



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Reactivación económica de una agencia turística en Villa Rica a través de
nuevo servicio ecoturístico**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

PRESENTADO POR:

Loayza Guevara, Renzo Antonio - Administración y Dirección de Negocios

Maturrano Velásquez, Myriam Patricia - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR:

Cornejo Meza, María Giuliana

LIMA, PERÚ

2021

Asesora y Miembros del Jurado

ASESORA

MARIA GIULIANA CORNEJO MEZA
.....

PRESIDENTE (A) DEL JURADO

DÍAZ VÁSQUEZ, NATALY
.....

MIEMBROS DEL JURADO

RUIZ DEVOTTO, HUGO
.....

Dedicatoria

A mi madre, por enseñarme el gran valor de la vida.

A mi padre, por apoyarme siempre en todos mis proyectos.

Renzo Loayza

A mi familia, por enseñarme a ser perseverante.

Patricia Maturrano

Agradecimientos

Al Instituto San Ignacio de Loyola por formarnos como profesionales y brindarnos conocimientos para nuestro crecimiento personal y profesional.

A la asesora María Cornejo por brindarnos sus conocimientos en la materia y por mostrar paciencia y pasión en el proyecto de investigación.

A la agencia Rainforest Adventure por permitirnos usar su empresa para poder desarrollar nuestro proyecto de investigación.

Y a las personas que participaron y respondieron amablemente en las encuestas.

Índice

Asesora y Miembros del Jurado.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice.....	iv
Índice de Tablas.....	vi
Índice de Figuras.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract:.....	ix
Introducción.....	1
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	2
1.1 Título del Proyecto:.....	2
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario:.....	2
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación.....	2
1.4 Localización o alcance de la solución.....	2
II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN.....	4
2.1. Justificación.....	4
2.2. Marco referencial:.....	6
2.2.1. Antecedentes.....	6
2.2.2. Bases teóricas.....	9
2.3. Resumen Ejecutivo.....	15
2.4. Características Técnicas o atributos del proyecto.....	16
2.5. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas.....	18
2.6. Propósito del proyecto.....	20
2.6.1. Objetivo General:.....	20
2.6.2. Objetivos específicos:.....	20
2.6.3. Hipótesis:.....	20
2.7. Componentes del proyecto.....	20
2.7.1. Fase de Investigación.....	20
2.7.2. Fase de Implementación.....	21
2.8. Plan de actividades del proyecto.....	21
2.9. Metodología del proyecto: diseños experimentales, sistemas de registros, técnicas a utilizar, factores y variables a estudiar.....	22
2.9.1. Enfoque y tipo:.....	22
2.9.2. Población, muestra y muestreo:.....	23

2.9.3. Técnica e Instrumento:	23
2.10. Resultados generales	24
III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	41
IV. SUSTENTO DEL MERCADO	43
4.1. Alcance esperado del proyecto	43
4.2. Descripción del mercado objetivo	43
4.3. Estimación de la demanda potencial en el mercado/segmento al que busca ingresar	44
4.4. Descripción de la innovación.....	45
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1. Conclusiones	48
5.2. Recomendaciones	49
VI. REFERENCIAS.....	50
6.1. Fuentes bibliográficas.....	50
VII. Anexos	59
7.1. Cuestionario de Preguntas	59

Índice de Tablas

Tabla 1: Interés en conocer Villa Rica	24
Tabla 2: Frecuencia al realizar una actividad turística	25
Tabla 3: Individuos con quien realizaría turismo	26
Tabla 4: Importancia del medio ambiente al realizar turismo	29
Tabla 5: Interés en realizar la actividad ecoturística de observación de ecosistemas	30
Tabla 6: Interés mostrado para realizar la actividad ecoturística de la ruta de café.....	31
Tabla 7: Importancia del ecoturismo para la reactivación económica de una agencia de turismo	33
Tabla 8: Acuerdo con idea que el ecoturismo ayuda a preservar el medio ambiente	34
Tabla 9: Valoración de la importancia del conocimiento del guía turístico sobre Villa Rica	35
Tabla 10: Duración de las actividades ecoturísticas	37
Tabla 11: Probabilidad de compra de actividades ecoturísticas en la agencia de Villa Rica	39

Índice de Figuras

Figura 1: Promedio de gasto al realizar turismo	27
Figura 2: Disposición de pago por servicio ecoturístico	32
Figura 3: Atributos valorados	38

Resumen

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad evaluar la implementación de un nuevo servicio ecoturístico para una agencia de viajes denominada Rainforest Adventure, ubicada en la ciudad de Villa Rica dentro de la provincia de Oxapampa- Pasco. El proyecto busca la reactivación económica de la empresa, que ha sido seriamente afectada por la pandemia a causa del virus Covid-19. Se propone modificar la oferta turística tradicional añadiendo valor con rutas ecoturísticas para la observación de ecosistemas en la laguna el Oconal y en la Cascada el león, y la ruta del café para conocer diversos fundos cafetaleros.

Esta investigación utiliza el enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y se realiza un muestreo probabilístico aleatorio simple para recolectar datos de 200 personas a través de la técnica de encuesta.

Palabras claves: turismo, ecoturismo, reactivación económica, Villa Rica

Abstract:

The purpose of this research project is to evaluate the implementation of a new ecotourism service for a travel agency called Rainforest Adventure, located in the city of Villa Rica within the province of Oxapampa-Pasco. The project seeks the economic reactivation of the company, which has been seriously affected by the pandemic caused by the Covid-19 virus. It is proposed to modify the traditional tourist offer by adding value with ecotourism routes for the observation of ecosystems in the Oconal lagoon and in the el León waterfalls, and the coffee route to get to know different coffee farms.

This research uses a descriptive quantitative approach and a simple random probability sampling is carried out to collect data from 200 people through the survey technique.

Key words: tourism, ecotourism, economic reactivation, Villa Rica.

Introducción

El ecoturismo tiene importancia y puede usar sus recursos para minimizar el impacto que provoca el turismo en el medio ambiente. La práctica del ecoturismo lleva a concientizar sobre la importancia de la preservación de la naturaleza, aprendiendo a aprovechar los recursos y así obtener beneficios para un desarrollo sostenible entre las comunidades, negocios locales y autoridades intervinientes.

Dentro de la estructura de la investigación, se presenta 5 capítulos

El capítulo I muestra la información general que constará del área estratégica del proyecto, área de desarrollo prioritario y localización del proyecto,

El capítulo II contiene la descripción de la innovación.

En el capítulo III se proyecta la estimación del costo del proyecto.

En el capítulo IV se muestra el sustento del mercado, con descripción del alcance esperado, la descripción del mercado objetivo, la demanda potencial y el modelo de negocio.

El capítulo V presenta las conclusiones de los hallazgos así como las recomendaciones.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto:

Reactivación económica de una Agencia turística en Villa Rica a través de nuevo servicio ecoturístico

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario:

El proyecto se relaciona con las siguientes áreas estratégicas:

- Competitividad y diversificación industrial, porque a través de las nuevas actividades ecoturísticas se diversificará la industria del turismo, haciéndolo más competitivo en el mercado turístico.
- Tecnología ambiental sostenible, porque se está dando importancia a cuidar y preservar el medio ambiente mediante las actividades ecoturísticas.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación

La agencia turística tiene como actividad económica la categoría de Otras actividades de servicio, específicamente ofrece servicios de turismo.

1.4 Localización o alcance de la solución

El proyecto se desarrollará en una agencia de turismo ubicada en el distrito de Villa Rica, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco.

La zona se caracteriza por tener un clima húmedo y temperaturas de 13 a 28 grados, dependiendo de la época del año. Se encuentra a una altitud de 1467 m.s.n.m. Además, destaca por su fauna y flora nativa. La ciudad tiene

aproximadamente 22,274 habitantes. En esta localidad se ubican los pueblos originarios Yaneshas, los cuales son descendientes de austro-alemanes y andinos.

Villa Rica se funda oficialmente el 27 de noviembre del año 1944, durante el primer gobierno de Manuel Prado Ugarteche. En 1965, se inicia la construcción de la carretera marginal de la selva, impulsando el desarrollo de la zona. En los años 80, Villa Rica se convierte en el centro comercial, debido a la alta producción y calidad de café, producto por el que son reconocidos a nivel mundial.

El distrito celebra muchas festividades y tradiciones, aunque el homenaje a la Virgen del Rosario es la celebración principal, la cual se conmemora cada 12 de octubre.

Por otra parte, Villa Rica cuenta con distintos atractivos turísticos como la Catarata de la bruja, la Cascada el león, la Laguna Oconal, entre otros. Los turistas que visitan la ciudad son amantes de la naturaleza y disfrutan la aventura. Además, las cifras indican que el 95% se compone de turistas nacionales y solo el 5% de extranjeros.

La agencia de turismo Rainforest Adventure es una microempresa peruana fundada en el 2009, año en que inicia operaciones de manera oficial con 5 personas dentro del equipo. Las actividades de turismo que ofrecen son canopy, cuenta con un mini museo en el cual se puede ver la creación histórica y evolución de Villa Rica, además de una exhibición de objetos antiguos. Durante la pandemia y debido al confinamiento que impuso el gobierno, el año 2020 la agencia ha sufrido grandes pérdidas económicas, así como también las demás agencias de turismo en la región. Es por ello que el alcance de la solución propone las actividades de ecoturismo como nuevo servicio para la reactivación económica de la agencia.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1. Justificación

Impacto de la pandemia en el sector turístico

Según Tuñón (2020), el turismo mundial en el año 2020 perdió cerca de 2.4 billones de dólares lo que significa un 2.7% del PBI mundial, y para el año 2021 se proyecta que también tendrá pérdidas entre 1.7 y 2.4 billones de dólares.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú (2020), las agencias de viajes, operadores turísticos y otros negocios que ofrecen servicios para el turista evidenciaron una disminución del 27,64% en sus ingresos, debido a la suspensión temporal de actividades a raíz de la crisis sanitaria generada por el virus Covid-19.

