



Segmentación de la demanda y motivaciones en el ecoturismo. Identificación de Research Gaps en base a la discusión de análisis empíricos

Segmentation of demand and motivations in ecotourism. Identification of Research Gaps based on the discussion of empirical analysis

Mauricio CARVACHE FRANCO [1](#); Marival SEGARRA-OÑA [2](#); Conrado CARRASCOSA-LÓPEZ [3](#)

Recibido: 30/05/2018 • Aprobado: 14/07/2018

Contenido

- [1. Introducción](#)
 - [2. Metodología](#)
 - [3. Revisión de la literatura](#)
 - [4. El ecoturismo en Latinoamérica y otras regiones del mundo \(Análisis de casos\)](#)
 - [5. Conclusiones](#)
- [Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

En el sector turístico se han desarrollado varios estudios en segmentación de la demanda y motivaciones para encontrar diversos grupos homogéneos y poder adaptar la oferta de acuerdo a necesidades más específicas, pero son escasas las investigaciones que aplican la segmentación de la demanda y las motivaciones en el ecoturismo, sector donde las motivaciones por la naturaleza y la cultura hacen diferentes a estos grupos de turistas. Este artículo presenta la identificación de research gaps en la segmentación de la demanda y motivaciones en el ecoturismo, analizando varios casos de estudios en Latinoamérica y otras regiones del mundo.

Palabras clave: Ecoturismo, Ecoturista, Segmentación, Motivaciones, América Latina.

ABSTRACT:

In the tourist sector several studies have been developed in segmentation of the demand and motivations to find diverse homogeneous groups and to adapt the offer according to more specific needs, but the investigations that apply the segmentation of the demand and the motivations in it are limited Ecotourism, a sector where the motivations for nature and culture make different to these groups of tourists. This article presents the identification of research gaps in the segmentation of demand and motivations in ecotourism, analyzing several cases of studies in Latin America and other regions of the world.

Keywords: Ecotourism, Ecotourist, Segmentation, Motivations, Latin America

1. Introducción

El ecoturismo se ha convertido en uno de los sectores de más rápido crecimiento en la industria del turismo (Das y Chatterjee, 2015). Este tipo de turismo tiene una tasa de crecimiento anual del 5% en todo el mundo y crece tres veces más rápido que el turismo en general (Hultman, Kazeminia y Ghasemi, 2015). En este sentido, Debido al creciente interés de los turistas por el medio ambiente y los desplazamientos dirigidos hacia el disfrute del medio natural, junto con la mayor insatisfacción de los turistas con el turismo de masas, se ha descubierto en la industria del turismo un importante hueco de mercado para el desarrollo del llamado turismo ecológico o ecoturismo (Rivera, 2010). Además, debido a su eficiencia en la protección del medio ambiente, educación, recreación y creación

de empleo, las áreas de ecoturismo se han convertido en importantes destinos (Tao y Wall, 2009). En los últimos 25 años, el ecoturismo se apunta como una alternativa viable para alcanzar el desarrollo local sustentable en Latinoamérica, lugar donde se ubican los principales destinos ecoturísticos a nivel mundial (Azevedo, 2007; Pardo, 2008).

Por otro lado, se ha producido un cambio en la demanda del turista. El turista actual busca lugares más tranquilos fuera de las grandes ciudades, generalmente en contacto con la naturaleza. Por lo tanto, la demanda busca actividades en el medio natural, y estas se encuentran en las áreas naturales, donde, además, se deben incluir los aspectos culturales y patrimoniales del lugar (Castellanos y Orgaz, 2013). El ecoturismo, como variedad específica del turismo, es ante todo, una actividad económica, y especialmente un producto turístico. Como tal, debe tener estructurado perfectamente su propio mercado, teniendo presente que sólo se producirá un auténtico desarrollo del ecoturismo cuando se produzca una adecuación verdadera entre los intereses, las expectativas y los deseos de la demanda (clientela) y las características de la oferta (Álvarez, 2012).

El ecoturismo está sujeto a diferentes interpretaciones que varían en función de las motivaciones y los enfoques bajo los cuales se define el concepto. (Márquez, Arcipreste, Valladares, Salazar, Aguilar, Márquez y Acevedo, 2016). Reconocer que los motivos de los ecoturistas son diferentes resulta esencial para los gestores turísticos. Adaptarse a las necesidades de este segmento de mercado resulta fundamental (Álvarez, 2012). Así, la información sobre las características y evolución de la demanda turística es imprescindible a la hora de planificar la política turística centrada en la diversificación de productos o segmentación de mercados (Collado, Navarro, Talaya y Sánchez, 2007). Además, las nuevas tipologías de turismo cobran cada día más fuerza dentro de la oferta turística (Cañero, López-Guzmán, Moral y Orgaz, 2015). En este sentido, las empresas tratan de conocer mejor a su mercado e intentan agrupar a los consumidores en segmentos, con el fin de adaptarse eficazmente a sus necesidades y aumentar su satisfacción ante los productos ofertados (Collado *et al.*, 2007). No obstante, son escasos los estudios de segmentación de la demanda tendentes a delimitar los diferentes segmentos ecoturísticos (Weaver y Lawton, 2002).

El objetivo principal de este artículo es profundizar en el conocimiento de la segmentación y las motivaciones en el ecoturismo a través de la revisión de la literatura y el análisis de casos en algunos países en Latinoamérica y otras regiones del Mundo.

2. Metodología

La metodología utilizada para la elaboración de este artículo es la revisión de la literatura científica en ecoturismo, segmentación y motivaciones. La investigación intenta contribuir a la identificación de *research gaps* en la segmentación y la motivación en el ecoturismo. Para ello, se realizó una revisión de la literatura del ecoturismo, la segmentación de la demanda en el ecoturismo y las motivaciones en el ecoturismo. El proceso utilizado para realizar la investigación es la revisión de la literatura en artículos científicos, libros, tesis doctorales y páginas web de instituciones gubernamentales. Primeramente, se analizó el ecoturismo y los diferentes casos de segmentación de la demanda y motivaciones en algunos países latinoamericanos. Se incluyeron en esta investigación los casos de estudio encontrados en países en Latinoamérica, realizándose una breve descripción del país al que pertenecen. Los países latinoamericanos donde se encontraron casos de estudio fueron: México, Brasil, Colombia, Costa Rica, Panamá y Ecuador. Se incluyó a Costa Rica por ser un país con potencial en ecoturismo, a pesar de no haberse encontrado en la literatura científica casos de estudio realizados en este país. Finalmente, se analizaron los casos de segmentación de la demanda y motivaciones en ecoturismo de otras regiones del mundo.

