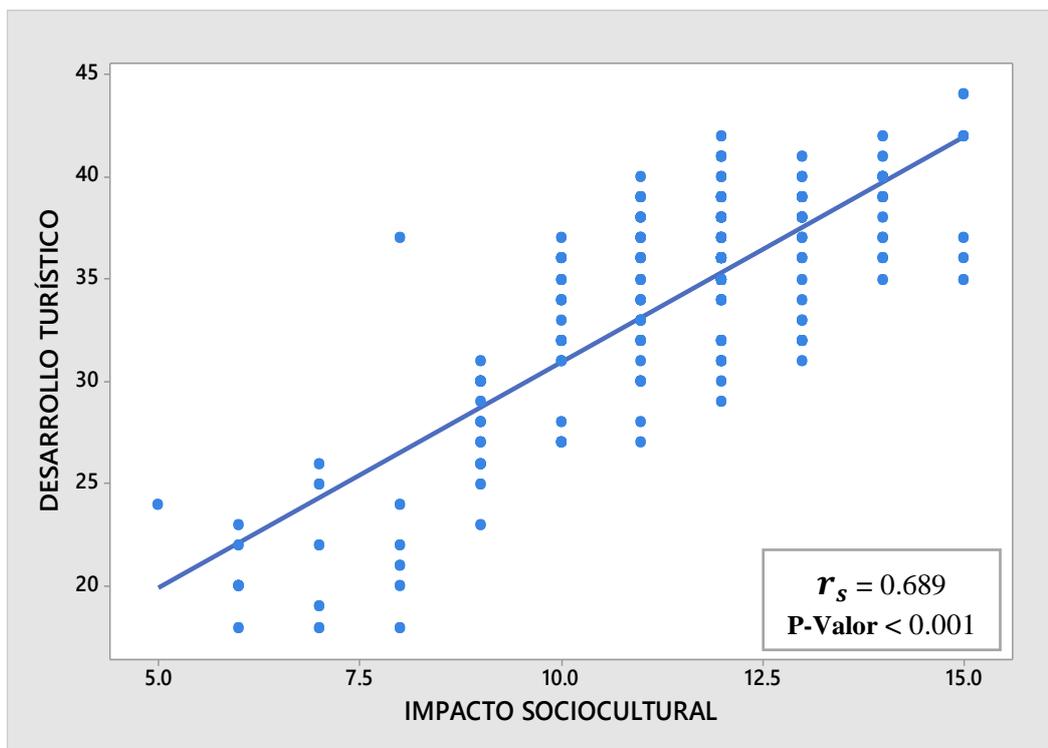


Figura 14. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto sociocultural y Desarrollo turístico

c) Decisión

El resultado de la prueba indicó un el P-Valor menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$; $0.00 < 0.05$), por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternante (H_1). Afirmando estadísticamente, la existencia de relación significativa entre percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

4.6.2.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA N°3

a) Planteamiento de hipótesis

H₀: No existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

H₁: Existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

b) Cálculo del estadístico

Tabla 14. Correlación entre la dimensión Impacto económico y Desarrollo turístico

			IMPACTO ECONÓMICO	DESARROLLO TURÍSTICO
Rho de Spearman	IMPACTO ECONÓMICO	Coefficiente de correlación	1.000	,725**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	200	200
	DESARROLLO TURÍSTICO	Coefficiente de correlación	,725**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	200	200

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Significancia bilateral (P-Valor): el valor de la probabilidad indica que la correlación es significativa (P-Valor < 0.001).

Coefficiente de correlación (r_s): los resultados de la prueba estadística indican que existe una correlación directa (positiva), con un grado de correlación calificado como bueno ($r_s = 725$).

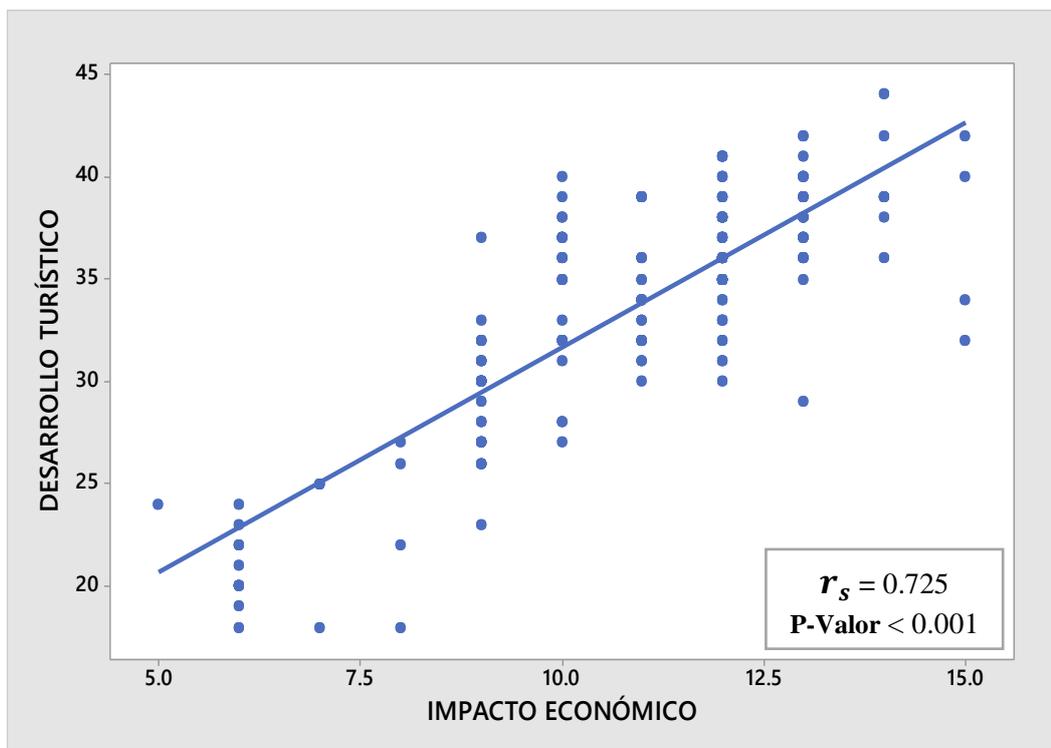


Figura 15. Gráfico de dispersión entre la dimensión Impacto económico y Desarrollo turístico

c) Decisión

El resultado de la prueba indicó un el P-Valor menor que alfa ($P\text{-Valor} < \alpha$; $0.00 < 0.05$), por tanto, se procedió a rechazar la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternante (H_1). Afirmando estadísticamente, la existencia de relación significativa entre percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En consideración a los objetivos del estudio en el cual se plantearon determinar la relación del ecoturismo y la percepción del desarrollo turístico. Se ha podido comprobar estadísticamente la relación de ambas variables; así como también la relación entre la variable desarrollo turístico y las dimensiones del ecoturismo (impacto ambiental, impacto sociocultural, e impacto económico). lo cual significa que la relación es directa ya que un alto nivel de actitud sobre el ecoturismo en individuos, está asociado a un alto nivel de la percepción del desarrollo turístico. Lo cual determinó que se acepte la hipótesis alternante.

Basados en la revisión literaria sobre el ecoturismo; se evidenciaron consensos entre diversos autores; los cuales indican que el ecoturismo se basa principalmente en la sostenibilidad el cual esencialmente abarca tres dimensiones como el aspecto ambiental, sociocultural y económico. Tal como indica puntualmente Sandoval, E. 2006, p.27 “el verdadero ecoturismo es un concepto multifacético, que hace uso del turismo para asegurar la sostenibilidad ambiental y sociocultural, así como el desarrollo económico” y como define la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, por sus siglas en inglés) de manera muy sencilla dice que ecoturismo es: “Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales” (Díaz, R., & Escárcega, S., 2009, p.126). En tanto que Jiménez, L. (2013, p.5) refiere que, el ecoturismo debe tener una planificación, una gestión y una promoción integral, de modo que las actividades económicas y recreativas tengan como objetivo la búsqueda

de la conservación de los valores naturales, culturales y el desarrollo sostenible de las comunidades rurales y suburbanas. En la misma línea Díaz, R., & Escárcega, S. (2009, p.125) indican que los factores de la sustentabilidad que se relacionan directamente con la actividad turística son diversos; en este marco, el ecoturismo visto desde la perspectiva de la sustentabilidad involucra los parámetros económicos, medioambientales, sociales y culturales.

En tanto que el desarrollo turístico debe reflejar principalmente en los destinos en la cual opera la actividad; a la vez que esta debe integrar a la comunidad, a las empresas, al gobierno. En la comunidad esta debe ser traducido en beneficios como la calidad de vida, en la sostenibilidad productiva; en las empresas esta debe indicar parámetros en las cuales se pueda actuar de forma responsable, teniendo en cuenta la capacidad de la estructura turística, y los límites evaluados en la carga turística; en el gobierno sobre todo local esta debe tener partida doble, es decir el gobierno debe dotar de estructuras, condiciones apropiadas para la operación de la actividad, así también se explica que derivada de la actividad genera ingresos en el gobierno local. Económicamente se explica que el desarrollo del turismo crea un efecto multiplicador, es decir los ingresos que se generan derivada de dicha actividad, no solo se distribuyen directamente en ella, si no que este impacto económico también incide sobre otras actividades, que operan en los otros sectores.