Para el Ministerio de Comercio exterior y Turismo (2020), las restricciones generadas por el Estado de emergencia nacional declarado el 16 de marzo del 2020, han perjudicado a las empresas relacionadas al rubro del turismo, debido a la inmovilización nacional y el cierre de fronteras, pese a que este sector ha aportado alrededor de 5% al PBI nacional en los últimos años.

Según Globaldata (2020), el Perú fue uno de los países más afectados de Sudamérica, durante el año 2020 por la caída de turismo durante la pandemia, el estudio muestra que la actividad turística en el Perú sufrió una caída de 73% de visitantes internacionales.

Estancamiento económico del sector turismo

Según un informe de la Comisión Económica para América Latina y El Caribe (2020), la pandemia ha frenado significativamente la actividad económica, pues el gobierno implementó medidas restrictivas como confinamiento y distanciamiento para evitar la propagación del coronavirus; y posteriormente decretó aforos limitados en la fase de reactivación de fases, lo que significó una reducción de ingresos; adicionalmente el toque de queda disminuyó las horas de atención, factores que conllevaron al cierre de algunas compañías, sobre todo las micro y pequeñas empresas.

Según Pololikashvili (2021), Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, la crisis brinda la oportunidad de replantear el sector turístico, por lo que es tiempo de reconstruirlo en base a un modelo inclusivo, sostenible, resiliente y que otorgue beneficios equitativos para todas las partes.

Por lo expuesto anteriormente, se considera relevante fomentar la reactivación económica del sector turístico a través de servicios sostenibles como el ecoturismo.

2.2. Marco referencial:

2.2.1. Antecedentes

Ugaz (2018) realizó una investigación sobre el Ecoturismo como oportunidad de desarrollo sostenible del distrito de Jazán, en el departamento de Amazonas. El objetivo general fue determinar la manera en que podría utilizarse el ecoturismo. Los resultados demostraron que los pobladores y las autoridades perciben al ecoturismo como una oportunidad para el desarrollo, siempre y cuando se implementen proyectos de importancia, donde se contemple trabajar los servicios y la adaptación turística de los recursos. La investigación fue de tipo descriptiva, con diseño transversal, no experimental y método inductivo y deductivo, con una muestra de 54 personas.

Sarmiento (2017) planteó un plan estratégico ecoturístico de la reserva nacional punta San Juan y las playas en el distrito de Marcona, provincia de Nazca, región Ica. La finalidad era formular un plan que establezca lineamientos para promover un desarrollo turístico sostenible en la zona. Los hallazgos determinaron que el 79% de los encuestados quisiera participar en programas de ecoturismo, además el 73% piensa que la población será beneficiada por este tipo de actividades. La investigación utilizó el enfoque mixto tipo descriptivo, utilizaron encuestas como instrumentos cuantitativos, donde participaron 187 personas, mientras que emplearon entrevistas para la recolección de datos cualitativos.

Villanueva (2019) elaboró un estudio sobre el ecoturismo y su influencia en el desarrollo económico del Distrito de Simbal, en Trujillo durante el 2019. El objetivo central consistió en determinar la relación entre ecoturismo y desarrollo económico. Los resultados mostraron una relación directa entre ambas variables.

De acuerdo al 81.2% de los pobladores, el ecoturismo en la localidad tiene un nivel medio bajo, el 80.9% considera que el desarrollo económico también es medio bajo. La investigación fue de tipo aplicada, con diseño correlacional causal transversal y los métodos utilizados son descriptivo, deductivo, analítico y sintético, contando con una muestra de 150 personas.

Cárdenas (2020) realizó una investigación sobre ecoturismo, como oportunidad sostenible de desarrollo económico en el municipio de Sotaquirá, en Boyacá. La finalidad era identificar estrategias que permitan impulsar el ecoturismo en el municipio colombiano. Los resultados concluyeron posible formular una estrategia de aplicabilidad, considerando las características particulares del municipio, quedando plasmadas las potencialidades como la gastronomía, sus infinitas fuentes naturales, la arquitectura colonial, su ubicación geográfica y la cultura. Además, Sotaquirá cumple a cabalidad con los requisitos para ofrecer un ecoturismo completo por lo que es una oportunidad de negocio atractiva y explotable. El estudio utilizó un enfoque descriptivo cuantitativo donde participaron 250 turistas; 120 mujeres y 130 varones.

Gonzales (2020) planteó un análisis sobre el ecoturismo como estrategia de fortalecimiento en las acciones de conservación ambiental en los Tuxtles, en Veracruz. La finalidad fue analizar desde un enfoque regional las contribuciones e impactos de esta actividad en materia de conservación ambiental. Los resultados evidenciaron que las iniciativas de ecoturismo han logrado generar impactos de pequeña escala en el nivel local, aunque todavía existe un potencial importante

para aumentar el impacto positivo. El estudio utilizó un enfoque cualitativo, en el cual se aplicaron métodos etnográficos y se elaboró una representación cartográfica para comprender las conjeturas territoriales de esta actividad. Se realizó una muestra de 100 participantes.

Avecillas (2018) realizó una investigación titulada Gestión del ecoturismo y su relación con la experiencia del visitante de la reserva ecológica manglares Churute en Ecuador. La intención fue identificar si existen o no diferencias significativas en el nivel de satisfacción entre los turistas ecuatorianos y extranjeros que la visitan con respecto al espacio natural, a la infraestructura y a los servicios que se prestan. Los resultados constataron que no existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción entre los turistas ecuatorianos y extranjeros en lo relacionado al espacio natural, pero sí existen diferencias significativas en el nivel de satisfacción con la infraestructura y con los servicios que presta la reserva. A pesar de esto, contar con un entorno natural bien conservado, tener la posibilidad de avistar aves, monos aulladores y conocer un manglar han sido factores suficientes para que los turistas evalúen su experiencia general con altos niveles de satisfacción. El estudio combinó técnicas cuantitativas y cualitativas; se encuestó a una muestra de 183 turistas (99 extranjeros y 84 nacionales), mayores de 18 años de edad tanto varones como mujeres, provenientes de cualquier parte del mundo.

2.2.2. Bases teóricas

2.2.2.1. Turismo

Según Hiernaux (2002), el turismo es el conjunto de actividades económicas que tiene como objetivo ofrecer bienes y servicios en torno a las necesidades del turista.

Para Velasco y Santos (2016), el turismo es una actividad en la que un individuo explora nuevas culturas, lugares y medioambientes que son importantes para las economías. Los promotores de las regiones son importantes en la política turística para desarrollar un turismo sostenible.

Tinoco (2003) señala que las personas dedicadas al negocio turístico tienen la obligación de desarrollar un marketing responsable, informando sobre el lugar visitado y el cuidado de sus áreas naturales, para que así se originen nuevos servicios turísticos, ayudando al cuidado medioambiental.

De acuerdo a Di-Bella (2019), el turismo es un fenómeno social por su significado económico y cultural.

En un informe del secretario general de las Naciones Unidas, Guterres (2020), en la cual indica que, en el año 2019, el turismo representó uno de cada diez trabajos en el mundo.

2.2.2.1.1. Turismo en el Perú

Para Vásquez y Injoque (2003), el Perú posee gran variedad de climas y ecosistemas, siendo uno de los países con diferentes tipos de aves, primates y mamíferos. Sin embargo, los turistas internacionales lo perciben como un destino histórico y cultural. Durante el año 2015, solo el 6% de los turistas extranjeros visitó los atractivos naturales y convivieron con las comunidades. Sin embargo, Perú tiene potencial en el ecoturismo.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2021) define al Perú como uno de los 17 países con mayor mega diversidad, pues posee el 70% de recursos naturales del planeta (flora y fauna). El país cuenta con 100 áreas naturales protegidas en titularidad pública, 147 de conservación privada y 75 en administración del Estado. Asimismo, señala que el Plan Nacional de Turismo 2017-2028 propone al ecoturismo como producto con desarrollo prioritario.

Por otra parte, Velásquez y Apaza (2017) determina que el turismo en el Perú es una actividad importante, porque es una fuente que genera empleo para los pobladores de las diferentes localidades, es por ello, que el gobierno peruano busca generar una buena percepción en la mente del turista, para que así se generen ingresos económicos a las localidades que visitará.

Según un informe de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2019), el turismo interno representó el 92%, siendo el turismo por vacaciones u ocio el 29.4% de los viajes, generando S/2,454 mil millones de soles a la economía nacional. Por otro lado, el Ministerio de Comercio exterior y Turismo (2016), indicó que el consumo turístico interior o gasto realizado por los turistas nacionales que viajaron en el interior del país aportó en el año 2015

el 6.9% del PBI, esto debido a las promociones innovadoras de los destinos turísticos.

Según un informe de Promperú (2020), los vacacionistas prefirieron viajar con personas de su entera confianza como su pareja (39%), amigos (12%), y con personas que comparten la casa como la familia en un 36%, y solos en un 9%

Es importante acotar que el país lanzó la marca Perú, que tiene como objetivo impulsar el turismo del Perú en todo el mundo con la intención de atraer turistas extranjeros para que visiten las maravillas naturales y prueben la gastronomía que ofrece la nación (Ministerio de Comercio exterior y Turismo [MINCETUR], 2011).