3. Revisión de la literatura

3.1. El Ecoturismo

El ecoturismo se originó en América Latina y el Caribe, alrededor de los años 60, en países tales como Costa Rica, Ecuador y Perú (Sundström, 2003). El ecoturismo se suele desarrollar en zonas protegidas de gran belleza e interés ecológico, aunque no únicamente en estos lugares (Puertas, 2007). En cuanto al país de origen, la mayoría de los ecoturistas proceden de naciones occidentales relativamente ricas como EEUU, Alemania, Suecia, Canadá y Australia (Álvarez, 2012). El concepto de ecoturismo apareció en la década de los 60, cuando ecologistas y ambientalistas estuvieron preocupados por el uso inadecuado de los recursos naturales (Higham, 2007). En este sentido, diversos investigadores (Ward, 1997; Wearing y Neil, 2000; Sanz Domínguez, 2002) han estudiado el concepto de ecoturismo a través de los tiempos. Así, Lu y Stepchenkova (2012) señalan que el ecoturismo es una tipología turística que promueve las actividades del turismo en la naturaleza, la conservación de la naturaleza y la generación de beneficios en las comunidades locales. En cambio,

Andrei, Chiritescu y Gogonea (2013) consideran que el ecoturismo se basa en la admiración de la naturaleza, ofreciendo productos turísticos en países con biodiversidad extraordinaria, con reservas naturales, parques nacionales y comunidades locales con costumbres y tradiciones que se han conservado inalteradas. Por su parte Batea (2013) considera al ecoturismo como una experiencia de viaje en la que destaca la naturaleza, contribuyendo a la conservación de los ecosistemas, respetando la integridad de las comunidades. Además, implica la práctica de una conducta en un ambiente agradable, resplandeciente, con vistas panorámicas refrescantes e inalteradas. Existen muchas definiciones de ecoturismo, pero todas tienen en común que es un turismo basado en la naturaleza. Esta clase de turismo se construye y se entiende de forma diferente según la sociedad en la que se desarrolle la actividad (Carter, 2006).

En cuanto a la educación, el ecoturismo es una fuente de conocimiento para los visitantes, no solo por experimentar el ecoturismo de vida silvestre sino también a través de la educación ambiental para adultos (Walter, 2013). En este sentido, el ecoturismo es un instrumento adecuado de educación ambiental y de educación sobre el ocio sostenible y responsable y puede considerarse en cierto modo como una modalidad de turismo activo por el medio natural, la práctica de actividades físico-deportivas, así como a veces la utilización de algunas infraestructuras educativas y de aprendizaje interactivo (Rivera, 2010). Por otro lado, el ecoturismo es concebido como una actividad económica que promueve tanto la sustentabilidad, como el bienestar social, al mismo tiempo que diversifica la economía en el ámbito rural (Pérez, Leyva y García, 2013). En este sentido, el ecoturismo busca minimizar los impactos negativos en los ambientes y la sociedad (Weaver, 2014). Además, distribuye beneficios financieros a través de estrategias de medios de vida sostenibles (Bramwell, 2014).

El ecoturismo es una estrategia para mejorar la conservación y las comunidades locales de las áreas protegidas (Jalani, 2012). Además, el ecoturismo se desarrolla con los recursos ecoturísticos (productos ecológicos, industria ecológica, medio ambiente ecológico, etc.), es decir, basado en una civilización ecológica (Jing y Fucai, 2011). Además, podemos entender el ecoturismo como una eco-innovación; ahora bien la eco-innovación turística va más allá del ecoturismo, puesto que no se limita a este sub-sector. La eco-innovación aparece como una fuente competitiva clave para el desarrollo sostenible (Miret-Pastor, Segarra-Oña & Peiró-Signes, 2011). Según Carrascosa y Segarra (2015) para que los proyectos ecoturísticos sean sostenibles en el tiempo y que mantengan su esencia: 1.- Debe haber un mínimo impacto en la interacción con el medio ambiente. 2.- El control y los beneficios económicos deben contentar razonablemente a las comunidades locales, para que, de esta forma, se den al mismo tiempo sostenibilidad medioambiental, cultural y económica. 3.- Debe ser creada una atmósfera de aprendizaje e investigación, para lo cual la educación es el factor básico sobre el que se apoye.

3.2. Las Motivaciones

Ha sido ampliamente demostrado que el comportamiento del visitante se desarrolla en función de la experiencia y motivaciones personales (Serra, 2011). La motivación es definida por muchos investigadores como las necesidades psicológicas y deseos, que provocan, dirigen e integran el comportamiento y actividad (Pearce, 2013). Por su parte, Meng, Tepanon y Uysal (2008) señalan que la motivación se refiere al conjunto de necesidades que influyen en una persona a participar en una actividad turística. Por otro lado, Park y Yoon (2009) consideran que la motivación del turismo se puede clasificar en factores de empujar y de atracción. Los factores de empuje influyen en viajar, mientras que los factores de atracción influyen en atraer al destino dado una vez que se tomó la decisión de viajar (Mehmetoglu, 2012). En este sentido, la motivación funciona como un impulsador del comportamiento para viajar. Además, determina las razones para visitar destinos específicos de turismo, así como la satisfacción general de los turistas con el viaje (Scholtz, Kruger, y Saayman, 2013). Además, el realizar estudios sobre motivaciones del turista aporta información importante para mejorar la oferta y contribuir al desarrollo turístico de un destino (Carvache-Franco, Carvache-Franco, Macas y Orden, 2018).

En lo relacionado al Ecoturismo, los turistas tienen diferentes motivos para visitar diferentes atracciones y destinos relacionados con la naturaleza (Chikuta, Du Plessis, y Saayman, 2017). Álvarez (2012) señala que el ecoturismo supone identificar la naturaleza como la principal motivación para viajar, con el fin de adquirir más conocimientos acerca de ese entorno natural y concienciarse más sobre el papel del mismo. Por otro lado, Puertas (2007) afirma que los ecoturistas pueden tener diferentes motivaciones a la hora de desarrollar sus viajes, entre ellas: Estar en un enclave natural, observar especies silvestres, la calidad del paisaje, la presencia de parques nacionales, la conservación del entorno, conocer gente nueva, integrarse en las tradiciones y estilos de vida del lugar visitado y disfrutar de la gastronomía.