Mediante el cálculo realizado con la prueba del coeficiente de correlación Rho de Spearman (r_s), los resultados evidenciaron correlaciones significativas en todas las pruebas, conllevando así, a aceptarse todas las hipótesis planteadas en el estudio, quedando así demostrado estadísticamente. Con respecto a la prueba de hipótesis general, la correlación entre el ecoturismo y el desarrollo turístico, fue directa (positiva) con un grado de correlación calificado como bueno (P-Valor < α ; $r_s = 0.741$); esto indica

mientras que se perciba positivamente la operación del ecoturismo sobre la base de la sostenibilidad (teniendo en cuenta el impacto ambiental, sociocultural, y económico), también se percibirá positivamente el desarrollo del turismo (integración de comunidad, empresas y gobierno), por tanto una valoración positiva en una hará que la otra también se valore en tal sentido. En la primera prueba de hipótesis específica la correlación entre el impacto ambiental y el desarrollo turístico, fue directa (positiva) con un grado calificación buena (P-Valor $< \alpha$; $r_s = 0.731$), indicando que las percepciones positivas de impacto ambiental (conservación, concientización y portación) derivado de la operación turística, se relacionan directamente con el desarrollo del turismo. En la segunda prueba de hipótesis específica relacionado al impacto sociocultural y al desarrollo turístico, también resulto directa con grado calificado como bueno (P-Valor $< \alpha$; $r_s = 0.689$), indicando así que la percepción positiva sobre el impacto sociocultural (manifestación de que la operación promueve conservación de identidad cultural, tradiciones culturales y valores sociales) derivado de la operación ecoturística, está relacionado a la percepción positiva del desarrollo turístico. De igual forma en la tercera hipótesis específica la relación entre el impacto económico y el desarrollo turístico fue directa con grado calificado como bueno (P-Valor $< \alpha$; $r_s = 0.725$); indicando así que la percepción positiva sobre el impacto económico derivado de la operación ecoturística (manifestación de que la operación es un potencial de la economía local, el cual es un efecto multiplicador y la vez genera empleos tanto directos como indirectos), se relaciona directamente a la percepción positiva del desarrollo turístico.

Con respecto a los antecedentes, estas coinciden con Orgaz, F. (2014), en su estudio sobre “turismo y cooperación al desarrollo: un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos”. En el cual el autor indica que el turismo se configura como una de las principales ramas económicas a nivel mundial; en este sentido, han ido apareciendo

nuevas tipologías turísticas que tienen como finalidad mejorar el desarrollo socioeconómico de la comunidad local y la conservación de los recursos naturales; así, el ecoturismo es una de estas tipologías turísticas con tales características. Los resultados de la investigación muestran que existen numerosos beneficios para los destinos, pero solo, si la actividad ecoturística se desarrolla de forma adecuada, teniendo en cuenta la importancia de los agentes o stakeholders locales para la correcta planificación del ecoturismo en el destino. Relacionando al estudio se destaca que la actividad ecoturística debe desarrollarse de forma adecuada, esto se vincula al estudio cuando se evalúa las percepciones tanto de operación e integración, es decir no puede percibirse un desarrollo turístico positivo si no se actúa responsablemente.

Así también existe cierta similitud con Cañero, P., & Orgaz, F. (2015), en su estudio sobre “el ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales”. Los resultados obtenidos en esta investigación muestran que la población de estas zonas rurales tiene un cierto grado de acuerdo con todos los ítems planteados, sobre todo los relacionados con los beneficios económicos y socioculturales, en tanto la percepción de la comunidad rural hacia la conservación del recurso natural es neutra. Relacionado el estudio toma en cuenta beneficio económicos, socioculturales y la conservación del recurso natural. las dimensiones del ecoturismo basados en la sostenibilidad.

La limitación del estudio comprende aspectos de los resultados en el lugar y momento de medición, ya que la evaluación realizada al individuo sobre (percepciones), no tienen un comportamiento estático temporal. Al margen de las limitaciones la investigación es de aporte para la gestión y marketing empresarial, al evaluar dichas variables, asimismo proporciona información del cual se pueda partir otras investigaciones relacionados al ecoturismo y desarrollo turístico.

CONCLUSIONES

1. Existe evidencia estadística con un nivel de confianza del 95% ($1-\alpha$), de que existe correlación significativa ($P\text{-valor} < \alpha$) entre la variable ecoturismo y desarrollo turístico. Determinándose que la correlación entre las variables es directa con grado calificado como bueno ($r_s = 0.718$). En la descripción se observó que el 70.5% de los encuestados indicaron que el ecoturismo contribuye de buena manera a operar sosteniblemente en el lugar de destino; y en tanto el 74.5% indicó que el desarrollo turístico integra de buena manera a la comunidad, empresas y gobierno.
2. En la primera prueba de hipótesis específica, relacionado al impacto ambiental y al desarrollo del turismo; el resultado indicó correlación significativa ($P\text{-valor} < \alpha$), determinándose correlación directa, con un grado calificado como bueno ($r_s = 0.731$). En la descripción se observó que el 69.5% de los encuestados indicaron que el impacto ambiental de la operación ecoturística es positivo.
3. Con respecto a la segunda prueba de hipótesis específica, relacionado al impacto sociocultural y al desarrollo del turismo; el resultado indicó correlación significativa ($P\text{-valor} < \alpha$), determinándose correlación directa, con un grado calificado como bueno ($r_s = 0.689$). En la descripción se observó que el 73.0% de los encuestados indicaron que el impacto sociocultural de la operación ecoturística es positivo.
4. En la tercera prueba de hipótesis específica, relacionado al impacto económico y al desarrollo del turismo; el resultado indicó correlación significativa ($P\text{-valor} < \alpha$), determinándose correlación directa, con un grado calificado como bueno ($r_s = 0.725$). En la descripción se observó que el 66.0% de los encuestados manifestaron que el impacto económico de la operación ecoturística es alta.

RECOMENDACIONES

1. Realizar estrategias de desarrollo turístico local, teniendo en cuenta el enfoque de la sostenibilidad, que involucre el aspecto ambiental, sociocultural, y económico; a la misma vez que esta integre tanto a la comunidad, las empresas, y el gobierno.
2. Evaluar la infraestructura turística, para así establecer límites y no incurrir en sobrecarga turística los cuales generen impactos negativos al ambiente. De tal forma que se cambie la perspectiva tradicional del turismo de masas, a una más responsable que opere en beneficio del lugar del destino.
3. Fortalecer la identidad cultural, mantener las tradiciones culturales y no vulnerar los valores sociales; los cuales son parte de la historia de una comunidad. Ya que estas son parte del producto turístico que valora en gran parte el consumidor externo y en muchos casos son atractivos únicos que diferencian a ciertas comunidades.
4. Desarrollar planes, donde se incluyan principalmente al lugar de destino como primer beneficiario de la operación de la actividad ecoturística; de modo que los beneficios del impacto económico del turismo se reflejen en el destino turístico, evidenciando mejor calidad de vida, sostenibilidad productiva.

REFERENCIA

- Bazán, J. (2000). *“La actividad turística y su incidencia en el proceso de desarrollo de la provincia de Leoncio Prado”* (Tesis para optar al título de economista). Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4 ed.). México: Trillas.
- Cañero, P., & Orgaz, F. (2015). *“El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en República Dominicana”*. *Ciencia y Sociedad*, 40(0) 47-76. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87038991004>
- Cárdenas, F. (2006). *Proyectos turísticos. localización e inversión* (2 ed.). México: Trillas.
- Castejón, R., Méndez, E., González, J., Pérez, A., Martínez, J., Gómez, J., & Mochón, A. (2009). *Introducción a la economía para turismo* (2 ed.). Madrid: Pearson educación.
- Díaz, R. & Escárcega, S. (2009). *Desarrollo sustentable. Una oportunidad para la vida*. México: McGraw Hill.
- González, J., Lorenzo, M., Vega, J., & Osuna, R. (2011). *Microeconomía del turismo* (1 ed.). España: Editorial Sanz y Torres.
- Jiménez, L. & Jiménez, W. (2013). *Turismo tendencias globales y planificación estratégica* (1 ed.). Bogotá-Colombia: Ecoe ediciones.
- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico regional* (2 ed.). Colombia: Ecoe ediciones.

- Kotler, P., García, J., Zamora, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing turístico* (5 ed.). Pearson educación, Madrid-España.
- Labandeira, X., León, C., & Vázquez, M. (2007). *Economía ambiental*. Madrid: Pearson educación.
- Molina, S., & Rodríguez, S. (2005). *Planificación integral del Turismo: un enfoque para Latinoamérica* (2 ed.). México: Trillas.
- Montiel, A., Ramos, A., Martell, C., García, C., Bigné, E., Díaz, F., Martín, F., Sánchez, I., & et al (2007). *Estadística para turismo* (1 ed.). Madrid-España: McGraw Hill.
- Orgaz, F. (2014). "*Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos*". *El Periplo Sustentable*, () 47-66. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193432638002>
- Panosso, A. (2008). *Filosofía del turismo: Teoría y epistemología*. México: Trillas.
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Rebollo, N. (2012). *Ecoturismo* (1 ed.). México: Red tercer milenio.
- Sandoval, E. (2006). *Ecoturismo: operación técnica y gestión ambiental*. México: Editorial Trillas.
- Zamorano, F. (2008). *Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados* (2 ed.). México: Trillas.
- Zevallos, A. (2004). "*Factores que limitan la competitividad del sector turismo en el departamento de Huánuco*" (Tesis para optar al título de licenciado en administración). Universidad Nacional Agraria de la Selva.

ANEXO

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Cuestionario de encuesta de Ecoturismo y Desarrollo turístico (CEDT)

J. Calderón Weninger©

Estimado señor (a), pedimos de su colaboración para responder el siguiente cuestionario relacionado a la actividad ecoturística y al desarrollo turístico. Los datos que nos proporcione tendrán solo un fin específico de investigación; por tanto, siéntase en libertad de responder de manera sincera cada ítem. (Maque con una "x" la respuesta que crea usted). Gracias.