2.2.2.2. Ecoturismo

Según Ceballos (1998), el ecoturismo es una manera de realizar turismo cuidando el medio ambiente, viajando y preservando los lugares de áreas naturales, con el propósito de apreciar la flora, fauna, y paisajes que ofrece el lugar. El ecoturismo también permite apreciar las diferentes culturas y costumbres de los pobladores, lo que genera movimiento económico para los pobladores de la región.

Para Pérez (2003), el ecoturismo se define como la obligación de mantener en su estado natural los recursos de la flora y fauna de una determinada comunidad.

Rábago y Revah (2000) aseveran que la importancia del ecoturismo es la generación de ingresos para la mantención de las áreas naturales protegidas y las comunidades dentro de las cuales se realiza este tipo de turismo.

Por otro lado, Báez (1996) considera que para que el ecoturismo funcione, es necesario que el turista y los guías de turismo cumplan los siguientes seis valores:

- Responsabilidad con los atractivos turísticos.
- Respeto de las culturas de los pobladores.
- Honestidad con el lugar.
- Educación.
- Capacidad de interactuar con el medio ambiente y las culturas.
- Democracia en la repartición de ganancias.

2.2.2.2.1. Actividades del ecoturismo:

Las principales actividades que se realizan en el ecoturismo son los siguientes:

2.2.2.2.1.1. Talleres de Educación Ambiental:

Para Cayón y Pernaletе (2011), la enseñanza enfocada en lo ambiental es esencial para encaminar el entendimiento de los individuos hacia un balance que debe existir entre sostenibilidad y conservación natural. Por lo tanto, se puede definir que un taller de educación ambiental como la gestión de conocimientos basados en temas ambientales, ecológicos y de sostenibilidad para el aprendizaje e identificación de factores que contribuyen a realizar un turismo responsable y social hacia el medio ambiente

2.2.2.2.1.2. Observación de ecosistemas

Según Odum y Barrett (1971), un ecosistema se encuentra conformado por los organismos de un lugar o área específica que interactúan con el medio ambiente. Por ello, cuando se exploran los diversos tipos de ecosistemas, se puede observar las características de los organismos y conocer el hábitat en el cual se desarrollan.

2.2.2.2.1.3. La Ruta del Café

Gómez (2012), La ruta de café es una actividad en la cual los turistas pueden degustar varios tipos de café, además de apreciar en las fincas cafetaleras los sembríos y procesos de transformación del café.

2.2.2.2.2. Perfil y Comportamiento del Ecoturista:

Para Baez y Acuña (2003), el ecoturista se caracteriza por ser una persona interesada en el contacto con la naturaleza y con los recursos naturales, en las diferentes culturas de las comunidades visitadas, además de tener conciencia sobre la importancia del medio ambiente, y por último buscar un servicio de calidad con una empresa responsable ecológicamente.

Según Calderón (2017), el comportamiento del ecoturista moderno se enfoca en buscar nuevas experiencias, servicios personalizados, aventuras, etc. Esto genera que los servicios que solicitan cumplan con las condiciones que requiere el individuo. Para ellos influye las vivencias de otras personas, motivo por el cual recurren a internet para visualizar reseñas.

2.2.2.2.3. Principios básicos del ecoturismo:

Para Drumm y Moore (2002), el ecoturismo tiene algunos principios básicos como mantener la preservación de los recursos naturales (flora y fauna) y de las comunidades nativas (cultura); incluir la participación de todos los actores responsables como son ecoturistas, pobladores, guías turísticos e instituciones municipales; generar ingresos económicos equitativos entre los pobladores locales, guías turísticos y cualquier persona que participe en la actividad; educar y brindar herramientas a todas las personas involucradas en la actividad turística para la conservación de los recursos naturales; y mantener, generar e invertir en el mantenimiento de los lugares para salvaguardar su estado natural.

2.2.2.3. Reactivación económica.

Rodríguez (2012) define la reactivación económica como una serie de medidas implementadas por los gobiernos para impulsar las economías locales con el objetivo final de que puedan recuperarse de la recesión.

Según un informe realizado por ComexPerú (2020), en los resultados del tercer trimestre del 2020, las disposiciones implementadas del estado peruano para luchar contra el virus, perjudicaron negativamente al sector turístico, específicamente a aerolíneas, restaurantes, hoteles, agencias de transporte, agencias de viaje y turismo. Por ello, entre el periodo enero a septiembre del 2020, el PBI producido por el sector hotelero y gastronómico fue de S/6,028 millones, es decir un 54.4% menor que el periodo previo. Mientras tanto, el sector turismo y hotelería generó S/716 millones en tributos, 44% menor.

El gobierno peruano, a través de Promperú (2021), utilizará la campaña “volver a viajar”, que busca promocionar los destinos en todo el territorio peruano,

promoviendo el uso de servicios formales, concientizando sobre la importancia de viajar de manera responsable para así reactivar el sector turístico.

Por tal razón el gobierno peruano necesita del turismo para evitar que el PBI no se estanque, es por ello que la reactivación económica en las agencias turísticas es importante porque se brinda trabajo a muchos peruanos.

2.3. Resumen Ejecutivo

El sector turístico ha disminuido considerablemente sus ingresos debido a la crisis sanitaria a nivel mundial. Los periodos de confinamiento y los aforos reducidos perjudicaron al rubro, especialmente a las pequeñas agencias turísticas. Una de ellas es la empresa turística Rainforest Adventure que durante el año 2019 facturó un total de S/. 80,000, mientras que en el año 2020 facturó tan solo S/20,000.

Este proyecto pretende que la empresa genere una ventaja competitiva a través de la implementación de un nuevo servicio en base al ecoturismo, que se refiere al turismo ecológico que busca poner en contacto al turista con la naturaleza.

La metodología del presente proyecto emplea el enfoque cuantitativo, la técnica de encuesta como herramienta de recolección de datos y un muestreo probabilístico aleatorio simple para la elección de 200 participantes.

El plan de actividades del ecoturismo estará compuesto por 2 fases, los cuales son la etapa de investigación y la etapa de implementación. El presente documento se centra en la etapa de investigación.

Los resultados realizados fueron positivos, pues se evidencia un alto nivel de aceptación del nuevo servicio.

Este proyecto beneficia a las agencias turísticas y a los establecimientos de comercio que se encuentren vinculados al sector. Además, genera un impacto positivo en la comunidad de Villa Rica y sus pobladores.

2.4. Características Técnicas o atributos del proyecto

El servicio ecoturístico tiene las siguientes características:

Actividades turísticas: Se centra en 2 actividades:

- La observación de ecosistemas, donde el turista debe ser dirigido a las zonas naturales de la laguna El Oconal y la Cascada el león, en la cual se encontrarán los diversos ecosistemas para realizar la observación en su estado natural. Dentro de la observación de ecosistemas en la Laguna el Oconal se podrán visualizar diversos tipos de aves, los tipos de flor de loto, también se podrá realizar ictioterapia. En la cascada el león, se disfrutará de la belleza natural de los bosques de los que se encuentra rodeados, los turistas podrán disfrutar de las aguas que brotan de la cascada.
- Visita a la ruta del café, en el que se conocerá la cultura cafetalera a través de un convenio con los fundos cafetaleros como son Aneczu y finca la torre, los cuales brindarán la facilidad para mostrar sus instalaciones donde realizan la producción del café. Los turistas aprenderán a diferenciar los granos, conocerán los cultivos y vivirán la experiencia de identificar un buen café elaborado de manera natural, así

como también aprenderán a realizar la preparación con una correcta medida de agua y café en los diversos tipos de cafetera.

Estas actividades se desarrollarán cumpliendo estrictos protocolos tanto de seguridad como de bioseguridad, para brindar mayor calidad y garantía al servicio. Además, se podrá personalizar paquetes a fin de que los turistas puedan crearlos acorde a sus necesidades y presupuesto. La agencia Rainforest Adventure, cuenta con dos vehículos similares a los tubulares, los cuales se encuentran adaptados para circular por el tipo de terreno que posee Villa Rica. Asimismo, el personal que labora para la empresa cuenta con la experiencia y los conocimientos necesarios para llevar a cabo las actividades.

Comunicación: Para llegar al cliente, se hará publicidad en diversas redes sociales, también se realizará colaboraciones con influencers, que a través de Instagram promocionarán las actividades ecoturísticas que se desarrollará.

Para realizar la actividad de observación de ecosistemas, el servicio costará 150 soles por turista, el cual tendrá una duración de 6 horas aproximadamente, en la que se recorrerá la laguna el Oconal por 3 horas, y la Cascada el león por 3 horas. Para realizar la actividad de la ruta del café, el servicio costará 100 soles por turista, el cual tendrá una duración de 4 horas aproximadamente, en la que se recorrerá la ruta del café y conocer diversos fundos cafetaleros de Aneczu y finca la torre en Villa Rica, en la que el ecoturista tendrá la opción de comprar café a los productores.

2.5. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas

Se compararán el ecoturismo con el turismo para apreciar

Características /Soluciones	Ecoturismo	Turismo
Impacto en la flora y fauna local	Protección de la flora y fauna local	Puede destruir la flora y fauna local, para hacer infraestructura.
Impacto en el medio ambiente.	Incrementa la concienciación sobre el medio ambiente	Puede generar importantes daños de forma directa o indirecta en el medio ambiente.
Costos	Hacer el servicio de ecoturismo en las agencias, el costo aproximado por 6 horas es 150 soles.	Hacer el servicio de turismo en las agencias, el costo aproximado por 6 horas es de 300 soles.