En cuanto a las características de los ecoturistas, Álvarez (2012) señala que son gente inquieta,

activa, que necesita explotar posibilidades de ocio que sean compatibles con el medio ambiente, actividades donde prevalezca la naturaleza por encima de los intereses de la especie humana, Además, de disfrutar del desarrollo personal que permite la realización de actividades físicas, la experiencia de familiarizarse con estilos de vida nuevos, conocer a gente con inquietudes similares, asistir a manifestaciones culturales y comprar objetos de artesanía local. Además, muestran una preferencia por los grupos reducidos y el servicio personalizado. Por otro lado, Cheng, Gurzoy y Del Chiappa (2014) consideran que los ecoturistas influirían positivamente en la intención, el interés y la disposición a pagar un precio más alto por los productos y servicios en ecoturismo. En este sentido, Nickerson, Jorgenson y Boley (2016) han llegado a la conclusión de que los turistas sostenibles están dispuestos a gastar más, lo que puede aumentar el beneficio de ofrecer destinos turísticos sostenibles.

3.3. La segmentación de mercados

La segmentación de mercados ha sido ampliamente utilizada para identificar los nichos de mercado de los diferentes productos y servicios turístico (Park y Yoon, 2009). La segmentación de mercados tiene como objetivo identificar subgrupos homogéneos de individuos de acuerdo con diferentes criterios, basados en la suposición que cada visitante comparte intereses comunes con otros (Pulido-Fernández, 2010). Además, se identifica a sí misma como el criterio decisivo para determinar a qué grupo de clientes deben dirigirse y cómo emplearse recursos más eficazmente, así como la forma de evaluar de manera eficiente las diferentes estrategias competitivas (Ho, Ip, Lee y Mou, 2012). Para Santesmases (2012) la segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. En este sentido, la estrategia de segmentación se la puede utilizar para identificar grupos turísticos específicos, proporcionar mejores paquetes turísticos, aumentar los beneficios a los destinos y desarrollar una política de turismo o una planificación de mercadotecnia más eficiente (Nickerson, Jorgenson y Boley, 2016). Además, los productos turísticos diseñados de acuerdo a las necesidades de los consumidores podrían ser identificados fácilmente y la formulación, promoción y la entrega de tales productos se facilita (Park y Yoon, 2009).

A menudo, la segmentación de mercado se desarrolla a partir de teorías de comportamiento tales como la motivación o especialización recreativa (Kim, Kim y Ritchie, 2008). Por lo tanto, para gestionar eficazmente un destino turístico implica conocer los principales motivos que atraen a los visitantes e identificar segmentos de consumidores, desarrollando estrategias comerciales adaptadas a los grupos objetivos (Meiriño, Brea, Vila y López, 2016). Se han plasmado varias definiciones de la segmentación de la demanda, en concreto del mercado turístico y casi todas parecen coincidir en que la diversidad existente de turistas justifica la división del sector turístico (Rodríguez, 2011). Por otro lado, Puertas (2007) ha dividido a los ecoturistas en 3 grupos: 1 "El ecoturista de hitos naturales": Es por ejemplo aquél que realiza un recorrido por la selva para hacer algo diferente 2 "El ecoturista interesado o de alta motivación": Es aquel que busca específicamente este tipo de viajes, porque le gusta más disfrutar la naturaleza que pasar sus vacaciones en ciudades o playas. 3 "El ecoturista entregado o científico": Se trata de investigadores, científicos o estudiosos de la naturaleza, así como personas con vocación ambiental.

4. El ecoturismo en Latinoamérica y otras regiones del mundo (Análisis de casos)

4.1. México

México pertenece al grupo de los países megadiversos, su inventario biológico lo ubica entre los dos con mayor número de ecosistemas y los cinco con mayor diversidad de especies en el mundo (Elbers, 2015). Entre los destinos que son áreas naturales y que concentran la mayor infraestructura del sector se encuentra: Mundo Maya, Barrancas de Cobre, Corredor de Baja California. Entre los destinos que son pequeños sitios ecoturísticos se encuentran: San Nicolás Tolapan, Pueblos Mancomunados, Las Nubes, Cuetzalán, San Juan Nuevo, el parque Ecoalberto, entre otros (López y Palomino, 2008).

4.1.1. Casos de segmentación de la demanda en Ecoturismo en México

Uno de los pocos estudios de segmentación de la demanda es el realizado por Osorio, Maass, Nava, Espinosa de los Monteros y Regil (2011) a los visitantes del Parque Nacional Nevado de Toluca en México. Se realizó el estudio mediante un análisis estadístico de la media y la desviación estándar, encontrando tres perfiles de visitantes. Grupo1 "Visitante masivo de convivencia": Su principal motivación es su convivencia recreativa frecuente. Su elección del destino es por la cercanía y el

deseo de rodearse de paisaje natural. Grupo 2 "Visitante selectivo de áreas naturales": Su principal motivación es recorrer recreativamente el cráter del volcán y sus lagos, convirtiéndose en un visitante sensible hacia la preservación ambiental. Grupo 3 "Visitante de prácticas deportivas": Su elección del destino es para realizar deportes como motocross o ciclismo de montaña.

4.2. Brasil

Brasil es un país megadiverso, uno de los tres con mayor diversidad biológica. Reúne la mayor diversidad en plantas, mamíferos y peces de agua dulce del mundo. (Elbers, 2015).

Brasil tiene un alto perfil ecológico y un gran potencial para el ecoturismo ya que posee una importante variedad de ecosistemas, siendo uno de los 17 países con mega diversidad (Conservación Internacional de Brasil-CI, 2006). Brasil cuenta con un inmenso potencial en lo que respecta a las características propias de fauna, flora y costumbres de las poblaciones locales. Los biomas *Mata Atlántica* y *Cerrado*, por ejemplo, están entre los más ricos del mundo en lo que a biodiversidad se refiere (Conservación Internacional de Brasil-CI, 2006).

4.2.1. Casos de segmentación de la demanda en Ecoturismo en Brasil

Uno de los pocos estudios de segmentación de la demanda por beneficios fue el realizado por Niefer (2006) quién mediante un análisis factorial y el método de clustering no jerárquico k-medias, estudiaron a los visitantes de la Isla Superagüi, para la identificación de segmentos del mercado ecoturístico. Se encontraron los siguientes grupos: 1. "Los indiferentes": Valores por debajo de la media de todos los factores. Fue el segmento que presentó menos interés por la flora y fauna en comparación a los demás segmentos. 2. "Los aventureros no sociables": Media alta para escape y naturaleza y baja para cultura e historia, prefiriendo las caminatas exigentes y deportes acuáticos - cabalgatas. 3. "Los aventureros sociables": Es el segmento que presentó un alto interés por todos los asuntos, siendo su mayor interés la contemplación por la naturaleza y las caminatas exigentes, coincidente con el espíritu aventurero. 4. "Los entusiastas": Es el segmento que presentó el más alto interés para todos los asuntos. 5. "Los naturalistas no sociables": Las actividades culturales fueron las más atractivas, mostrando un interés medio - alto por la naturaleza.