ID	ECOTURISMO (DIMENSIONES / Ítems)	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
I.	IMPACTO AMBIENTAL					
1	Cree que el ecoturismo contribuirá activamente a la conservación del patrimonio natural.					
2	Cree que ecoturismo es una buena forma de concientización ambiental para el buen comportamiento de ofertantes y demandantes.					
3	Cree que con el ecoturismo se adoptarán medidas estrictas de protección de la naturaleza para proteger flora, fauna y ecosistemas.					
II.	IMPACTO SOCIOCULTURAL					
4	Cree el ecoturismo contribuirá de gran manera a que la identidad cultural no se pierda.					
5	Cree que el ecoturismo contribuirá de gran manera a mantener las tradiciones culturales.					
6	Cree que el ecoturismo contribuirá de gran manera a que los valores sociales no sufran cambios negativos.					
III.	IMPACTO ECONÓMICO					
7	Cree usted que el ecoturismo tiene potencial de mejorar la economía local.					
8	Cree que la operación ecoturística generará un efecto multiplicador que beneficiara a otros sectores (diferente al servicio).					
9	Cree que el ecoturismo proveerá de empleos tanto directos e indirectos que le beneficiará.					

ID	DESARROLLO TURÍSTICO (DIMENSIONES / Ítems)	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
I.	COMUNIDAD					
10	Cree que el desarrollo turístico contribuye a mantener un nivel significativo de salud y capacidad productiva para los habitantes tanto presentes como futuros.					
11	El desarrollo turístico incentiva a la superación y cooperación local (capacitación y formar agrupaciones para ofrecer un buen servicio).					
12	Cree que la calidad de vida de las comunidades (destinos turísticos) mejorará de gran manera con el desarrollo turístico.					
II.	EMPRESA					
13	Cree que el turismo convencional centrado en la oferta y masificado en la demanda, debe cambiar teniendo en cuenta la capacidad de carga turística.					
14	Los diferentes intereses de las empresas no deben pasar por alto el aspecto de la "sostenibilidad" del turismo.					
15	Cree que la inversión privada integra a las comunidades locales en el desarrollo turístico.					
III.	GOBIERNO					
16	Cree que los planes de desarrollo turístico local por parte de la municipalidad es el adecuado.					
17	Cree que el desarrollo del turismo adecuado contribuirá significativamente en los ingresos del gobierno local.					
18	Cree que el desarrollo del turismo propicia de alguna manera la apertura de obras públicas (infraestructura, seguridad, y control) para el bien común.					

CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

SEXO		EDAD	
Femenino		≤ 25 años	
Masculino		26-35 años	
		36-45 años	
GRADO DE INSTRUCCIÓN		46-55 años	
Primaria		56-65 años	
Secundaria		≥ 66 años	
Superior		INGRESO	
		≤ 850 soles	
		851 a 1000 soles	
		1001 a 1500 soles	
		1501 a 2000 soles	
		≥ 2001 soles	
ESTADO CIVIL			
Soltero(a)			
Conviviente / casado(a)			
Divorciado(a)			

Anexo 2. Datos del análisis inferencial

ID	DESARROLLO TURÍSTICO		ECOTURISMO		IMPACTO AMBIENTAL (DX1)		IMPACTO SOCIOCULTURAL (DX2)		IMPACTO ECONÓMICO (DX3)		COMUNIDAD (DY1)		EMPRESAS (DY2)		GOBIERNO (DY3)	
	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.
1	30	2	27	2	9	2	9	2	9	2	10	2	10	2	10	2
2	23	2	26	2	8	2	9	2	9	2	9	2	7	1	7	1
3	41	3	36	3	11	3	13	3	12	3	15	3	14	3	12	3
4	39	3	39	3	12	3	14	3	13	3	14	3	13	3	12	3
5	22	1	18	1	6	1	6	1	6	1	8	2	7	1	7	1
6	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	10	2
7	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
8	42	3	45	3	15	3	15	3	15	3	15	3	15	3	12	3
9	41	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	15	3	14	3
10	39	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	12	3
11	26	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	8	2
12	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
13	18	1	18	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1
14	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	9	2
15	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	13	3	12	3	11	3
16	36	3	32	3	12	3	10	2	10	2	12	3	13	3	11	3
17	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	10	2
18	35	3	27	2	7	1	10	2	10	2	12	3	11	3	12	3
19	39	3	34	3	12	3	11	3	11	3	11	3	14	3	14	3
20	29	2	27	2	9	2	9	2	9	2	10	2	9	2	10	2
21	41	3	39	3	14	3	12	3	13	3	15	3	14	3	12	3
22	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
23	37	3	32	3	11	3	11	3	10	2	12	3	13	3	12	3
24	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
25	28	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	10	2
26	24	2	16	1	6	1	5	1	5	1	6	1	7	1	11	3
27	36	3	32	3	10	2	11	3	11	3	12	3	12	3	12	3
28	36	3	30	2	10	2	10	2	10	2	14	3	11	3	11	3
29	37	3	33	3	11	3	12	3	10	2	14	3	13	3	10	2
30	35	3	32	3	9	2	12	3	11	3	11	3	12	3	12	3
31	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	10	2
32	34	3	32	3	11	3	10	2	11	3	12	3	10	2	12	3
33	38	3	31	2	10	2	11	3	10	2	11	3	15	3	12	3
34	30	2	29	2	9	2	11	3	9	2	10	2	9	2	11	3
35	37	3	32	3	11	3	11	3	10	2	12	3	13	3	12	3
36	37	3	36	3	13	3	11	3	12	3	12	3	13	3	12	3
37	39	3	37	3	13	3	13	3	11	3	15	3	12	3	12	3
38	37	3	42	3	14	3	15	3	13	3	15	3	11	3	11	3
39	35	3	40	3	14	3	14	3	12	3	12	3	12	3	11	3
40	35	3	32	3	10	2	11	3	11	3	11	3	12	3	12	3

ID	DESARROLLO TURÍSTICO		ECOTURISMO		IMPACTO AMBIENTAL (DX1)		IMPACTO SOCIOCULTURAL (DX2)		IMPACTO ECONÓMICO (DX3)		COMUNIDAD (DY1)		EMPRESAS (DY2)		GOBIERNO (DY3)	
	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.	Σ	3 Categ.
41	34	3	35	3	12	3	12	3	11	3	11	3	12	3	11	3
42	34	3	35	3	11	3	12	3	12	3	11	3	12	3	11	3
43	31	2	38	3	14	3	13	3	11	3	11	3	10	2	10	2
44	28	2	31	2	10	2	11	3	10	2	9	2	10	2	9	2
45	33	3	34	3	11	3	11	3	12	3	11	3	12	3	10	2
46	27	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2
47	21	1	20	1	6	1	8	2	6	1	9	2	7	1	5	1
48	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	12	3	12	3
49	40	3	37	3	12	3	12	3	13	3	15	3	13	3	12	3
50	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
51	20	1	18	1	6	1	6	1	6	1	5	1	6	1	9	2
52	36	3	40	3	12	3	15	3	13	3	12	3	13	3	11	3
53	38	3	41	3	14	3	13	3	14	3	13	3	13	3	12	3
54	39	3	35	3	11	3	12	3	12	3	12	3	15	3	12	3
55	38	3	39	3	13	3	13	3	13	3	12	3	14	3	12	3
56	36	3	39	3	12	3	14	3	13	3	13	3	13	3	10	2
57	30	2	35	3	11	3	12	3	12	3	11	3	10	2	9	2
58	29	2	38	3	13	3	12	3	13	3	10	2	10	2	9	2
59	44	3	43	3	14	3	15	3	14	3	15	3	15	3	14	3
60	39	3	39	3	13	3	14	3	12	3	14	3	14	3	11	3
61	38	3	37	3	12	3	13	3	12	3	14	3	13	3	11	3
62	32	3	41	3	13	3	13	3	15	3	11	3	11	3	10	2
63	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	13	3	12	3	11	3
64	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
65	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
66	30	2	27	2	9	2	9	2	9	2	11	3	9	2	10	2
67	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
68	40	3	43	3	14	3	14	3	15	3	14	3	12	3	14	3
69	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	11	3
70	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	11	3
71	37	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	12	3
72	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
73	27	2	28	2	9	2	10	2	9	2	10	2	9	2	8	2
74	42	3	44	3	15	3	15	3	14	3	15	3	15	3	12	3
75	39	3	39	3	13	3	13	3	13	3	14	3	13	3	12	3
76	31	2	27	2	9	2	9	2	9	2	10	2	11	3	10	2
77	35	3	37	3	12	3	13	3	12	3	12	3	12	3	11	3
78	26	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	8	2
79	30	2	31	2	11	3	9	2	11	3	10	2	11	3	9	2
80	23	2	18	1	6	1	6	1	6	1	10	2	7	1	6	1

ID	DESARROLLO TURÍSTICO		ECOTURISMO		IMPACTO AMBIENTAL (DX1)		IMPACTO SOCIOCULTURAL (DX2)		IMPACTO ECONÓMICO (DX3)		COMUNIDAD (DY1)		EMPRESAS (DY2)		GOBIERNO (DY3)	
	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.
81	38	3	35	3	12	3	11	3	12	3	13	3	13	3	12	3
82	34	3	32	3	11	3	10	2	11	3	11	3	11	3	12	3
83	36	3	38	3	12	3	12	3	14	3	12	3	13	3	11	3
84	38	3	38	3	12	3	13	3	13	3	15	3	12	3	11	3
85	22	1	21	1	8	2	7	1	6	1	7	1	7	1	8	2
86	37	3	36	3	11	3	12	3	13	3	14	3	12	3	11	3
87	20	1	18	1	4	1	8	2	6	1	5	1	6	1	9	2
88	27	2	28	2	10	2	10	2	8	2	10	2	8	2	9	2
89	32	3	30	2	10	2	10	2	10	2	10	2	11	3	11	3
90	36	3	33	3	11	3	11	3	11	3	12	3	12	3	12	3
91	39	3	39	3	13	3	12	3	14	3	13	3	13	3	13	3
92	32	3	33	3	11	3	11	3	11	3	11	3	11	3	10	2
93	31	2	35	3	11	3	12	3	12	3	11	3	11	3	9	2
94	32	3	31	2	9	2	12	3	10	2	11	3	9	2	12	3
95	34	3	34	3	12	3	11	3	11	3	11	3	12	3	11	3
96	40	3	38	3	12	3	14	3	12	3	15	3	13	3	12	3
97	33	3	31	2	10	2	11	3	10	2	10	2	12	3	11	3
98	32	3	32	3	11	3	12	3	9	2	10	2	11	3	11	3
99	40	3	39	3	13	3	13	3	13	3	14	3	12	3	14	3
100	25	2	20	1	6	1	7	1	7	1	7	1	9	2	9	2
101	31	2	33	3	11	3	11	3	11	3	10	2	11	3	10	2
102	31	2	28	2	9	2	10	2	9	2	10	2	10	2	11	3
103	38	3	39	3	13	3	14	3	12	3	12	3	14	3	12	3
104	40	3	41	3	14	3	14	3	13	3	13	3	15	3	12	3
105	30	2	29	2	9	2	11	3	9	2	9	2	11	3	10	2
106	32	3	31	2	11	3	11	3	9	2	10	2	12	3	10	2
107	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	11	3	12	3	12	3
108	33	3	37	3	12	3	13	3	12	3	14	3	10	2	9	2
109	36	3	39	3	13	3	13	3	13	3	13	3	12	3	11	3
110	33	3	32	3	10	2	11	3	11	3	11	3	11	3	11	3
111	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
112	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	13	3
113	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
114	39	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	12	3
115	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
116	41	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	15	3	14	3
117	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	14	3	13	3	11	3
118	36	3	32	3	12	3	10	2	10	2	12	3	13	3	11	3
119	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
120	34	3	31	2	10	2	10	2	11	3	12	3	11	3	11	3