<p>Popularidad</p>	<p>Es aún media entre las personas promedio en el Perú, debido a que es un mercado que recién se está explorando.</p>	<p>Es alta entre las personas promedio en el Perú, debido a que es un mercado bien conocido.</p>
<p>Tipo de contenido</p>	<p>Enfocado en un turismo ecológico y en el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>Enfocado al ocio y entretenimiento del turista.</p>
<p>Participación del patrimonio cultural</p>	<p>Aporta directamente al patrimonio cultural y natural.</p>	<p>No siempre aporta al patrimonio cultural, ya que solo busca lucrar.</p>
<p>Participación de las comunidades locales</p>	<p>Incluye a las comunidades locales y enfatiza la participación local</p>	<p>No siempre incluye la participación de las comunidades locales</p>

2.6. Propósito del proyecto

2.6.1. Objetivo General:

- Implementar las actividades de ecoturismo para la reactivación económica de la agencia turística Rainforest Adventure

2.6.2. Objetivos específicos:

- Describir el perfil y las necesidades de los turistas que visitan Villa Rica
- Analizar las actividades ecoturísticas que se realizan en Villa Rica.

2.6.3. Hipótesis:

El trabajo de investigación plantea las siguientes hipótesis:

Hipótesis nula:

H0: Los turistas tienen un nivel de aceptación alto del servicio de ecoturismo, asignando un puntaje mayor a 4 en una escala de 1 a 5.

Hipótesis alternativa:

H1: Los turistas tienen un nivel de aceptación medio bajo del servicio de ecoturismo, asignando un puntaje entre 2.5 y 4 en una escala de 1 a 5.

2.7. Componentes del proyecto

2.7.1. Fase de Investigación

- Revisión teórica: revisión teórica de conceptos, de antecedentes de éxito y redacción de proyecto de investigación.
- Diseño Metodológico: muestreo y elaboración de encuestas

- Análisis de resultados: elaboración y análisis de resultados, presentación de conclusiones y recomendaciones.

2.7.2. Fase de Implementación

Si se confirma que el proyecto es viable, se realizará las acciones necesarias para consolidar el desarrollo de las actividades de ecoturismo que se implementará en la agencia Rainforest Adventure considerando los siguientes componentes:

- Presentación y consolidación de la propuesta de actividades ecoturísticas en la agencia Rainforest Adventure.
- Promoción de las actividades ecoturísticas a través de redes sociales, influencers y otros medios digitales dirigidos al público objetivo.
- Implementación de las actividades de ecoturismo.
- Medición de resultados

2.8. Plan de actividades del proyecto

A continuación, se describe las actividades correspondientes a la fase de investigación que se desarrollará en 4 meses.

Componentes	Actividades	Meses			
		1	2	3	4
Revisión Teórica	Revisión de bases teóricas				
	Revisión de antecedentes				
	Redacción del documento				
Diseño Metodológico de la Investigación	Definición de la metodología				
	Diseño muestral				
	Elaboración de la encuesta				
	Validación de la encuesta por jueces expertos				

y se medirá numéricamente los resultados obtenidos para hacer inferencias de la población en base estadísticas.

La investigación descriptiva se define por determinar hechos de acuerdo a las características y particularidades (Morales, 2012). Este presente proyecto de investigación busca conocer las características del cliente, así como sus preferencias de precios, el interés por las rutas ecoturísticas y el nivel de aceptación que tendrá el nuevo servicio de ecoturismo. Se pretende determinar características específicas de los encuestados, y no establecer algún tipo de relación entre ellas.

2.9.2. Población, muestra y muestreo:

La población está conformada por habitantes de Lima metropolitana que son 8,406,000 habitantes mayores de 18 años, según Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública - CPI (2019)

Y se obtuvo un porcentaje de los 8,406,000 habitantes, con un 50% de heterogeneidad, margen de error de 7% y un nivel de confianza de 95%, por lo que la muestra mínima de 196 personas, aunque el proyecto considera una muestra mayor.

De acuerdo a López (2004), es muestreo probabilístico aleatorio simple se refiere a la posibilidad de que una persona pueda ser seleccionada dentro de la muestra de manera aleatoria.

2.9.3. Técnica e Instrumento:

La Técnica que se aplicará en el proyecto es la encuesta, la cual permitirá recopilar los datos de la población de estudio referente a la implementación del ecoturismo para la reactivación económica de la agencia turística Rainforest.

El instrumento en este proyecto es el cuestionario en Google forms, que consiste en un conjunto de preguntas de opción múltiple.

Esta encuesta ha sido validada por 3 expertos en las áreas de Investigación, y metodología, quienes otorgaron una validez del instrumento de **80%**.

2.10. Resultados generales

La encuesta fue respondida por 200 personas entre 18 a más de 65 años, siendo las personas de 18 a 39 años un 88%, que quiere decir 176 personas.

La encuesta fue a personas que residen en Lima Metropolitana, identificándose 112 personas con el género masculino, y 88 con el género femenino.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos luego de procesar las respuestas obtenidas en la aplicación de la encuesta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada	0	0	0	
Poco	0	0	0	
Medio	21	10.5	10.5	10.5
Mucho	119	59.5	59.5	70.0
Bastante	60	30.0	30.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 1: Interés en conocer Villa Rica

En la tabla 1, se muestra la cantidad de personas que les gustaría conocer Villa Rica. El 89.5% tiene un alto interés por conocer Villa Rica, solamente el 10.5% está en duda y podría evaluarlo.

Gran parte de las personas encuestadas manifestaron tener interés en conocer Villa Rica lo cual puede deberse a los hermosos paisajes que muestra este exótico lugar y su diversidad ecológica. En los resultados se obtuvo que la mayoría de las personas que manifestaron interés en conocer Villa Rica son personas entre las edades de 18 a 39 años, personas que podrían desconectarse de la vida cotidiana para buscar una aventura en Villa Rica. Debido a que por la pandemia las personas prefieren los lugares menos frecuentados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Mensual	8	4.0	4.0	4.0
Bimestral	5	2.5	2.5	6.5
Trimestral	20	10.0	10.0	16.5
Cuatrimestral	2	1.0	1.0	17.5
Semestral	152	76.0	76.0	93.5
Anual	13	6.5	6.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 2: Frecuencia al realizar una actividad turística

En la tabla 2 se muestra la frecuencia con la que una persona realiza turismo en un año. El 76.0% lo hace semestral que son 2 veces al año, el 10.0% lo hace trimestral

que son 3 veces al año, mientras que el 6.5% anual que es una vez al año, y el 4.0% lo hace mensual que son 12 veces al año.

Por tanto, la gran mayoría de los encuestados hacen turismo 2 veces al año, puede deberse a la poca disponibilidad de tiempo libre que tiene el trabajador peruano. Las vacaciones de un trabajador peruano son por un mes, en la cual podrían realizar una actividad turística por semanas. Otra oportunidad en la que el trabajador peruano pueda hacer turismo a parte de las vacaciones es dentro de los fines de semana largo como semana santa o las fiestas patrias, en la cual aprovechan para desconectarse de la vida cotidiana y viajar para hacer turismo.

Otro factor que puede determinar que los peruanos solo realizan 2 veces turismo en un año, es por las medidas del gobierno que ha impuesto por la pandemia de la covid-19, en la cual se ha restringido en muchos lugares la libertad de movimiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Solo	7	3.5	3.5	3.5
Con amigos	74	37.0	37.0	40.5
Con familia	56	28.0	28.0	68.5
Con otras personas	3	1.5	1.5	70.0
Con pareja	60	30.0	30.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 3: Individuos con quien realizaría turismo

En la tabla 3, se representa las opciones de afinidad con las que el encuestado realizaría turismo, por lo que se obtuvo que el 37.0% lo hace con amigos, el 30.0% lo hace con la pareja, el 28.0% viaja con la familia.

Lo obtenido en esta tabla se alinea con el informe de Promperú (2020), sobre con quienes prefieren viajar los turistas, en su mayoría lo hacen con amigos, con una pareja o en familia debido a que son personas de su confianza. Por otro lado, las personas que respondieron las encuestas se encuentran en el rango de 18 a 39 años, en la cual podrían ser personas que buscan desconectarse de la ciudad principalmente en busca de nuevas aventuras. Otro factor que podría ser determinante para que la mayoría elija a un amigo como acompañante es que esa persona puede apañar todas las aventuras sin tener un límite y hacer cualquier tipo de locura. Si eligió a una pareja y familia es que seguramente busca una experiencia única en los hermosos paisajes de Villa Rica.