4.3. Colombia

Colombia es el primer país en biodiversidad por kilómetro cuadrado (Ospina, Mora y Romero, 2013). Además, es el país con mayor riqueza en especies de aves y anfibios, ocupa el segundo lugar mundial en diversidad de plantas, el tercero en reptiles y el quinto en mamíferos (Elbers, 2015). Los Parques naturales más visitados del país son: El Parque Corales del Rosario con 846.164 personas (58,5% de las visitas) y Parque Tayrona con 391.442 personas (27,1% de las visitas) (ABC Programa de Transformación productiva, 2016). El Parque Nacional Natural Amacayacu está ubicado en el extremo sur del departamento del Amazonas, en el denominado "Trapezio Amazónico". Es la única área del sistema de parques que protege el bosque inundable del río Amazonas (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2017).

4.3.1. Casos de Segmentación de la Demanda en Ecoturismo en Colombia

Unos de los pocos estudios de segmentación de la demanda es el realizado por Botero y Zielinski (2010) quiénes analizaron la segmentación de la demanda turística en Tangua, utilizando frecuencias y tabulación cruzada entre variables hipotéticamente correlacionadas. Se encontraron 4 segmentos: 1. "Los mochileros": Viajar para ellos se ha convertido en una especie de sub-cultura, que generalmente comparte los mismos gustos y temas. 2. "Los turistas independientes": La libertad de elegir su experiencia de viaje es la característica fundamental, pero con un mayor nivel de gasto y comodidad que los mochileros. 3. "Los turistas nacionales, de paquete e independientes": Se destaca que durante la temporada, mientras que en la temporada baja no alcanzan el 40%. 4. "Los visitantes nacionales": Se encuentran formados por los turistas nacionales de paquete o independientes y los visitantes locales del Distrito de Santa Marta.

4.4. Costa Rica

En Latinoamérica, Costa Rica es reconocido como el primer destino mundial de ecoturismo (Honey, 2008). En las últimas dos décadas, Costa Rica ha ganado reputación internacional como líder en el turismo naturalista o ecoturismo, de pequeña escala y alto valor, y más ampliamente, como líder ambiental (Honey, Vargas y Durham, 2010).

Entre las actividades en ecoturismo que se realizan es este país se encuentran: Visitas a los volcanes, Observación de flora y fauna, observación de aves con equipo, puentes colgantes, buceo, teleférico,

observación de delfines y ballenas, snorkel, espeleología, cavernas, cabalgatas o paseos a caballo (Instituto Costarricense de Turismo, 2016a). Los parques nacionales más visitados son: El Parque Nacional Manuel Antonio, El Parque Nacional Volcán Poás, El Parque Nacional Volcán Irazú, El Parque Nacional Marino Ballena y el Parque Nacional Tortuguero (Instituto Costarricense de Turismo, 2016b). Monteverde y su reserva están entre los principales destinos ecoturísticos del mundo (Alvarado, 2010).

4.5. Panamá

El inventario biológico nacional pone de manifiesto una alta diversidad biológica, particularmente en grupos como las plantas, las aves y los peces marinos. Las áreas protegidas terrestres cubren cerca del 30% del territorio panameño, mientras que las áreas marino-costeras protegidas ocupan una superficie equivalente al 10% del mar territorial. Entre los sitios de Patrimonio Mundial natural se encuentran: El Parque Nacional de Coiba y su zona especial de protección marina, el Parque Nacional del Darién y las Reservas de la Cordillera de Talamanca-La Amistad (Elbers, 2015).

4.6.1. Casos de segmentación de la Demanda en Ecoturismo en Panamá

Uno de los pocos estudios de segmentación de la demanda en el ecoturismo es el de Thurau, Seekamp, Carver y Lee (2015) quienes mediante un análisis factorial, segmentación por conglomerado y la prueba de rango múltiple de Duncan analizaron a los ecoturistas y turistas convencionales procedentes de América del norte y Europa que visitaron el Canal de Panamá mediante crucero. Se encontró 4 grupos. El grupo 1 "Los turistas culturales": Con elevada preferencia por el aprendizaje de la historia y la cultura. El grupo 2 "Los turistas aventureros": Con preferencias altas por aventura y moderadas por sociabilización. El grupo 3 "Los turistas naturalistas": Con elevada preferencia por naturaleza y el escape y moderada preferencia por el aprendizaje. El grupo 4 "Los turistas convencionales": Con preferencias altas por actividades relacionadas a la seguridad y preservación.

4.6. Ecuador

Ecuador es el país más megadiverso del mundo por unidad de superficie (Zambrano y López, 2015). Dentro de los principales Parques se encuentran: Galápagos, Cotopaxi y Machalilla (Varga, 2007). El Parque Galápagos se encuentra ubicado en el archipiélago de Galápagos, lugar famoso por haber inspirado a Charles Darwin a desarrollar la Teoría del Origen de las Especies. Galápagos fue declarado en 1978 Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO (Zambrano y López, 2015). El Parque Nacional Cotopaxi se encuentra en la Sierra central del Ecuador. Entre la fauna del Parque podemos encontrar reptiles, anfibios, aves, mamíferos y peces (Toasa, 2011). El Parque Nacional Machalilla cuenta con el Centro de Interpretación en Puerto López, eventuales servicios de paseos a caballo en Agua Blanca y El Pital, miradores naturales como el de Los Piqueros y Salaite, y senderos como el de Los Frailes y San Sebastián (Lincango, 1997). Por otro lado, el parque nacional de mayor extensión en Ecuador es el "Parque Nacional Yasuní", ubicado en la Región Amazónica (Zambrano y López, 2015). Esta reserva contiene una gran diversidad genética, mayor que cualquier ecosistema existente en el planeta (Dillon, 2012).

Un emprendimiento comunitario reconocido a nivel mundial es el proyecto "Napo Wildlife Center" el cual protege parte del área de la Reserva Natural Yasuní (Pozo, Aguirre y Sánchez, 2016). Otro de los ejemplos es la Comunidad de Capirona, con un modelo de desarrollo basado en ecoturismo comunitario (Falconí y Ponce, 2011).