ID	DESARROLLO TURÍSTICO		ECOTURISMO		IMPACTO AMBIENTAL (DX1)		IMPACTO SOCIOCULTURAL (DX2)		IMPACTO ECONÓMICO (DX3)		COMUNIDAD (DY1)		EMPRESAS (DY2)		GOBIERNO (DY3)	
	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.
121	35	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	11	3
122	37	3	30	2	10	2	10	2	10	2	14	3	11	3	12	3
123	40	3	39	3	12	3	14	3	13	3	14	3	13	3	13	3
124	32	3	32	3	11	3	10	2	11	3	12	3	10	2	10	2
125	40	3	31	2	10	2	11	3	10	2	11	3	15	3	14	3
126	34	3	40	3	12	3	13	3	15	3	12	3	11	3	11	3
127	35	3	33	3	12	3	11	3	10	2	12	3	12	3	11	3
128	38	3	32	3	11	3	11	3	10	2	12	3	13	3	13	3
129	37	3	38	3	13	3	12	3	13	3	12	3	13	3	12	3
130	20	1	18	1	6	1	6	1	6	1	8	2	7	1	5	1
131	18	1	21	1	6	1	8	2	7	1	6	1	6	1	6	1
132	22	1	23	2	7	1	8	2	8	2	9	2	6	1	7	1
133	35	3	42	3	14	3	15	3	13	3	15	3	11	3	9	2
134	32	3	38	3	14	3	13	3	11	3	11	3	10	2	11	3
135	27	2	30	2	9	2	11	3	10	2	9	2	9	2	9	2
136	27	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2
137	24	2	20	1	6	1	8	2	6	1	9	2	7	1	8	2
138	40	3	37	3	12	3	12	3	13	3	15	3	13	3	12	3
139	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
140	39	3	40	3	13	3	14	3	13	3	14	3	13	3	12	3
141	36	3	39	3	12	3	14	3	13	3	12	3	13	3	11	3
142	39	3	41	3	14	3	13	3	14	3	13	3	13	3	13	3
143	28	2	29	2	9	2	10	2	10	2	9	2	9	2	10	2
144	38	3	39	3	13	3	13	3	13	3	12	3	14	3	12	3
145	31	2	35	3	11	3	12	3	12	3	11	3	10	2	10	2
146	37	3	39	3	12	3	14	3	13	3	14	3	13	3	10	2
147	37	3	37	3	12	3	13	3	12	3	14	3	13	3	10	2
148	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
149	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
150	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
151	25	2	25	2	9	2	9	2	7	1	8	2	9	2	8	2
152	30	2	27	2	9	2	9	2	9	2	11	3	9	2	10	2
153	32	3	36	3	11	3	13	3	12	3	11	3	11	3	10	2
154	26	2	27	2	9	2	9	2	9	2	8	2	9	2	9	2
155	39	3	36	3	12	3	12	3	12	3	13	3	13	3	13	3
156	33	3	31	2	11	3	11	3	9	2	11	3	11	3	11	3
157	27	2	28	2	9	2	10	2	9	2	10	2	9	2	8	2
158	18	1	23	2	8	2	7	1	8	2	4	1	6	1	8	2
159	33	3	32	3	11	3	10	2	11	3	11	3	11	3	11	3
160	39	3	38	3	12	3	13	3	13	3	15	3	12	3	12	3

ID	DESARROLLO TURÍSTICO		ECOTURISMO		IMPACTO AMBIENTAL (DX1)		IMPACTO SOCIOCULTURAL (DX2)		IMPACTO ECONÓMICO (DX3)		COMUNIDAD (DY1)		EMPRESAS (DY2)		GOBIERNO (DY3)	
	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.	Σ	3 Catg.
161	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3	12	3
162	19	1	21	1	8	2	7	1	6	1	7	1	7	1	5	1
163	38	3	38	3	12	3	13	3	13	3	13	3	13	3	12	3
164	32	3	30	2	10	2	10	2	10	2	10	2	11	3	11	3
165	36	3	33	3	11	3	11	3	11	3	12	3	12	3	12	3
166	39	3	39	3	13	3	12	3	14	3	13	3	13	3	13	3
167	32	3	33	3	11	3	11	3	11	3	11	3	11	3	10	2
168	32	3	35	3	11	3	12	3	12	3	11	3	11	3	10	2
169	32	3	32	3	11	3	10	2	11	3	10	2	11	3	11	3
170	32	3	33	3	11	3	12	3	10	2	11	3	11	3	10	2
171	31	2	31	2	9	2	12	3	10	2	11	3	9	2	11	3
172	34	3	34	3	12	3	11	3	11	3	11	3	12	3	11	3
173	40	3	39	3	13	3	14	3	12	3	14	3	13	3	13	3
174	41	3	38	3	12	3	14	3	12	3	15	3	13	3	13	3
175	26	2	23	2	8	2	7	1	8	2	8	2	9	2	9	2
176	32	3	32	3	11	3	12	3	9	2	10	2	11	3	11	3
177	30	2	27	2	9	2	9	2	9	2	11	3	9	2	10	2
178	38	3	39	3	13	3	13	3	13	3	14	3	12	3	12	3
179	20	1	18	1	6	1	6	1	6	1	4	1	6	1	10	2
180	31	2	28	2	9	2	10	2	9	2	10	2	10	2	11	3
181	40	3	38	3	13	3	13	3	12	3	14	3	13	3	13	3
182	42	3	41	3	14	3	14	3	13	3	13	3	15	3	14	3
183	30	2	29	2	9	2	11	3	9	2	9	2	11	3	10	2
184	34	3	36	3	12	3	12	3	12	3	11	3	12	3	11	3
185	37	3	37	3	12	3	13	3	12	3	11	3	13	3	13	3
186	33	3	37	3	12	3	13	3	12	3	14	3	10	2	9	2
187	36	3	39	3	13	3	13	3	13	3	13	3	12	3	11	3
188	37	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	12	3
189	35	3	27	2	7	1	10	2	10	2	12	3	11	3	12	3
190	39	3	34	3	12	3	11	3	11	3	11	3	14	3	14	3
191	42	3	39	3	14	3	12	3	13	3	15	3	14	3	13	3
192	28	2	27	2	9	2	9	2	9	2	9	2	9	2	10	2
193	39	3	33	3	11	3	11	3	11	3	13	3	13	3	13	3
194	39	3	33	3	11	3	12	3	10	2	14	3	13	3	12	3
195	37	3	26	2	9	2	8	2	9	2	11	3	13	3	13	3
196	38	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	13	3
197	37	3	41	3	14	3	14	3	13	3	12	3	14	3	11	3
198	36	3	36	3	12	3	12	3	12	3	12	3	13	3	11	3
199	34	3	32	3	10	2	11	3	11	3	11	3	12	3	11	3
200	34	3	35	3	12	3	12	3	11	3	11	3	12	3	11	3

Anexo 3. Resultado de fiabilidad del instrumento

VARIABLE ECOTURISMO

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	40	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	40	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.920	0.925	9

Matriz de correlaciones entre elementos									
	I_E1	I_E2	I_E3	I_E4	I_E5	I_E6	I_E7	I_E8	I_E9
I_E1	1.000	0.444	0.698	0.692	0.450	0.591	0.613	0.700	0.810
I_E2	0.444	1.000	0.570	0.347	0.481	0.665	0.524	0.564	0.560
I_E3	0.698	0.570	1.000	0.654	0.412	0.618	0.515	0.570	0.724
I_E4	0.692	0.347	0.654	1.000	0.449	0.383	0.686	0.631	0.612
I_E5	0.450	0.481	0.412	0.449	1.000	0.444	0.760	0.665	0.531
I_E6	0.591	0.665	0.618	0.383	0.444	1.000	0.565	0.477	0.573
I_E7	0.613	0.524	0.515	0.686	0.760	0.565	1.000	0.581	0.551
I_E8	0.700	0.564	0.570	0.631	0.665	0.477	0.581	1.000	0.721
I_E9	0.810	0.560	0.724	0.612	0.531	0.573	0.551	0.721	1.000