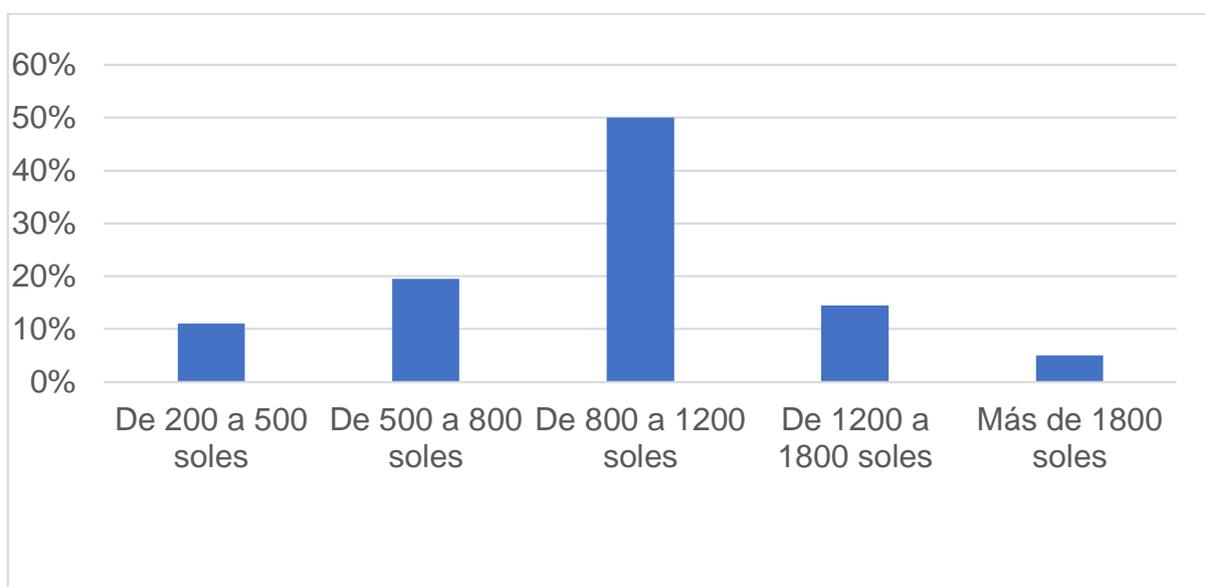


Figura 1: Promedio de gasto al realizar turismo

En la figura 1, se presenta el promedio que se gasta el turista. El 50.0% de los encuestados indica que el gasto que realizan es entre 800 a 1200 soles, el 19.5% entre 500 a 800 soles, el 14.5% gasta entre 1200 a 1800 soles, mientras que el 11.0% gasta 200 a 500 soles, y el 5.0% más de 1800 soles. Este resultado evidencia que la mayoría de encuestados gasta un promedio de 500 a 1200 soles en sus viajes turísticos. Todo este gasto que realizan los turistas al hacer viajes en territorio nacional aporta tanto al PBI como al crecimiento de negocios locales. Este gasto promedio que hacen los turistas nacionales es porque la economía peruana no les permite gastar más por lo frágil que se ha vuelto en los últimos años, añadiéndole la crisis por la pandemia en la que muchos trabajadores se vieron obligados a reducir sus respectivos salarios. Afortunadamente con las medidas que está implementando el gobierno poco a poco la crisis se está reduciendo.

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	----------------------	-------------------------

Válido	Nada importante	0	0	0	
	Poco importante	3	1.5	1.5	1.5
	Medianamente importante	3	1.5	1.5	3.0
	Muy importante	115	57.5	57.5	60.5
	Totalmente importante	79	39.5	39.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Tabla 4: Importancia del medio ambiente al realizar turismo

En la tabla 4, se presenta la importancia del cuidado del medio ambiente para el turista. Para el 97% es de vital importancia el cuidado del medio ambiente. Mientras que para el 3% son relativamente importantes, porque seguramente solo piensan en divertirse y no en el cuidado de la naturaleza.

Este resultado indica que, para la gran mayoría de turistas es importante el cuidado del medio ambiente al realizar turismo pues son conscientes que podrían ayudar a preservar la vida animal y el ecosistema del planeta. Para las personas interesadas en realizar ecoturismo les parece fascinante poder estar en contacto con la naturaleza sin dañar el medio ambiente que los rodea, y apreciar Villa Rica.

Se valida lo indicado por Baez y Acuña (2003), ya que las personas que buscan actividades ecoturísticas gustan del contacto con la naturaleza por ello son conscientes de la importancia del cuidado del medio ambiente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada interesante	0	0	0	
Poco interesante	2	1.0	1.0	1.0
Medianamente interesante	6	3.0	3.0	4.0
Interesante	125	62.5	62.5	66.5
Muy interesante	67	33.5	33.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 5: Interés en realizar la actividad ecoturística de observación de ecosistemas

En la tabla 5, se presenta si es interesante la actividad ecoturística de observación de ecosistemas. El 96.0% tiene un alto interés, solamente el 4.0% manifiesta un poco interés, por lo cual podría evaluarlo.

Por lo tanto, para la gran mayoría de encuestados realizar la observación de ecosistemas sería muy interesante, porque es una actividad en la cual podrá apreciar la diversa variedad de fauna y flora silvestre que existe en Villa Rica. Dentro de la variedad de fauna que hay en Villa Rica se encuentra: ovino, ganado vacuno, porcino, conejos, armadillos, monos y diferentes tipos de aves como gavilanes, loros, aves de corral. Por otra parte, también se pueden apreciar en las lagunas los diferentes tipos de peces como bagres, doncellas, carachamas, dormilonas y carpa común.

La flora que existen en villa rica como son los nogales, orquídeas, cedros, tornillos, ulcumanos, robles amarillos y rojos. Además de encontrar plantas medicinales como la uña de gato, mático y la sangre de grado.

Toda esta diversidad de fauna y flora, hace que el potencial turista muestre gran interés en realizar la actividad ecoturista de observación de ecosistemas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada interesante	0	0	0	
	Poco interesante	2	1.0	1.0	1.0
	Medianamente interesante	8	4.0	4.0	5.0
	Interesante	131	65.5	65.5	70.5
	Muy interesante	59	29.5	29.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Tabla 6: Interés mostrado para realizar la actividad ecoturística de la ruta de café

En la tabla 6, se presenta si al turista le parece interesante la actividad ecoturística de la ruta de café. El 95.0% tiene un alto interés, solamente el 5.0% manifiesta un poco interés, por lo cual podría evaluarlo.

De ello se define que la mayoría de los turistas encuestados contestó que le parece interesante la ruta de café, por lo que se le ofrece ver la elaboración del café desde sus cultivos hasta la obtención del producto final, además que está considerado como uno de los cafés más finos del mundo por lo cual despierta un gran interés en el potencial cliente. Para el turista que va a conocer Villa Rica esta experiencia le permitirá reconocer un buen café, a través de un producto elaborado en territorio peruano, además que tiene la opción de poder comprar directamente de un

productor local y así beneficiar la economía del distrito que se ha visto perjudicada por la covid-19.

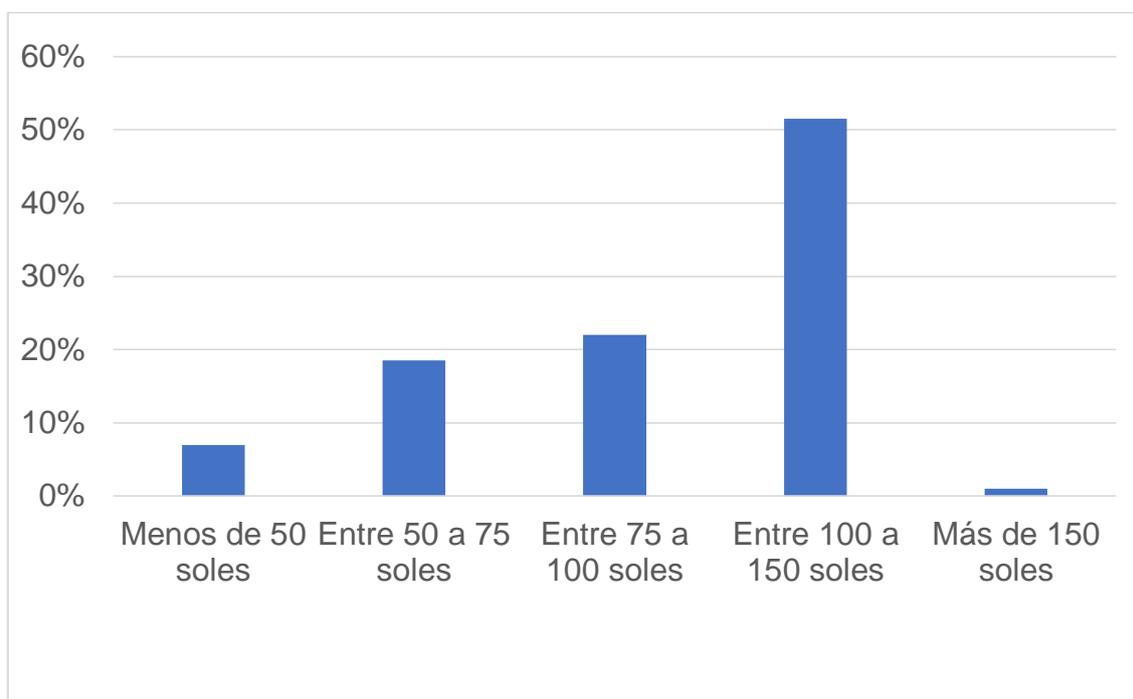


Figura 2: Disposición de pago por servicio ecoturístico

En la figura 2, se consultó cuánto estaría dispuesto el turista a pagar por cada servicio ecoturístico como la observación de ecosistemas y la ruta de café. El 51.5 % gastaría entre 100 a 150 soles, mientras que al 22.0% entre 75 a 100 soles, y para el 18.5% entre 50 a 75 soles. Por otro lado, para el 7.0% menos de 50 soles, y para el 1.0% más de 150 soles.

La gran mayoría de personas encuestadas estarían dispuestos a pagar entre 50 a 150 soles por cada servicio ecoturístico, estos resultados se asocian a la tabla 7 en la cual se consultó cuánto gastaría el turista en los viajes, respondiendo entre 500

a 1200 soles. Se puede observar que aún el potencial turista piensa pagar un precio razonable por cada servicio ecoturístico, debido a que la gran mayoría tiene una gran concientización sobre el cuidado del medio ambiente, y curiosidad por conocer cómo se elabora el café más fino del mundo.

Con estos resultados se podrá realizar una evaluación para determinar el costo de cada servicio ecoturístico en la agencia de viajes que esté acorde a lo que el turista piensa gastar.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada importante	0	0	0	
Poco importante	0	0	0	
Medianamente importante	10	5.0	5.0	5.0
Muy importante	136	68.0	68.0	73.0
Totalmente importante	54	27.0	27.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 7: Importancia del ecoturismo para la reactivación económica de una agencia de turismo

En la tabla 7, se consultó si es importante la aplicación de ecoturismo en la reactivación económica en una agencia de turismo. El 95.0% indicó que es de vital importancia, y para el 5.0% es medianamente importante.