4.6.1. Casos de segmentación de la Demanda en Ecoturismo en Ecuador

Son escasas las investigaciones relacionadas con la segmentación en el Ecoturismo. Uno de los estudios es el realizado por Diaz-Christiansen, López-Guzmán, Gálvez y Fernández (2016) quienes mediante un análisis factorial y el método de conglomerado post-hoc, analizaron las motivaciones y los perfiles de los turistas que visitan el área protegida Isla Santay en Ecuador. En esta investigación se encontraron 3 segmentos: 1 "Los turistas sociales": Que experimentan nuevas sensaciones con familiares y amigos y muestran las puntuaciones más bajas relacionadas a las dimensiones ecológicas. 2 "Los eco-hedónico sociales": Son los que obtienen las puntuaciones más altas en todos los motivos, buscan al mismo tiempo, el contacto con la naturaleza, salir de la rutina, disfrutar de amigos y familiares y obtener placer por la gastronomía. 3 "Los eco-hedónico": Muestran puntuaciones menores por la gastronomía y puntuaciones altas en relación a las dimensiones ecológicas.

4.7. Casos de segmentación de la demanda y motivaciones en

Ecoturismo en otras regiones del mundo

4.7.1. Área protegida de la Serranía Alta de Cuenca, en España

Uno de los estudios de segmentación de la demanda por motivaciones en áreas naturales protegidas es el de Cordente-Rodríguez, Mondéjar-Jiménez y Villanueva-Álvaro (2014) quienes mediante una segmentación por clases latente analizaron a los visitantes en el área protegida de la Serranía Alta de Cuenca en España. Se encontraron 2 grupos: El grupo 1 "Los naturalistas": Tienen una motivación única para disfrutar de la naturaleza y los recursos. El grupo 2 "Los turistas con motivaciones múltiples": Tiene una combinación de varios motivos como naturaleza, gastronomía, culturas y tradiciones.

4.7.2. Geopark Global de Hong Kong

Un estudio de segmentación de la demanda por motivaciones en el turismo de naturaleza es el realizado por Fung y Jim (2015) quienes mediante un análisis de conglomerado K-medias segmentaron a los visitantes del Geopark Global de Hong Kong. En este estudio, el análisis de conglomerados demostró cinco grupos de visitantes: Grupo 1 "Los escapistas buscadores de naturaleza": Tienen una alta motivación de escapar de la ciudad y buscar la naturaleza, la vegetación, hacer actividades físicas y apreciar los aspectos geológicos. Grupo 2 "Los socializadores orientados a la conveniencia": Tendencia a viajar con amigos y familiares, y vivir experiencias con otros. Grupo 3 "Los entusiastas del patrimonio": Tienen preferencia por los aspectos geológicos, con alto nivel educativo y entusiasmo por aprender acerca del patrimonio geológico y las culturas. Grupo 4: "Los visitantes pasivos": Mantienen bajas las motivaciones en casi todas las variables. Grupo 5 "Los que todo lo quieren": Motivaciones altas en todas las variables.

4.7.3 Parque Kinabalu, Sabah en Malasia

Un estudio de segmentación de la demanda es el realizado por Sheena, Mariapan y Aziz (2015) quienes mediante un análisis discriminante realizaron los diferentes grupos de ecoturistas que visitan el Parque Kinabalu, Sabah en Malasia, encontrando 3 grupos: Grupo 1 "Los ecoturistas duros": Constituyen el mayor segmento de ecoturistas en el Parque, se encontraron más dispuestos a probar actividades altamente desafiantes. Además, mantuvieron el deseo de aprender. Grupo 2 "Los ecoturistas estructurados": Se parece principalmente al grupo de ecoturistas suaves, por su preferencia por los servicios durante el viaje, los arreglos previos de viaje y por su fuerte preferencia hacia el componente de aprendizaje. Grupo 3: "Los ecoturistas suaves": Poseen un disgusto hacia las actividades físicas y prefieren paseos guiados por la naturaleza.

4.7.4. Parque Nacional de Paklenica en Croacia

Uno de los estudios de segmentación de la demanda en el ecoturismo es el de Barić, Anić y Macías (2016) quienes a través de un análisis factorial y un análisis de conglomerado K medias, realizaron un estudio a los visitantes del Parque Nacional de Paklenica en Croacia, encontrando 3 grupos: Grupo 1 "Los naturalistas": El disfrute por la naturaleza es lo más importante. Grupo 2 "Los escapistas": Tienen deseo por el escape y salir de la soledad, con interés moderado por la naturaleza. Grupo 3 "Los ecoturistas": Disfrutaban de la naturaleza y de lo novedoso con interés educativos y aprender de las experiencias.

4.7.5. Zonas nacionales de recreación forestal en Taiwán

Uno de los estudios de segmentación de la demanda en destinos naturales de recreación forestal es el realizado por Wang y Liu (2016) quienes utilizan las orientaciones de valor ambiental multidimensionales como los criterios de segmentación para el análisis de un mercado turístico natural de las zonas nacionales de recreación forestal en Taiwán. Mediante un análisis de conglomerado K-medias se identifican dos segmentos: El grupo 1 "Aceptación": Formado por turistas que valoran mucho el entorno forestal y tienden a tener un mayor estatus y disfrutaban de vivir en un entorno natural. El grupo 2 "Condicionalidad": Con actitudes negativas hacia el entorno forestal y tiende a percibir el destino natural como un lugar de entretenimiento o de recreación artificial.

4.7.6. Shiretoko. Patrimonio natural del mundo

Un estudio es el de Neuts, Romão, Nijkamp y Shikida (2016) quienes mediante un análisis de clases latentes analizaron los segmentos de mercado que causan impactos económicos en el ecoturismo en Shiretoko, Hokkaido, Japón. El estudio encontró 4 segmentos: Grupo 1: "Observadores de oso": Motivados principalmente por la observación de osos y como actividades secundarias realizan excursión a cascadas y/o visitando al Centro de Naturaleza de Parque Nacional Shiretoko. Grupo 2 "Amantes del paisaje": Los elementos del paisaje son el principal motivo para una visita. Grupo 3 "Turistas de grupos organizados": Sus motivaciones son los elementos del paisaje y la observación de ballenas. Grupo 4 "Los exploradores activos": Son turistas con amplias motivaciones. Prefieren los

elementos del paisaje, pero también la fauna como la observación de osos y pájaros.

4.7.7. República de Serbia

Uno de los estudios de las motivaciones en el ecoturismo es el de Panin y Mbrica (2014) quienes a través de una investigación descriptiva encontraron las motivaciones más importantes en los ecoturistas en la República de Serbia. Dividen las motivaciones en 4 grupos: Actividades sociales, actividades deportivas y salud, motivación por la naturaleza, y actividades culturales y educativas. Las motivaciones relacionados con las actividades deportivas y de recreación, el impacto positivo en la salud, caminar por el bosque, ver y disfrutar la naturaleza, son las principales motivación en el ecoturismo.