Matriz de covarianzas entre elementos									
	I_E1	I_E2	I_E3	I_E4	I_E5	I_E6	I_E7	I_E8	I_E9
I_E1	0.487	0.184	0.270	0.242	0.230	0.364	0.338	0.327	0.412
I_E2	0.184	0.353	0.188	0.103	0.210	0.349	0.246	0.224	0.243
I_E3	0.270	0.188	0.307	0.181	0.167	0.303	0.226	0.212	0.293
I_E4	0.242	0.103	0.181	0.251	0.165	0.169	0.272	0.212	0.224
I_E5	0.230	0.210	0.167	0.165	0.538	0.287	0.441	0.327	0.284
I_E6	0.364	0.349	0.303	0.169	0.287	0.779	0.395	0.282	0.369
I_E7	0.338	0.246	0.226	0.272	0.441	0.395	0.626	0.308	0.318
I_E8	0.327	0.224	0.212	0.212	0.327	0.282	0.308	0.449	0.353
I_E9	0.412	0.243	0.293	0.224	0.284	0.369	0.318	0.353	0.533

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
I_E1	29.93	18.533	0.788	0.787	0.906
I_E2	30.13	19.907	0.659	0.609	0.915
I_E3	29.98	19.769	0.746	0.687	0.911
I_E4	29.88	20.369	0.694	0.733	0.914
I_E5	29.93	18.994	0.660	0.741	0.915
I_E6	29.90	17.938	0.673	0.614	0.917
I_E7	29.90	18.041	0.757	0.809	0.909
I_E8	29.95	18.818	0.772	0.741	0.908
I_E9	30.03	18.230	0.801	0.757	0.905

VARIABLE DESARROLLO TURÍSTICO

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	40	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	40	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.881	0.881	9

Matriz de correlaciones entre elementos									
	I_DT1	I_DT2	I_DT3	I_DT4	I_DT5	I_DT6	I_DT7	I_DT8	I_DT9
I_DT1	1.000	0.464	0.524	0.515	0.361	0.576	0.475	0.354	0.364
I_DT2	0.464	1.000	0.453	0.605	0.158	0.349	0.571	0.294	0.395
I_DT3	0.524	0.453	1.000	0.352	0.359	0.468	0.408	0.210	0.138
I_DT4	0.515	0.605	0.352	1.000	0.412	0.595	0.743	0.508	0.415
I_DT5	0.361	0.158	0.359	0.412	1.000	0.542	0.585	0.489	0.271
I_DT6	0.576	0.349	0.468	0.595	0.542	1.000	0.739	0.653	0.503
I_DT7	0.475	0.571	0.408	0.743	0.585	0.739	1.000	0.515	0.475
I_DT8	0.354	0.294	0.210	0.508	0.489	0.653	0.515	1.000	0.441
I_DT9	0.364	0.395	0.138	0.415	0.271	0.503	0.475	0.441	1.000

Matriz de covarianzas entre elementos									
	I_DT1	I_DT2	I_DT3	I_DT4	I_DT5	I_DT6	I_DT7	I_DT8	I_DT9
I_DT1	0.472	0.197	0.264	0.315	0.123	0.272	0.231	0.167	0.167
I_DT2	0.197	0.384	0.206	0.334	0.049	0.149	0.250	0.125	0.163
I_DT3	0.264	0.206	0.538	0.230	0.131	0.236	0.212	0.106	0.067
I_DT4	0.315	0.334	0.230	0.794	0.182	0.364	0.468	0.311	0.247
I_DT5	0.123	0.049	0.131	0.182	0.246	0.185	0.205	0.167	0.090
I_DT6	0.272	0.149	0.236	0.364	0.185	0.472	0.359	0.308	0.231
I_DT7	0.231	0.250	0.212	0.468	0.205	0.359	0.500	0.250	0.224
I_DT8	0.167	0.125	0.106	0.311	0.167	0.308	0.250	0.471	0.202
I_DT9	0.167	0.163	0.067	0.247	0.090	0.231	0.224	0.202	0.446

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
I_DT1	30.73	15.948	0.633	0.485	0.867
I_DT2	30.45	16.562	0.584	0.588	0.871
I_DT3	30.40	16.451	0.488	0.456	0.880
I_DT4	30.40	14.195	0.730	0.638	0.859
I_DT5	30.53	17.384	0.547	0.485	0.875
I_DT6	30.63	15.215	0.785	0.749	0.854
I_DT7	30.68	14.994	0.803	0.770	0.852
I_DT8	30.55	16.151	0.593	0.518	0.870
I_DT9	31.05	16.664	0.511	0.366	0.877

Anexo 4. Pruebas en características del encuestado

SEXO DEL ENCUESTADO

		Rangos		
SEXO		N	Rango promedio	Suma de rangos
DESARROLLO TURÍSTICO (Y)	Femenino	116	96.47	11191.00
	Masculino	84	106.06	8909.00
	Total	200		
ECOTURISMO (X)	Femenino	116	102.28	11864.00
	Masculino	84	98.05	8236.00
	Total	200		

Estadísticos de prueba ^a		
	DESARROLLO TURÍSTICO	ECOTURISMO
U de Mann-Whitney	4405.000	4666.000
W de Wilcoxon	11191.000	8236.000
Z	-1.159	-0.514
Sig. asintótica (bilateral)	0.246	0.608

a. Variable de agrupación: SEXO

EDAD DEL ENCUESTADO

		Rangos		
EDAD		N	Rango promedio	
DESARROLLO TURÍSTICO (Y)	≤ 25 años	23	104.48	
	26 - 35 años	63	88.80	
	36 - 45 años	70	109.44	
	46 - 55 años	30	110.28	
	56 - 65 años	8	99.06	
	≥ 66 años	6	56.75	
	Total	200		
ECOTURISMO (X)	≤ 25 años	23	112.22	
	26 - 35 años	63	88.12	
	36 - 45 años	70	104.29	
	46 - 55 años	30	120.82	
	56 - 65 años	8	97.00	
	≥ 66 años	6	44.42	
Total	200			

Estadísticos de prueba ^{a,b}		
	DESARROLLO TURÍSTICO	ECOTURISMO
Chi-cuadrado	8.696	13.677
gl	5	5
Sig. asintótica	0.122	0.018

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: EDAD

GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL ENCUESTADO

		Rangos	
GRADO DE INSTRUCCIÓN		N	Rango promedio
DESARROLLO TURÍSTICO (Y)	Primaria	30	115.75
	Secundaria	121	93.86
	Superior	49	107.56
	Total	200	
ECOTURISMO (X)	Primaria	30	105.38
	Secundaria	121	95.76
	Superior	49	109.20
	Total	200	

Estadísticos de prueba^{a,b}		
	DESARROLLO TURÍSTICO	ECOTURISMO
Chi-cuadrado	4.431	2.162
gl	2	2
Sig. asintótica	0.109	0.339

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: GRADO DE INSTRUCCIÓN

ESTADO CIVIL DEL ENCUESTADO

		Rangos	
ESTADO CIVIL		N	Rango promedio
DESARROLLO TURÍSTICO (Y)	Soltero(a)	45	100.79
	Conviviente / Casado(a)	138	100.29
	Divorciado(a)	10	107.35
	Viudo(a)	7	92.93
	Total	200	
ECOTURISMO (X)	Soltero(a)	45	101.52
	Conviviente / Casado(a)	138	97.86
	Divorciado(a)	10	125.25
	Viudo(a)	7	110.71
	Total	200	

Estadísticos de prueba^{a,b}		
	DESARROLLO TURÍSTICO	ECOTURISMO
Chi-cuadrado	0.264	2.382
gl	3	3
Sig. asintótica	0.967	0.497

a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: ESTADO CIVIL

INGRESO DEL ENCUESTADO

Rangos			
	INGRESO	N	Rango promedio
DESARROLLO TURÍSTICO (Y)	≤ 850 soles	34	98.46
	851 a 1000 soles	55	101.95
	1001 a 1500 soles	67	101.41
	1501 a 2000 soles	24	94.83
	≥ 2001 soles	20	103.75
	Total	200	
ECOTURISMO (X)	≤ 850 soles	34	99.62
	851 a 1000 soles	55	100.54
	1001 a 1500 soles	67	105.65
	1501 a 2000 soles	24	89.48
	≥ 2001 soles	20	97.88
	Total	200	