De los resultados se deduce que el ecoturismo es una actividad importante para la reactivación económica, debido a que generará nuevas fuentes de empleos en la localidad. Como se sabe las medidas implementadas por el gobierno debido a la pandemia por covid-19 ha golpeado duramente el sector turístico, es por ello que promover la reactivación económica para este sector es sumamente importante, por ello es fundamental la difusión y promoción de actividades ecoturísticas para que así las diversas localidades que poseen potencial ecoturístico tomen mayor protagonismo a futuro, además que se confirma lo investigado por Ugaz (2018) quien afirma que el ecoturismo brinda desarrollo sostenible tanto para los habitantes como para las autoridades de una determinada localidad, de manera que se realice un trabajo en conjunto para integrar servicios y recursos turísticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	0	0	0	
	En desacuerdo	0	0	0	
	Medianamente de acuerdo	5	2.5	2.5	2.5
	De acuerdo	146	73.0	73.0	75.5
	Totalmente de acuerdo	49	24.5	24.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Tabla 8: Acuerdo con idea que el ecoturismo ayuda a preservar el medio ambiente

En la tabla 8 se consultó si practicar ecoturismo ayuda a preservar el medio ambiente, el 97.5 % está muy de acuerdo, mientras que el 2.5% está medianamente de acuerdo.

La gran mayoría estuvo de acuerdo, porque hacer actividades de ecoturismo como la observación de ecosistemas, permite que las municipalidades locales preserven y cuiden mejor los bosques que hay en Villa Rica, debido a que manteniéndolo de la mejor forma ayudará a atraer a ecoturistas que son personas que están interesadas en hacer un turismo ecológico y observar lo maravilloso que es la madre naturaleza.

Se valida la afirmación de Ceballos (1998), sobre el ecoturismo indicaba que se cuida el medio ambiente a través de la preservación de las áreas naturales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nada importante	0	0	0	
Poco importante	0	0	0	
Medianamente importante	5	2.5	2.5	2.5
Muy importante	129	64.5	64.5	67.0
Totalmente importante	66	33.0	33.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 9: Valoración de la importancia del conocimiento del guía turístico sobre Villa Rica

En la tabla 9, se consultó si es importante que el guía turístico tenga conocimiento sobre la historia de Villa Rica, en el cual para el 97.5% tiene una alta importancia, solamente para el 2.5% es medianamente importante.

Para la gran mayoría es importante que el guía turístico tenga conocimiento sobre la historia de Villa Rica, para que así esta persona le explique todo sobre la ciudad y las diferentes lagunas que ofrece el lugar, así también cuando realice ecoturismo pueda mencionarle la diversidad de flora y fauna que existe en Villa Rica y sus diferentes comunidades. Si en caso el guía turístico no tiene conocimiento sobre estos datos, podría hacer que el potencial ecoturista pierda interés en la agencia, por lo cual no decida recomendar a otra persona el viaje, lo cual haría perder otros potenciales clientes.

Este resultado se alinea con lo planteado por Drumm y Moore (2002) en el que indicaba sobre los principios básicos del ecoturismo en la que intervienen los actores como son el guía turístico, el ecoturista, la agencia y las comunidades. Se benefician en conjunto todos los involucrados que participen dentro del circuito ecoturístico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Entre 1 y 2 horas	26	13.0	13.0	13.0
Entre 2 y 4 horas	41	20.5	20.5	33.5
Entre 4 y 6 horas	104	52.0	52.0	85.5
Full day	29	14.5	14.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 10: Duración de las actividades ecoturísticas

En la tabla 10, se consultó cuanto es el tiempo que debe durar cada actividad ecoturística, en la cual el 52.0% entre 4 y 6 horas, el 20.5% entre 2 y 4 horas, para el 14.5% full day, y para el 13.0% entre 1 y 2 horas.

La mayor cantidad de encuestados respondió que las actividades ecoturísticas deberían durar entre 4 y 6 horas, que podrían ser toda la mañana o toda la tarde.

Las personas que piensan pasar medio día al realizar una actividad ecoturística, porque seguramente también quieren pasar un tiempo en el hotel y recorrer la ciudad sin el guía turístico para sentirse parte de la comunidad por un momento.

Es muy importante para las agencias tener conocimiento de las horas que un potencial ecoturista piensa disponer para las actividades ecoturísticas.

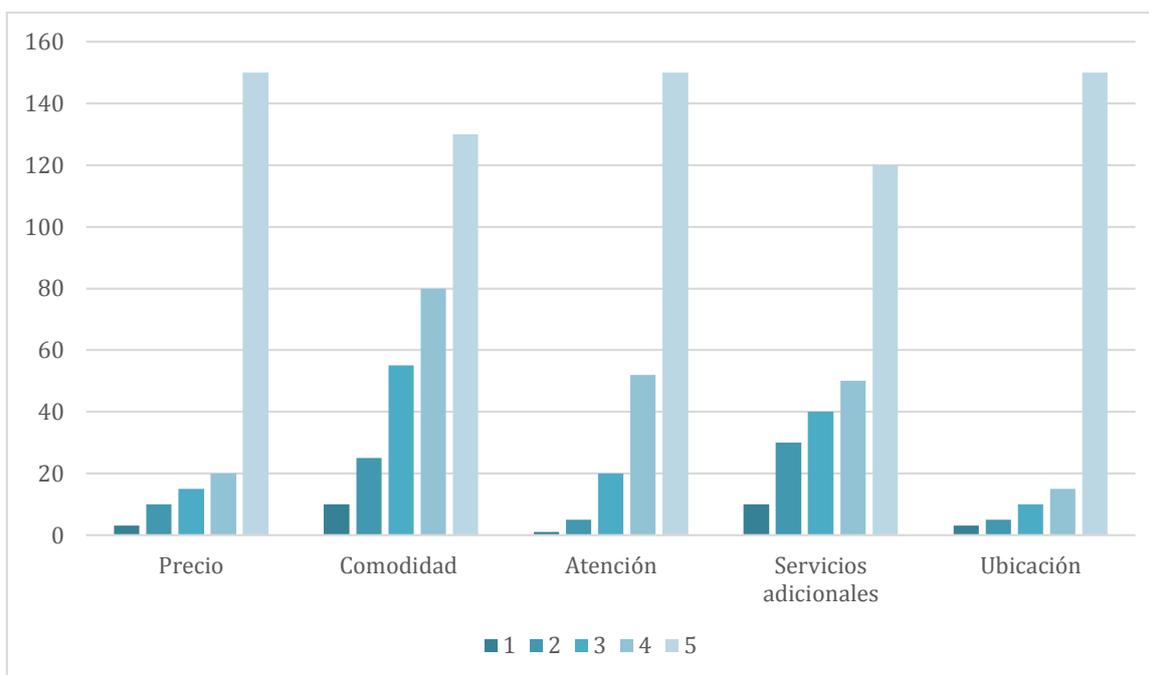


Figura 3: Atributos valorados

En la figura 3, se aprecia los atributos valorados en una escala del 1 al 5 donde 1 es poco y 5 mucho. Se evidencia que tanto el precio, la atención, así como la ubicación son las características más importantes para el potencial turista, debido a que seguramente si las actividades ecoturísticas tienen un precio muy elevado y tanto la agencia de turismo como el guía turístico no presentan la mejor atención con el usuario para el turista significaría una mala experiencia y pérdida de dinero, lo cual haría que no recomiende el servicio ni la agencia en su círculo de amistades. Por otro lado, se observa que la ubicación también es importante, porque seguramente cuando el potencial turista termine de realizar el ecoturismo, va a querer que el hotel tenga buena ubicación para poder descansar junto a su familia, pareja o amigos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Definitivamente no	0	0	0	
No	0	0	0	
Tal vez	15	7.5	7.5	7.5
Sí	141	70.5	70.5	78.0
Definitivamente sí	44	22.0	22.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Tabla 11: Probabilidad de compra de actividades ecoturísticas en la agencia de Villa Rica

En la tabla 11, se consulta si la persona realizaría actividades ecoturísticas, en la cual el 92.5% dijeron que sí, solamente el 7.5% está en duda y podría evaluarlo.

Se tiene un total de 185 encuestados que se encuentran dispuestos a realizar actividades ecoturísticas, este resultado es positivo para impulsar la implementación de las actividades que se están proponiendo para la reactivación económica de la Agencia Rainforest Adventure.

La mayoría de encuestados piensa hacer actividades de ecoturismo porque son personas que quieren preservar el medio ambiente, además de querer conocer la diversa flora y fauna de Villa Rica. A ello se le suma el interés en conocer cómo se elabora el café más fino del mundo, para así poder aprender a reconocer un buen café, además de poder ayudar a los pequeños productores de Villa Rica, adquiriendo directamente con ellos el café.

Asimismo, se confirma que los resultados obtenidos por Sarmiento (2017) durante la exploración de implementación del programa ecoturístico de la reserva nacional punta San Juan y las playas en el distrito de Marcona en sus determinó que un 79% se encontraban interesados en realizar programas ecoturísticos.