4.7.8. Parques ecológicos restaurados en Corea del Sur

Un estudio de las motivaciones en el ecoturismo es el de Lee, Lee, y Lee (2014) quienes mediante un análisis factorial analizaron a los turistas de Parques ecológicos restaurados en Corea del Sur. Se encontraron ocho factores relacionados con la motivaciones: 1 "El autodesarrollo". 2 "Buscadores de relaciones interpersonales". 3 "Buscadores de recompensa". 4 "Constructores de relaciones personales". 5 "Buscadores de escape". 6 "Funciones defensivas de ego". 7 "Apreciadores de la naturaleza".

A continuación se presenta la Tabla 1 donde se resumen los casos de estudios analizados:

Tabla 1
Resumen de casos de segmentación de la demanda y motivaciones en el ecoturismo

Autores y año	Lugar	Resultados encontradas
Niefer (2006)	Isla Superagüi en Brasil	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los indiferentes • Los aventureros no sociables • Los aventureros sociables • Los entusiastas • Los naturalistas no sociables
Botero y Zielinski (2010)	Tantagua en Colombia	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los mochileros. • Los turistas independientes • Los turistas nacionales, de paquete e independientes • Los visitantes nacionales
Osorio, Maass, Nava Bernal, Espinosa de los Monteros y Regil (2011)	Parque Nacional Nevado de Toluca en México	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Visitante masivo de convivencia • Visitante selectivo de áreas naturales • Visitante de prácticas deportivas
Cordente-Rodríguez, Mondéjar-Jiménez y Villanueva-Álvaro (2014)	Área protegida de la Serranía Alta de Cuenca en España	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los naturalistas • Los turistas con motivaciones múltiples
Panin y Mbrica (2014)	República de Serbia	Motivaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Actividades sociales • Actividades deportivas y salud • Motivación por la naturaleza • Actividades culturales y educativas
Lee, Lee, y Lee (2014)	Parques ecológicos restaurados en Corea del Sur	Motivaciones: <ul style="list-style-type: none"> • Autodesarrollo • Buscadores de relaciones interpersonales • Buscadores de recompensa. • Constructores de relaciones personales • Buscadores de escape

		<ul style="list-style-type: none"> • Funciones defensivas de ego • Apreciadores de la naturaleza • Intención de visitar otra vez
Thurau, Seekamp, Carver y Lee (2015)	Canal de Panamá	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los turistas culturales • Los turistas aventureros • Los turistas naturalistas • Los turistas convencionales
Fung y Jim (2015)	Geopark Global de Hong Kong	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los escapistas buscadores de naturaleza • Los socializadores orientados a la conveniencia • Los entusiastas del patrimonio • Los visitantes pasivos • Los que todo lo quieren
Sheena, Mariapan y Aziz (2015)	Parque Kinabalu, Sabah en Malasia	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los ecoturistas duros • Los ecoturistas estructurados • Los ecoturistas suaves
Diaz-Christiansen, López-Guzmán, Gálvez y Fernández (2016)	Área Protegida Isla Santay en Ecuador	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los turistas sociales • Los eco-hedónico sociales • Los eco-hedónico
Barić, Anić y Macías (2016)	Parque Nacional de Paklenica en Croacia	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Los naturistas • Los escapistas • Los ecoturistas
Wang y Liu (2016)	Zonas nacionales de recreación forestal en Taiwán	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Aceptación • Condicionalidad
Neuts, Romão, Nijkamp y Shikida (2016)	Shiretoko, Hokkaido, Japón.	Segmentos: <ul style="list-style-type: none"> • Observadores de oso • Amantes del paisaje • Turistas de grupos organizados • Exploradores activos

Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Existen muchas definiciones de ecoturismo, pero todas tienen en común que es un turismo basado en la naturaleza. Esta clase de turismo se construye y se entiende de forma diferente según la sociedad en la que se desarrolle la actividad (Carter, 2006). El ecoturismo supone identificar la naturaleza como la motivación principal para viajar, con el fin de adquirir más conocimientos acerca de ese entorno natural y concienciarse más sobre el papel del mismo (Álvarez, 2012). Las empresas tratan de conocer mejor a su mercado e intentan agrupar a los consumidores en segmentos, con el fin de adaptarse eficazmente a sus necesidades y aumentar su satisfacción ante los productos ofertados (Collado et al., 2007). Reconocer que los motivos de los ecoturistas son diferentes resulta esencial para los gestores turísticos. Adaptarse a las necesidades de este segmento de mercado resulta fundamental (Álvarez, 2012). En los últimos 25 años, el ecoturismo se apunta como una alternativa viable para alcanzar el desarrollo local sustentable en Latinoamérica, donde se ubican los principales destinos ecoturísticos a nivel mundial (Azevedo, 2007; Pardo, 2008).

Como conclusiones generales se podría decir:

-El ecoturismo es un instrumento adecuado de educación ambiental sostenible y responsable, ofrece la posibilidad de apreciar la naturaleza, realizar deportes o actividades de aire libre, busca minimizar los impactos negativos al medio ambiente, mantiene la biodiversidad, evita que se produzcan cambios ecológicos irreversibles y mejora la conservación y la calidad de vida de las comunidades locales.

Además, el Ecoturismo debe de ser visto como un producto turístico, por lo que se debe adaptar la oferta de acuerdo a los intereses y motivaciones de los diferentes segmentos en la demanda, en este sentido se deben ofertar paquetes turísticos adaptados a cada segmento.

-Las motivaciones en el ecoturismo son la naturaleza, la cultura y educación, las actividades sociales y las actividades deportivas y de aventura. Además, existen varios segmentos de ecoturistas, los que tienen un alto interés por la naturaleza, los que buscan el aprendizaje de la historia y cultura, los que buscan practicar deportivos y aventura, y los que buscan conocer personas o socializar con familiares y amigos. En este sentido, las motivaciones de los ecoturistas se encuentran relacionadas con los diferentes segmentos, por lo que la adaptación de la oferta a cada segmento aumentaría el impulso por conocer y viajar, trayendo consigo el bienestar de las comunidades locales.

La información presentada en este estudio puede servir a las operadoras de turismo y a la industria del turismo en general como información importante para que ellos puedan identificar grupos turísticos específicos, proporcionar mejores paquetes turísticos, aumentar los beneficios a los destinos y desarrollar una política de turismo o una planificación de mercadotecnia más eficiente (Nickerson, Jorgenson y Boley, 2016).

La presente investigación se ha limitado a analizar los casos de estudios de segmentación y motivaciones en ecoturismo encontrados mediante la revisión de la literatura científica.