Estadísticos de prueba^{a,b}

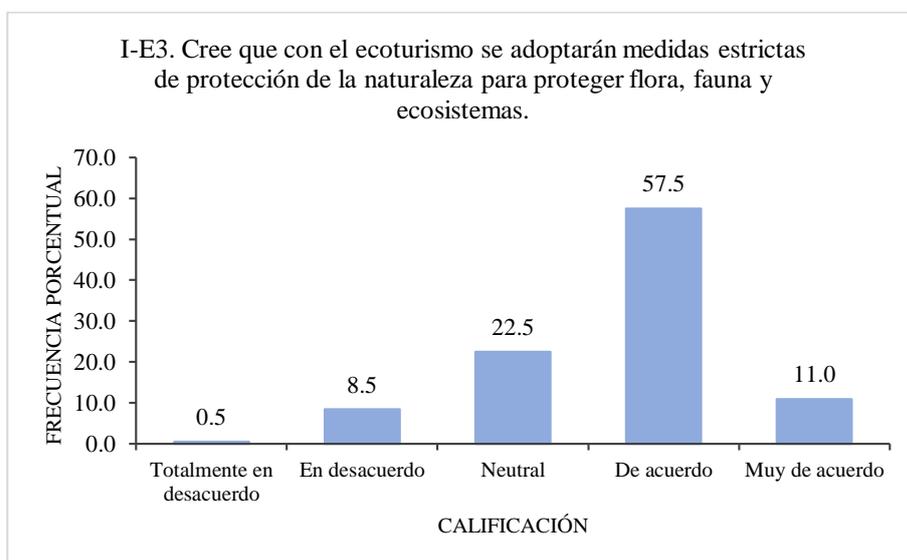
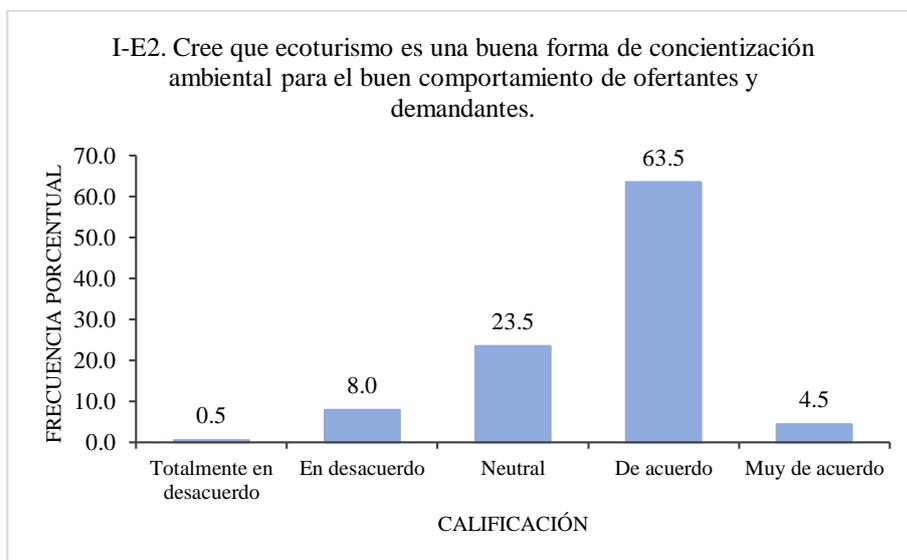
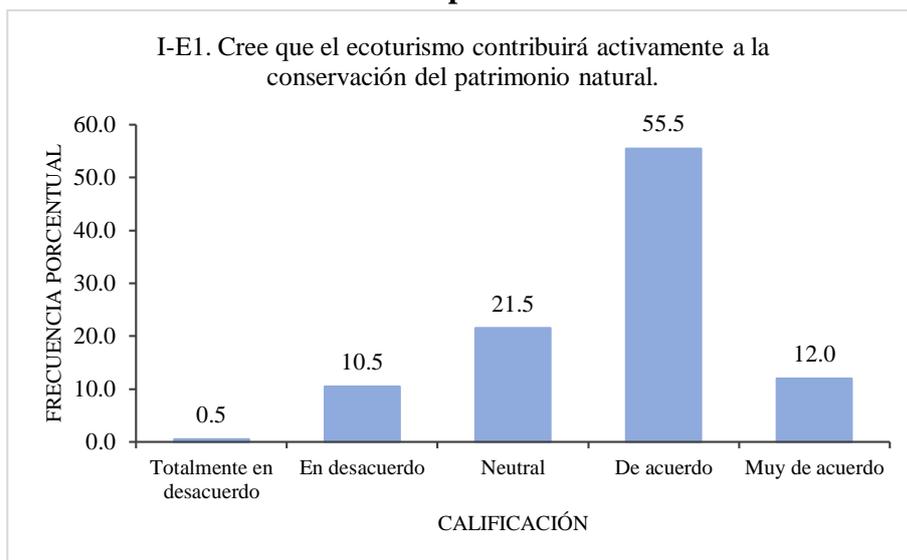
	DESARROLLO TURÍSTICO	ECOTURISMO
Chi-cuadrado	0.389	1.470
gl	4	4
Sig. asintótica	0.983	0.832

a. Prueba de Kruskal Wallis

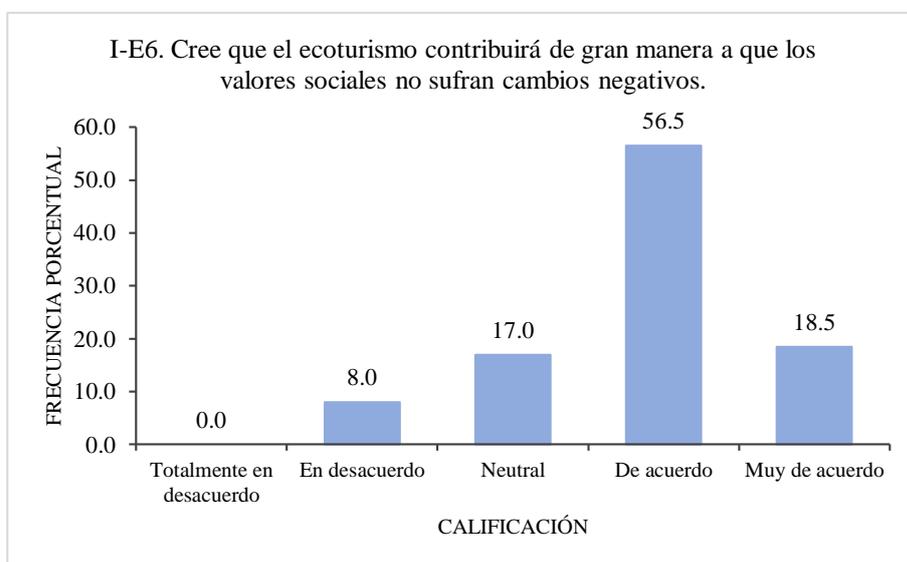
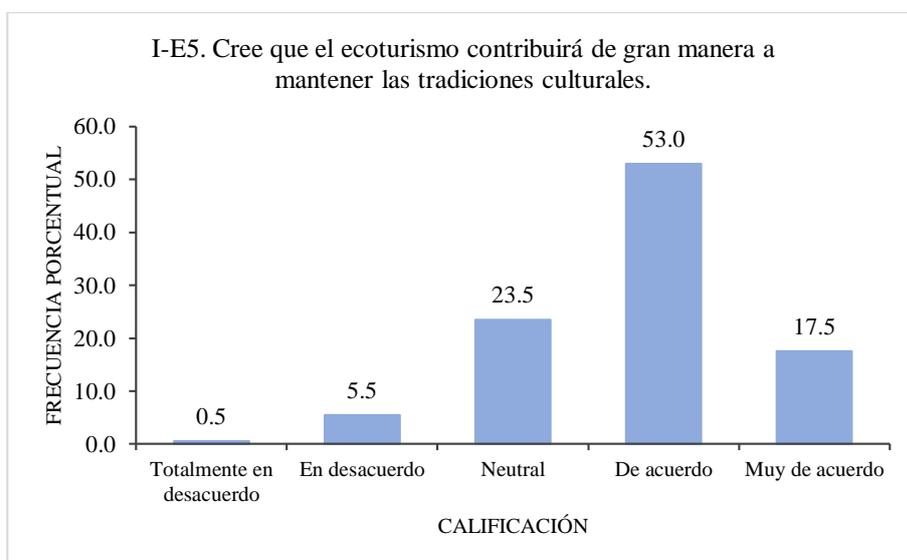
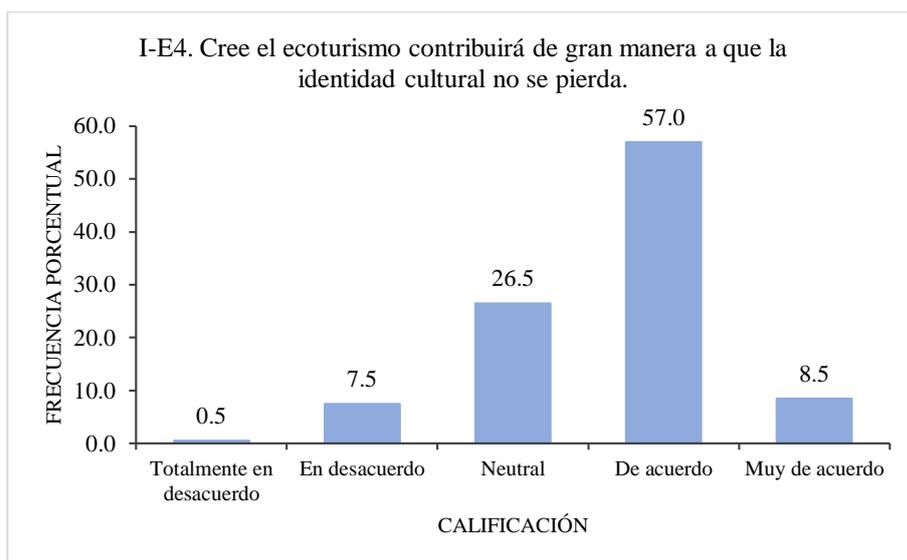
b. Variable de agrupación: INGRESO