Luego de analizar los resultados de la encuesta se puede afirmar que en hipótesis los turistas tienen un nivel de aceptación alto al servicio de ecoturismo, asignando un puntaje mayor a 4 en una escala de 1 a 5 se cumple. La mayoría de encuestados estaría dispuesto a realizar ecoturismo en Villa Rica, ya que consideran que practicar este tipo de actividades ayuda a preservar el medio ambiente. Los encuestados están muy interesados en conocer la ruta de café que consiste en ver cómo se elabora desde el cultivo hasta la producción del café denominado como uno de los más finos del mundo, y además evidencian un gran interés en la observación de ecosistema que consiste en ver la diferente variedad de flora y fauna silvestre que hay en los atractivos turísticos que son Laguna el Oconal y la Cascada el león.

III. ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

Este proyecto tiene el objetivo de Implementar el ecoturismo para la reactivación económica de la agencia de viajes Rainforest Adventure en el distrito Villa Rica - Oxapampa-departamento de Pasco, con la finalidad de incrementar el flujo económico que han sido afectados por la pandemia. Siendo necesario en un primer lugar evaluar la implementación de la misma.

Se requiere una inversión de S/ 43,100 soles.

Costos de Implementación:

Los costos serán para pagar al influencer que se encargará de dar difusión a las actividades ecoturísticas, también se contratará a una persona encargada de subir la publicidad en redes sociales por 12 meses a un costo de S/400 mensuales. Otra persona se encargará de la fotografía y edición audiovisual para crear contenido de Villa Rica sobre las actividades ecoturísticas por 3 meses a un precio mensual de S/1600. Y el último pago será para el guía turístico que será una persona capacitada con conocimiento sobre la historia, flora y fauna de Villa Rica, esta persona estará por 12 meses a un costo de S/1500.

Servicio	Tiempo	Costo mensual	Total
Costos fijos			
Influencers	6 días	S/. 2,500	S/. 15,000
Publicidad en redes sociales (post, fotos, etc.)	12 meses	S/. 400	S/. 4,800
Fotografía y edición audiovisual	3 meses	S/. 1,600	S/. 4,800
Gastos Administrativos	1 mes	S/. 500	S/. 500
Guía Turístico	12 meses	S/. 1,500	S/. 18,000
Total		S/. 6,500	S/. 43,100

Al primer año se deben haber vendido 400 reservas por un costo de S/150, que nos daría una facturación de S/60,000. Esto descontándolo con los gastos, sería una ganancia de S/ 16,900.

Para tener un punto de equilibrio, que permita no perder ni ganar, mensualmente se debe vender 24 paquetes por S/150, lo que en un año será equivalente a un total de S/. 43,200.

IV. SUSTENTO DEL MERCADO

4.1. Alcance esperado del proyecto

El proyecto no solo se limitará a elaborar una propuesta para implementar el ecoturismo, sino que se trabajará junto a la municipalidad para ayudar a conservar las áreas naturales de Villa Rica y fomentar el interés por apreciar la naturaleza como una nueva forma de hacer turismo responsable.

El proyecto tendrá alcance en el distrito de Villa Rica por ser los primeros en implementar actividades ecoturísticas. Sin embargo, esta solución es replicable para otras zonas del país. con la intención de que el ecoturismo tenga mejor alcance para los turistas peruanos y extranjeros.

4.2. Descripción del mercado objetivo

El mercado de este proyecto de investigación pertenece al sector de turismo que, según el diario El Peruano (2021), durante el año 2019 el turismo interno obtuvo un total de 48.6 millones de viajes que generó 5,656 millones de dólares, luego en el 2020 debido a la pandemia desatada por el covid-19 se redujo a 14.7 millones cayendo a un total de 1,589 millones de dólares, por ello se ha pronosticado que para el 2021 se vuelva a incrementar a 21.7 millones de viajes esperando obtener 2,609 millones de dólares.

Los principales Stakeholders:

-Influenciadores: Los influencers que elaboran contenido sobre viajes darán promoción y difusión a las actividades ecoturísticas.

-Guías Turísticos: Personal encargado de brindar al potencial turista los conocimientos de las áreas turísticas que visitará como la laguna el Oconal, la cascada el León y la ruta del café en las fincas cafetaleras

-Consumidores del servicio: Los turistas que adquieran el servicio para realizar las actividades ecoturísticas ofrecidas en el local de Rainforest Adventure que está en Villa Rica.

-Proveedores: Las comunidades encargadas del mantenimiento de los atractivos turísticos que se visitarán, y la municipalidad de Villa Rica que gestionan los permisos respectivos.

4.3. Estimación de la demanda potencial en el mercado/segmento al que busca ingresar

Según el Ministerio de comercio exterior y turismo (2018), en el año 2018 ingresaron 400,000 turistas al departamento de Pasco. Si estimamos que el 1% viajase a Villa Rica, el mercado potencial es de alrededor 4,000 potenciales turistas. Si el 10% utiliza la agencia en Villa Rica, se tendría 400 personas.

Cada potencial turista podría adquirir 2 servicios ecoturísticos, por lo que el mercado potencial es entre 400 y 800 adquisiciones de los servicios.

De ello se deduce que la demanda potencial será de 400 reservas por 150 soles, que son S/60,000 al año como mínimo.

4.4. Descripción de la innovación

a) Propuesta de Valor:

Darle al turista la oportunidad de explorar mediante actividades ecoturísticas los recursos naturales, flora y fauna, así como el aprendizaje que obtendrá al poder diferenciar y degustar de un verdadero café.

Poder implementar una nueva forma de hacer turismo, sin la necesidad de dañar el medio ambiente, y crear un desarrollo sostenible para beneficio del distrito de Villa Rica.

b) Fuentes de Ingresos:

Los potenciales turistas estarán dispuestos a pagar por los servicios ecoturísticos debido a que los paisajes exóticos les dará un alto valor de poder experimentar y convivir muy cerca con la naturaleza, además que el turista podrá llevar la satisfacción con la que se queda después de un buen viaje.

Los clientes pagarán por los 2 servicios ecoturísticos que son la observación de ecosistemas que se desarrollarán en la laguna el Oconal y en la Cascada el león por 6 horas a un costo de 150 soles, y la ruta del café para conocer diversos fundos cafetaleros por 4 horas a un costo de 100 soles. El paquete completo que son los 2 servicios ecoturísticos costará 200 soles y con un 10% de descuento por hospedarse en el hostel oro verde.

El cliente preferiría pagar en efectivo, plin, yape o tarjeta de crédito a través de POS.

c) Canales de Distribución:

Los usuarios que soliciten el servicio ecoturístico podrán contactarse mediante la página web, en la cual podrán reservar los 2 servicios ecoturísticos que se desea implementar en la agencia Rainforest Adventure, otra fuente de contacto serán las redes sociales como Instagram y Facebook en la que se colocarán afiches con los precios y número de contacto.

De estos medios el que funciona mejor son las redes sociales, pues estas darán mayor visibilidad a los servicios ofertados y la facilidad de encontrar datos para contactarse directamente con la agencia Rainforest Adventure, además que el turista tendrá la posibilidad de ver imágenes referenciales de las actividades ecoturísticas.

d) Estrategia de penetración en el mercado:

La estrategia será la promoción a través de los influencers dedicados a elaborar contenido de viajes en Instagram, para que den visualización, difusión y promoción a las 2 actividades ecoturísticas que se realizará en Villa Rica. Mediante esta publicidad, el potencial turista podrá apreciar los atributos de la observación de ecosistemas y de la ruta de café, además de ver los hermosos paisajes. Así se generará gran interés por realizar ecoturismo, y se contactará con la agencia Rainforest Adventure.

e) Alianzas:

Se realizará una alianza con el Hostal Oro Verde para que se hospeden los clientes, y acordar que consuman el paquete completo puedan tener 10% de descuento en el hostal.

Otra alianza que se realizará, será con la empresa Aneczu y finca la torre que son fundos cafetaleros, donde elaboran el café desde su cultivo hasta la obtención del producto final, además también enseñan la catación y reconocimiento de granos de café, así como la adquisición de sus productos.

Y por último se realizará una alianza con la municipalidad de Villa Rica, para que se otorguen los permisos correspondientes para poder hacer ecoturismo en la laguna el Oconal, y las cataratas el león.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La investigación realizada tiene como objetivo principal determinar si es factible la implementación del ecoturismo para la reactivación económica de la agencia Rainforest Adventure, ubicada en el distrito de Villa Rica - Provincia de Oxapampa – Departamento de Pasco.

Se concluye lo siguiente:

- Se puede evidenciar un nivel de aceptación alto para realizar los servicios ecoturísticos.
- Las personas prefieren realizar turismo en su mayoría con una frecuencia semestral.
- Las preferencias de viaje de las personas son: amigos, familia y pareja.
- Los turistas invierten al hacer turismo desde 500 a 1500 soles.
- Que para los encuestados es importante el cuidado del medio ambiente al momento de realizar turismo.
- Se considera importante las actividades ecoturísticas para la reactivación económica.
- Se valora bastante el conocimiento y experiencia del guía turístico sobre el lugar que se está visitando.
- De acuerdo con los datos obtenidos se puede organizar el itinerario para la duración de horas de cada actividad.

5.2. Recomendaciones

- Dar a conocer los resultados del proyecto de investigación para que las autoridades de Villa Rica desarrollen un plan estratégico para darle difusión a los atractivos turísticos, recursos naturales y a la producción cafetalera, para una mejora del desarrollo económico a nivel distrital.
- Brindar una capacitación a los guías turísticos para que así estas personas estén aptas para darle un servicio de calidad a los turistas con el fin de que se recomienden los servicios ecoturísticos a sus contactos, familiares o amigos.
- Mejorar el manejo de redes sociales de la agencia de viajes Rainforest Adventure para darle mayor visibilidad a los servicios ofrecidos y llegar a más personas.
- Realizar alianzas cooperativas con los negocios locales del rubro turístico, hotelero y gastronómico, para obtener descuentos para los turistas.
- Incluir actividades de turismo vivencial en la ruta de café, para que el turista se sienta parte de la cultura local.