Como una futura línea de investigación sería importante que se analice el estudio de la oferta en el ecoturismo en países latinoamericanos, desde el punto de vista de producto turístico.

Referencias bibliográficas

ABC Programa de transformación productiva (2016). Disponible en:

http://www.mincit.gov.co/publicaciones/18033/abc_programa_de_transformacion_productiva

Alvarado, B. (2010). *Ecoturismo en Costa Rica: mito o realidad, la verdad* (Doctoral dissertation, The Graduate School, Stony Brook University: Stony Brook, NY.).

Álvarez, E. G. (2012). Vacaciones en la naturaleza: reflexiones sobre el origen, teoría y práctica del ecoturismo. *Polígonos. Revista de Geografía*, (14), 17-52.

Andrei, R., Chiritescu, V. & Gogonea, M. (2013). Ecological tourism - A form of responsible tourism. *Romanian Economic Business Review*, Romanian-American University, vol. 8(4.1), pages 373-388.

Azevedo, L. (2007). *Ecoturismo de pueblos indígenas: propuestas sostenibles*. Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe. 1era ed. La Paz, Bolivia.

Barić, D., Anić, P. & Macías Bedoya, A. (2016). Combining benefit-sought segmentation and service quality gap analysis: Case study of Paklenica National Park, Croatia. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 64(1), 7-25.

Batea, C. (2013). Preservation of natural values along the cross-border area of Satu Mare and Szabolcs-Szatmár-Bereg counties. *GEOREVIEW: Scientific Annals of Stefan cel Mare University of Suceava. Geography Series*, 23(2), 100-107.

Botero, C. & Zielinski, S. (2010). Evaluación del potencial para el desarrollo de turismo sostenible en el corregimiento de Taganga, distrito de Santa Marta (Colombia). *Turismo y Sociedad*, 11, 10-34.

Bramwell, B. (2014). Local participation in community tourism: A critical and relational assessment. In A.A. Lew, C. Michael Hall, & A. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 556-566). London: Wiley Blackwell.

Bramwell, B. (2014). Local Participation in Community Tourism. *The Wiley Blackwell companion to tourism*, 556-566. London: Wiley Blackwell.

Cañero, P., López-Guzmán, T., Moral, S. & Orgaz, F. (2015). Análisis de la demanda del oleoturismo en Andalucía. *Revista de Estudios Regionales*, (104).

Carrascosa, C. & Segarra, M. (2015). ¿Es el ecoturismo una fuente Inagotable de riqueza? Recomendaciones para Su sostenibilidad (Es ecotourism an inexhaustible source of wealth? Recommendations for its sustainability). *Tec Empresarial*, 9(3), 19-26.

Carter, E. (2006). Ecotourism as a Western Construct. *Journal of Ecotourism*, 5(1 y 2), 23-39.

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Macas, C., & Orden, M. (2018). Motivaciones,

Castellanos, M. & Orgaz, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la república dominicana. *TURYDES*, 6(14).

Chikuta, O., Du Plessis, E. & Saayman, M. (2017). Nature-based travel motivations for people with disabilities. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Volume 6 (1).

Cordente-Rodríguez, M., Mondéjar-Jiménez, J. & Villanueva-Álvaro, J. (2014). Sustainability of nature: the power of the type of visitors. *Environmental Engineering and Management Journal*, 13(10), 2437-2447.

Collado, A., Navarro, D., Talaya, A. & Sánchez, E. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de análisis turístico*, (4).

Conservación Internacional de Brasil-CI (2006). Disponible en: <http://www.conservation.org.br>

Cheng, A., Gursoy, D. & Del Chiappa, G. (2014). The influence of materialism on ecotourism attitudes and behaviors. *Journal of Travel Research*, p. 1-14

Das, M. & Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?. *Tourism Management Perspectives*, 14, 3-16.

Diaz-Christiansen, S., López-Guzmán, T., Gálvez, J. & Fernández, G. (2016). Wetland tourism in natural protected areas: Santay Island (Ecuador)". *Tourism Management Perspectives*, 20, 47-54.

Dillon, J. F. (2012): *YASUNÍ-ITT: Hacia un nuevo modelo de conservación y desarrollo sostenible* (Master's thesis, Universidad Autónoma de Madrid/2012).

Elbers, J. (2015): Las áreas protegidas de América Latina. Situación actual y perspectivas para el futuro. Quito, Ecuador, UICN, 227 p.

Falconí, F. & Ponce, J. (2011). Ecoturismo: emprendimientos populares como alternativa a un desarrollo excluyente. *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*, 167-206.

Fung, C. K. & Jim, C. Y. (2015). Segmentation by motivation of Hong Kong Global Geopark visitors in relation to sustainable nature-based tourism. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 22(1), 76-88.

Higham, J. E. (2007). *Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon*. Routledge. Great Britain.

Ho, G., Ip, W., Lee, C & Mou, W. (2012). Customer grouping for better resources allocation using GA based clustering technique". *Expert Systems with Applications*, 39(2), 1979-1987.

Honey, M., Vargas, E. & Durham, W. (2010). Impacto del Turismo Relacionado con el Desarrollo en la Costa Pacífica de Costa Rica Informe Ejecutivo. *Center for Responsible Travel*. San José, Costa Rica.

Hultman, M., Kazeminia, A. & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation". *Journal of Business Research*, 68(9), 1854-1861.

Instituto Costarricense de Turismo (2016a). Disponible en: <http://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/actividades-realizadas/1033-2014-2016/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2016b). Disponible en: <http://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/582-conozca-los-5-parques-nacionales-m%C3%A1s-visitados-de-costa-rica.html>

Jalani, J. (2012). Local People's Perception on the Impacts and Importance of Ecotourism in Sabang, Palawan, Philippines. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 57, pp. 247-254.

Jing, Y. & Fucai, H. (2011). Research on Management of Ecotourism Based on Economic Models. *Energy Procedia*, vol. 5, pp. 1563-1567.

Lee, S., Lee, S., & Lee, G. (2014). Ecotourists' motivation and revisit intention: A case study of restored ecological parks in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(11), 1327-1344.

Lincango, M. (1997). *Estudio Turístico del Parque Nacional Machalilla*. Quito, Ecuador: Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre.

López, G. & Palomino, B. (2008). Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México. *Teoría y Praxis*, (5).33-50.

Lu, W. & Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism experiences reported online: Classification of

satisfaction attributes. *Tourism Management*, vol. 33, nº 3, pp. 702- 712.

Márquez, R., Arcipreste, M., Valladares, J., Salazar, Aguilar, M., Márquez, A. & Acevedo, L. (2016). Ecoturismo y desarrollo comunitario: el caso de "Valentín Natural" en el sureste de México. *Turismo y Sociedad*, 18, 117-135.