Anexo 5. Gráficos descriptivos según ítems

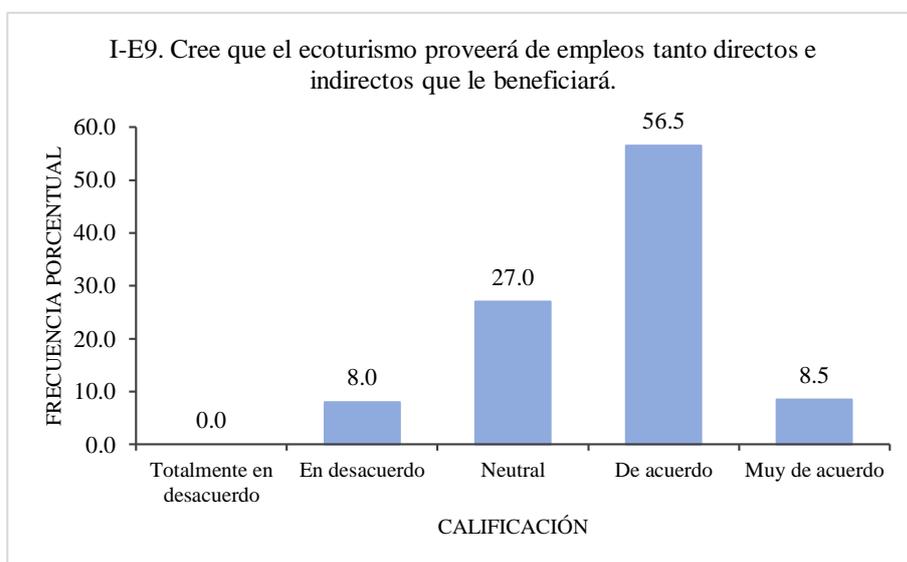
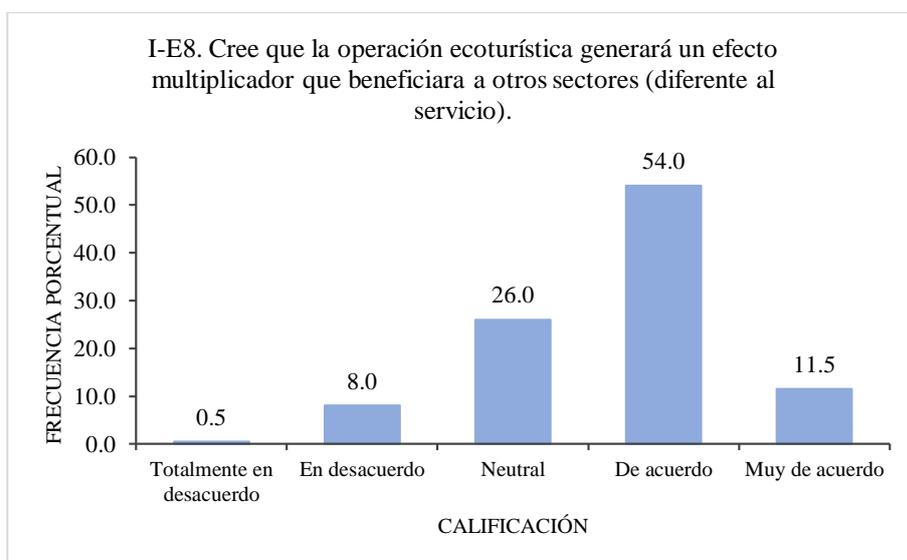
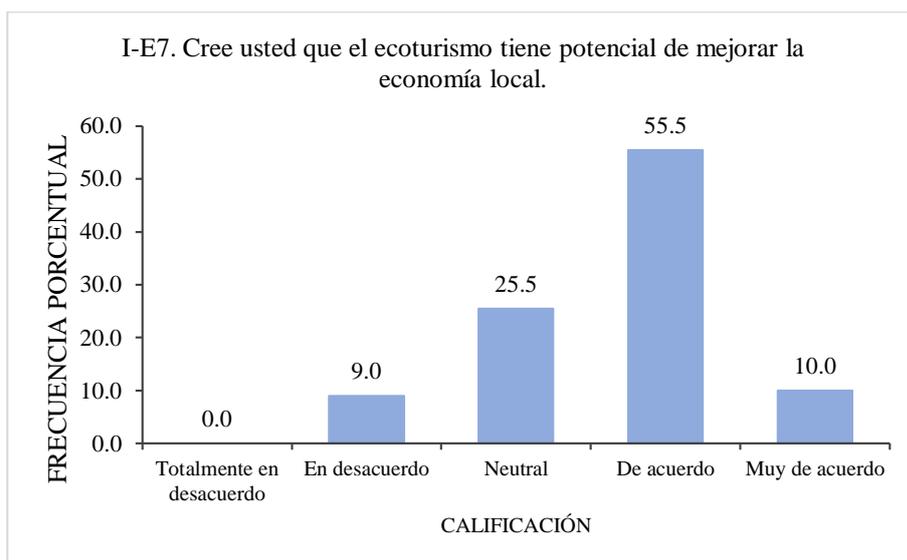
Dimensión impacto ambiental



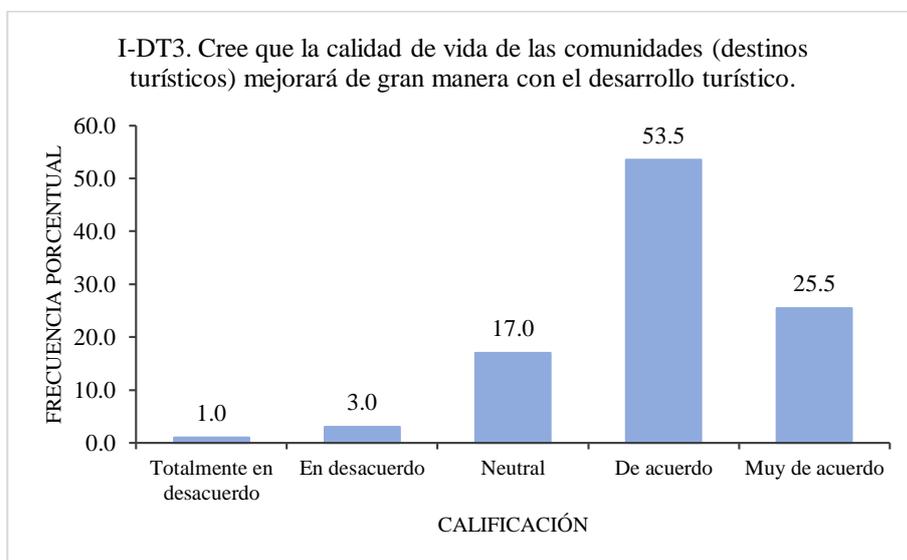
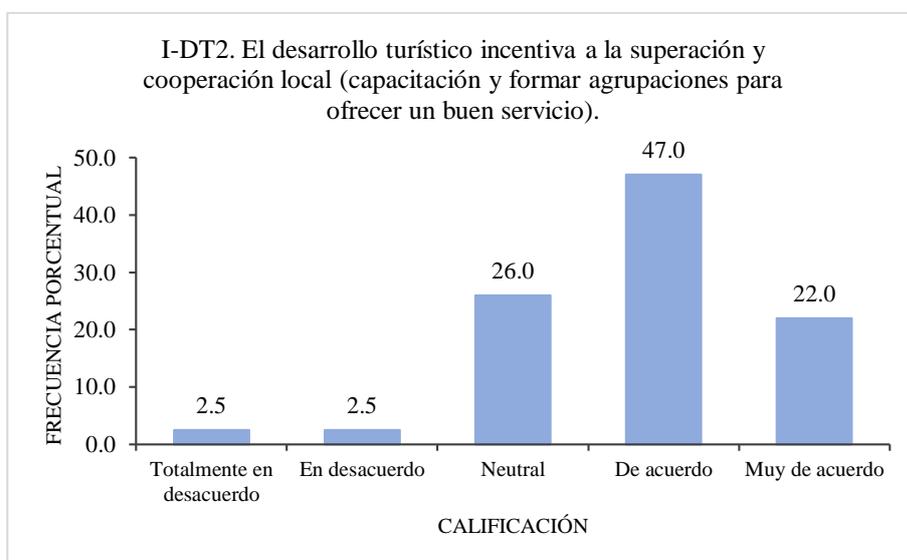
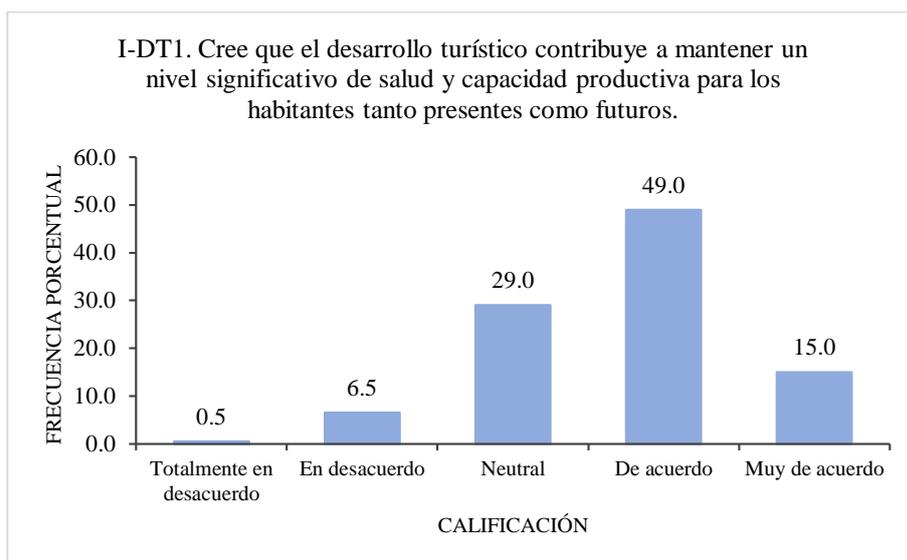
Dimensión impacto sociocultural



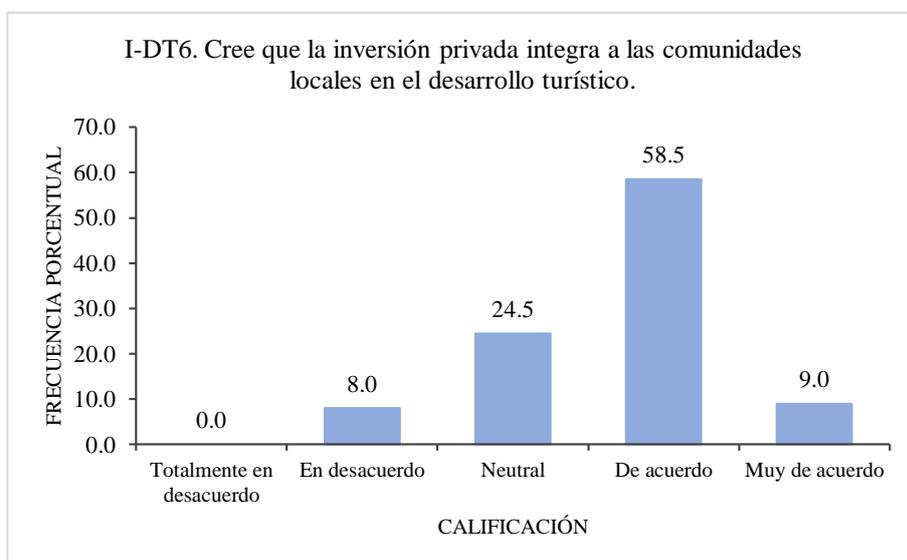
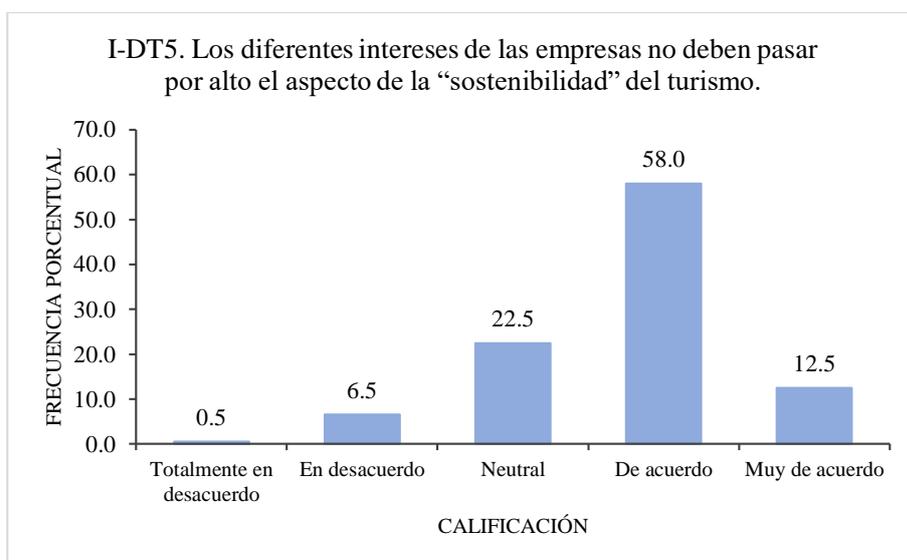
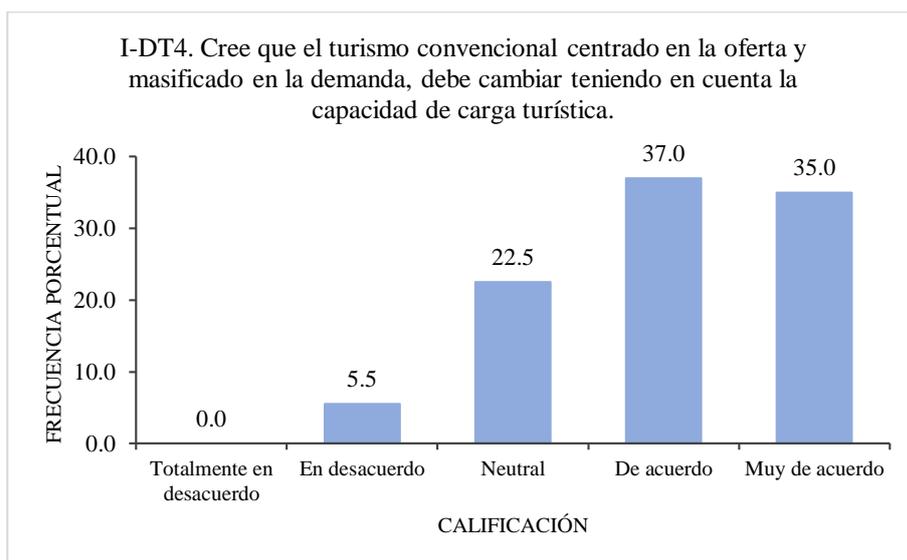
Dimensión impacto económico



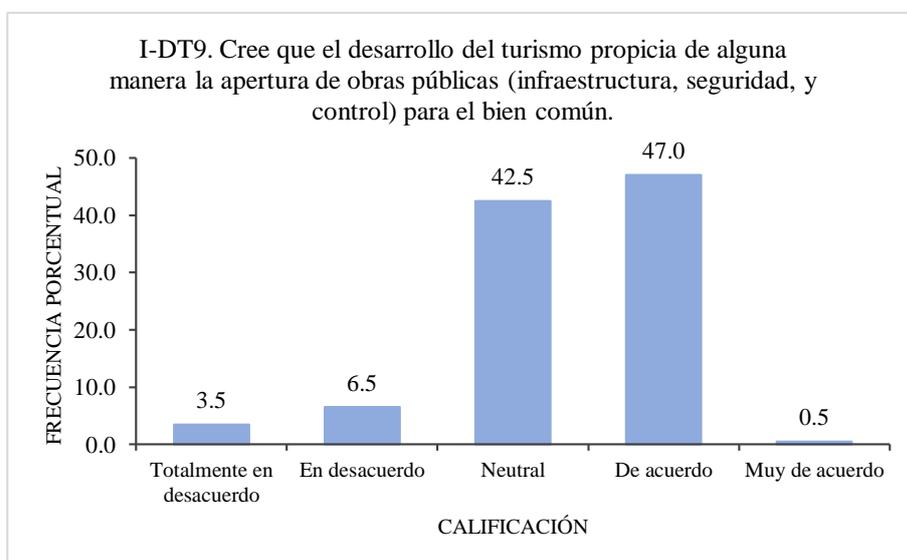
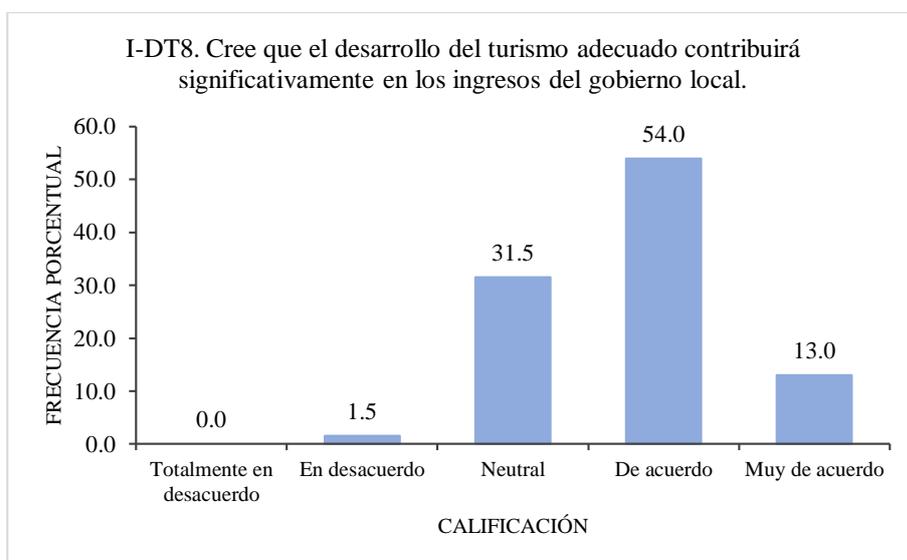
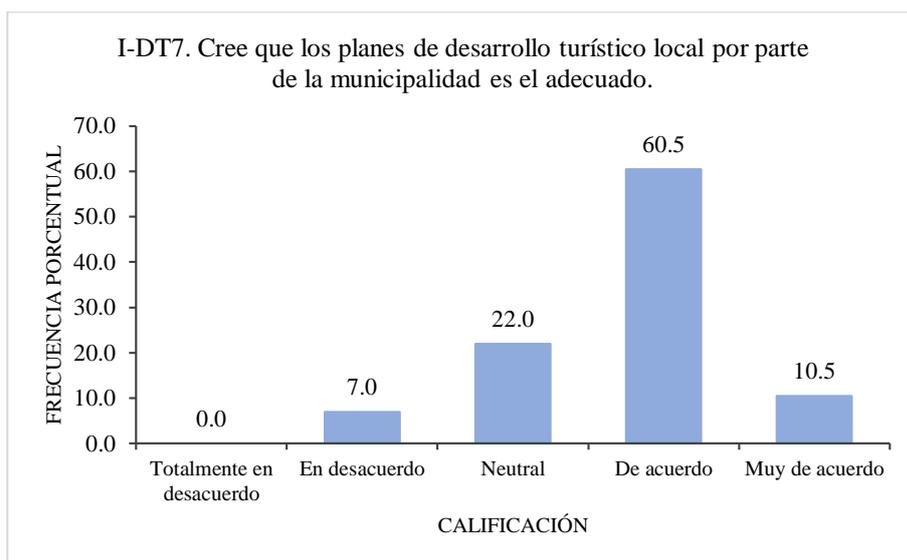
Dimensión comunidad



Dimensión empresa



Dimensión gobierno



Anexo 6. Matriz de consistencia

Título: Ecoturismo y su relación con la percepción del desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADOR	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General				
¿Existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.	Determinar la relación entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.	Existe relación significativa entre la percepción del ecoturismo y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.		Impacto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Conservación • Concientización • Protección 	<p>Tipo de estudio La investigación es aplicada de naturaleza relacional.</p> <p>Diseño El diseño de investigación es transversal no experimental.</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas	Variable Independiente: Ecoturismo	Impacto sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad cultural • Tradiciones culturales • Valores sociales 	Población y muestra La población en estudio está conformado por familias del distrito de Pachiza (n = 200).
a. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.	a. Determinar la relación entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.	a. Existe relación significativa entre la percepción del impacto ambiental (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.		Impacto económico	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial • Efecto multiplicador • Empleo 	Técnicas de recolección de datos Se aplicó el cuestionario de encuesta, con opciones de respuesta tipo Likert.
c. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.	c. Determinar la relación entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.	c. Existe relación significativa entre la percepción del impacto sociocultural (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.		Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Salud/productividad • Superación/cooperación • Calidad de vida 	
d. ¿Existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza?.	d. Determinar la relación entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.	d. Existe relación significativa entre la percepción del impacto económico (de la operación ecoturística) y el desarrollo turístico en el distrito de Pachiza.	Variable dependiente: Desarrollo turístico	Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Intereses • Inversión 	Técnicas para el procesamiento de información Para la prueba de hipótesis se procedió a aplicar el estadístico del coeficiente de correlación por rangos de Spearman (r_s).
				Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> • Planes • Ingresos • Beneficios públicos 	