Meiriño, R., Brea, J., Vila, N., & López, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *Pasos*, 14(2), 369.

Ministerio de Ambiente del Ecuador (2013). Disponible en:

<http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/42+PLAN+DE+MANEJO+SUMACO.pdf/477bfee3-341c-4efa-86c0-0689734994f0>

Miret-Pastor, L., Segarra-Oña, M. D. V., & Peiró-Signes, Á. (2011). ¿Cómo medimos la Ecoinnovación? Análisis de indicadores en el Sector Turístico. *Tec Empresarial*, 5(2).

Mehmetoglu, M. (2012). What determines holidaying interest? Extrinsic versus intrinsic motivations. *Journal of Social, Evolutionary, and Cultural Psychology*, 6, 93.

Meng, F., Tepanon, Y. & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14,41–56.

Neuts, B., Romão, J., Nijkamp, P. & Shikida, A. (2016). Market segmentation and their potential economic impacts in an ecotourism destination: An applied modelling study on Hokkaido, Japan. *Tourism Economics*, 22(4), 793-808.

Niefer, I. A. (2006). Segmentación por beneficios de los visitantes de la Isla Superagüi: análisis multivariado para la identificación de segmentos del mercado ecoturístico". *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(3), 197-219.

Nickerson, N., Jorgenson, J. & Boley, B. (2016). Are sustainable tourists a higher spending market?. *Tourism Management*, 54, 170-177.

Osorio, M., Maass, S. F., Nava, G., Novo, G. & Regil, H. (2011). El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida. *Investigaciones geográficas*, (76), 56-70.

Panin, B., & Mbrica, A. (2014). Potentials of ecotourism as a rural development tool on the base of motivation factors in Serbia. *Sustainable agriculture and rural development in terms of the republic of Serbia strategic goals realization within the Danube region. Rural development and (un) limited resources*, 597.

Pardo, G. (2008). *América Latina en la encrucijada de la inserción internacional*. Universidad de Alicante. Servicio de publicaciones, 2008. 224 pp.

Park, D. & Yoon, Y. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30, 99–108.

Parques Nacionales Naturales de Colombia (2017) Disponible en:

<http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/region-amazonia/parque-nacional-natural-amacayacu/>

Pérez, A., Leyva, D. & García, C. (2013). El ecoturismo: un estudio de caso del estado de Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 5,1015- 1025.

Pearce, P. (2013). The social psychology of tourist behaviour: *International series in experimental social psychology*. United States of America: Elsevier.

Pozo, C., Aguirre, R. & Sánchez, R. (2016). Modelo de turismo sostenible para la no dependencia petrolera en el Yasuní. *Revista Publicando*, 3(7), 220-235.

Puertas, I. (2007). *Ecoturismo en las Reservas de la Biosfera*. Biblioteca de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad de Granada. Granada.

Pulido-Fernandez, S. (2010). Attitudes of the cultural tourist: A latent segmentation approach. *Journal of Cultural Economics*, 34, 111–129.

Rivera Mateos, M. (2010). *Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: Aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación*. Junta de Andalucía: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Tesis Doctoral.

Rodríguez, C. (2011). La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: una breve aproximación. *Turydes*, 4(10).

Santesmases, M. (2012). *Marketing, conceptos y estrategias* (6ª edición revisada). Madrid: Pirámide.

Sanz Domínguez, C. (2002). Régimen Jurídico del Turismo en el Espacio Rural: Análisis y

- Scholtz, M., Kruger, M. & Saayman, M. (2013).** Understanding the reasons why tourists visit the Kruger National Park during a recession. *Acta Commercii*, 13 (9 pages).
- Serra, A. (2011).** *Marketing turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Sheena, B., Mariapan, M. & Aziz, A. (2015).** Characteristics of Malaysian ecotourist segments in Kinabalu Park, Sabah. *Tourism Geographies*, 17(1), 1–18.
- Sundström, S. (2003).** El ecoturismo como instrumento para desarrollo sostenible: Un estudio comparativo de campo entre Suecia y Ecuador. Disponible en: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:6392/FULLTEXT01.pdf>
- Tao, T. y Wall, G. (2009).** Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Tourism Management*, 30(1), 90-98.
- Thurau, B., Seekamp, E., Carver, A. & Lee, J. (2015).** Should cruise ports market ecotourism? A comparative analysis of passenger spending expectations within the Panama Canal watershed. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 45-53.
- Toasa, A. (2011).** *Manejo de páramos y uso vertical de pisos ecológicos: estudio comparativo entre comuneros indígenas del Parque Nacional Cayambe Coca y hacendados del Parque Nacional Cotopaxi* (Master's thesis, Quito: Flacso Ecuador).
- Varga, P. C. (2007).** *Ecoturismo y sociedades amazónicas: estudio de antropología de turismo: el caso de los Siona, Ecuador*. Ediciones Abya-Yala. Quito, Ecuador.
- Walter, P. (2013).** Theorizing visitor learning in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, 12 (1), 15-32.
- Wang, C., Li, C., & Liu, S. (2016).** A Multidimensional Environmental Value Orientation Approach to Forest Recreation Area Tourism Market Segmentation. *Forests*, 7(5), 92.
- Ward, K. (1997).** *Ecotourism: Reality or Rhetoric Ecotourism Development in the state of Quintana Roo*. University of Portsmouth. México, Editorial Planeta
- Wearing, S., & Neil, J., (2000).** *Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades*. Editorial Síntesis.
- Weaver, D Y Lawton, L. (2002).** Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold COSAT Hinterland of Australia. *Journal of Travel Research*, vol 40, pp. 270 - 280.
- Weaver, D. (2014).** The sustainable development of tourism: A state-of-the-art perspective, *The Wiley-Blackwell companion to tourism* (pp. 524–533). London: Wiley-Blackwell.
- Zambrano, R. & López, M. (2015).** Breve historia y perspectivas para el futuro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP). *Memorias*, 42. Contribuciones Científicas. Manabí, Ecuador.

1. Universidad Espíritu Santo – Ecuador. Doctorando en Administración y Dirección de Empresas, Universitat Politècnica de Valencia, España. mauricio2714@hotmail.com

2. Departamento de Organización de Empresas, Universitat Politècnica de Valencia, Camino de Vera s/n 46022. Valencia, España. maseo@omp.upv.es

3. Departamento de Organización de Empresas, Universitat Politècnica de Valencia, Camino de Vera s/n 46022. Valencia, España. concarlo@upvnet.upv.es