VI. REFERENCIAS

6.1. Fuentes bibliográficas

- AVECILLAS, K. (2018). *Gestión del ecoturismo y su relación con la experiencia del visitante de la reserva ecológica manglares Churute en Ecuador 2018*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/3400/avecillas-uquillas-kerly-jennifer.pdf?sequence=1>
- BÁEZ, A. (1996). *Ecoturismo/Turismo Responsable: el caso de Costa Rica*. Documento preparado para programa LEAD. San José, Costa Rica.
- BÁEZ, A. y ACUÑA, A. (2003). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas*. Comisión nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-05/Semana3/Lecturas3/002.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2021). *Evolución del turismo en Perú 2010-2020, la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf>
- CALDERON, E. (2017). *Proyecto de inversión para la creación de la empresa de turismo de aventura y ecoturismo vivencial*. Informe de Investigación <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11287/Calderon>

[%20Vidal%20%20Elisabeth%20Norca-Parcial.pdf?sequence=3&isAllowed=y](#)

- Cárdenas, L. (2020). *Ecoturismo, oportunidad sostenible de desarrollo económico en el municipio de Sotaquirá – Boyacá*. [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás.Tunja].
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28470/2020luis%20c3%a1rdenas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cayón, A., y Pernaletе, J. (2011). *Conciencia ambiental en el sistema educativo venezolano. REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 6(11), 163-186.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4172173>
- Ceballos-Lascurain. (1998), *Ecoturismo. Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. Diana. México.
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/Ceballos-Lascurain.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19: efectos económicos y sociales*. Cepal.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/6/S2000264_es.pdf
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2019). *Perfil del Vacacionista Nacional 2019*.
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_VacacionistasAgrupacion_x_perfiles_vacac_nac_4_1041_PVN_2019.pdf

- COMEXPERU. (s.f.). *Reporte trimestral de desempeño turístico en el Perú*.
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-002.pdf>
- Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública s.a.c. CPI (2019). *Perú. Población 2019*.
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_per_u_201905.pdf
- Di-Bella, M. (2019). *Introducción al turismo*. Trillas
<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- Drumm, A., & Moore, A. (2002). *Desarrollo del ecoturismo, un manual para los profesionales de la conservación, introducción a la planificación del ecoturismo* (No. CIDAB-S934-D6i). The Nature ConservancyUSAID.
<http://www.bionica.info/biblioteca/drumm2002desarrollodelecotourismo.pdf>
- Globaldata Travel y Tourism (21 de abril de 2021). *International arrivals to South America fell by 48% in 2020, according to GlobalData*.
<https://www.globaldata.com/international-arrivals-south-america-fell-48-2020-according-globaldata/>
- Gómez, J. (19 de agosto del 2012). *Ruta del Café, Centro Histórico Ciudad de México. Perspectiva Radio*. [Archivo de video]. Recuperado de
<https://www.youtube.com/watch?v=9ai4ph3NdyE>

- Gonzales, K. (2020). *El ecoturismo como estrategia de fortalecimiento en las acciones de conservación ambiental: Un análisis regional en Los Tuxtlas, Veracruz, México*. [Artículo de Investigación, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/21658/PS_18_4_%282020%29_04.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Guterres, A. (24 de agosto del 2020). *António Guterres - Policy brief on Tourism and COVID-19*. World Tourism Organization (UNWTO). [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=MSum49kPqJs>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.). McGraw Hill Education <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). *¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario*. *Aportes y transferencias*, 6(2), 11-27. *Aportes y Transferencias* <http://nulan.mdp.edu.ar/258/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (02 de junio de 2020). *Sector servicios prestados a empresas decreció -10.21% en marzo del presente año*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/sector-servicios-prestados-a-empresas-decrecio-1021-en-marzo-del-presente-ano-12222/>
- López, P. L. (2004). *Población muestra y muestreo*. *Punto cero*, 9(08), 69-74. <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>

- Ministerio de comercio exterior y turismo. (10 de marzo de 2011). *Marca Perú: 10 años después.*
<https://www.gob.pe/institucion/promperu/campa%C3%B1as/3723-marca-peru-10-anos-despues>
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2016). *Medición económica del turismo.* https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/MEDICION_ECONOMICA_TURISMO_ALTA.pdf
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2018). *Movimiento Turístico en Pasco.* https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Pasco.pdf
- Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.*
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Morales%2C+F.+%282012%29.+Conozca+3+tipos+de+investigaci%C3%B3n+%2C+Descriptiva%2C+Exploratoria+y+Explicativa.+Recuperado+el%2C+11%2C+2018.&btnG=
- Odum, EP y Barrett, GW (1971). *Fundamentos de la ecología (Vol. 3, p. 5).* *Filadelfia: Saunders*
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30234225/odum_barrett-ch1-sections1-4-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1639081746&Signature=QwKwgx2O5xdz27vE3YpOL-DWt~pnx2VyBzxUz~k9-PeiTjW4HzSB8SVW9Def1h8WdjCk2~Qx0eAnuameoS-

[ZX3PwC1oaUPX7ZQBdxNTkAzib2qruh1QAk95g1dCZnzfQzUAtLhGjj
NUz3Di09r5wceVfuclw567f8gtqBnP~wPd4vVKtFYpvtC0yNUZE0viPf
QA9Z~wFi74CCq8avlxVw5kmoj2RK5L63~uJl-RYxA0-
pLSC74K9PPY8QJOVXXAV1UkCQ57K7hno4GLjsRp~J~p6-
D2MM1Ly6lyZ6OC9JmnGwwECd7Jzd7m9vUTNNbt2zAhf41cit~syxzi
uLBwHg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.undp.org/es/publications/2020/informe-de-politicas-covid-19-y-la-transformacion-del-turismo)

- Organización de las Naciones Unidas (2020). *Informe de Políticas COVID-19 and Transforming Tourism*. <https://unsdg.un.org/es/resources/informe-de-politicas-covid-19-y-la-transformacion-del-turismo>
- Pérez De Las Heras, M. (2003). *La guía del ecoturperfilismo: o cómo conservar la naturaleza a través del turismo*. Mundi-Prensa Libros. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1bMSAQAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=%E2%80%A2%09P%C3%A9rez+De+Las+Heras,+M+\(2003\).+La+gu%C3%ADa+del+ecoturperfilismo:+o+c%C3%B3mo+conservar+la+naturaleza+a+trav%C3%A9s+del+turismo.+Mundi-Prensa+Libros.&ots=02w1DbPoiW&sig=jHuYst3XGhhKC-hVnsGun0Q5B-c#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1bMSAQAQAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=%E2%80%A2%09P%C3%A9rez+De+Las+Heras,+M+(2003).+La+gu%C3%ADa+del+ecoturperfilismo:+o+c%C3%B3mo+conservar+la+naturaleza+a+trav%C3%A9s+del+turismo.+Mundi-Prensa+Libros.&ots=02w1DbPoiW&sig=jHuYst3XGhhKC-hVnsGun0Q5B-c#v=onepage&q&f=false)
- Política. (enero, 10, 2021). *Estiman que turismo en el Perú se recuperará con más fuerza a mitad del 2021*. Diario el peruano. <https://elperuano.pe/noticia/113023-estiman-que-turismo-en-el-peru-se-recuperara-con-mas-fuerza-a-mitad-del-2021>
- Pololikashvili, Z. (2021). *Esta es la peor crisis a la que se ha enfrentado el turismo. La Razón de España*.

<https://www.larazon.es/viajes/20210205/ejpwoglsIndk5ohmdtlggq7h4m.html>

- PROMPERU. (17 de junio de 2021). *PROMPERÚ presenta “Volver a viajar”, la nueva campaña para la reactivación del turismo interno.*
<https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/500861-promperu-presenta-volver-a-viajar-la-nueva-campana-para-la-reactivacion-del-turismo-interno>
- PROMPERU. (2020). *Turismo en cifras perfil del vacacionista. PP. 18.*
<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=PERFIL%20DEL%20VACACIONISTA%20NACIONAL%20POSCUARENTENA%20-%20NUEVO&url=Uploads/infografias/1108/Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%20Poscuarentena.pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIN/sitio/Publicaciones&issuuid=0>
- Rábago, N. L. B., y Revah, L. O. (2000). *El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. Economía Sociedad y territorio.* El colegio de la Frontera Norte-Tijuana
<https://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/view/436/888>
- Rodríguez-Rodríguez, J. (2012). *Lecciones desde la planificación territorial y reconstrucción post desastre en Armenia, Colombia.* EURE (Santiago), 38(114), 279-289. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/eure/v38n114/art11.pdf>
- Sarmiento, D. (2019). *El ecoturismo como alternativa de preservación en el Páramo de Guacheneque.* [Tesis de pregrado, Universitaria agustiniana].
<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/>

[1051/SarmientoBohorquez-DannaMayerly-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

- Tinoco, O. (2003). *Los impactos del turismo en el Perú*. *Industrial Data*, 6(1), 47-60. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81606106.pdf>
- Tuñón Jorge. (30 de julio 2021). *El turismo global perdió 2,4 billones de dólares en 2020 y perderá entre 1,7 y 2,4 billones en 2021*. *Obs Business School* <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-el-turismo-del-final-de-la-pandemia>
- Ugaz, S. (2018). *Ecoturismo como oportunidad de desarrollo sostenible del distrito de Jazán, departamento de Amazonas-2015* [Tesis de pregrado, Universidad señor de Sipán]. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4567/Ug](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4567/Ugaz%20Cotrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
[az%20Cotrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4567/Ugaz%20Cotrina.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vásquez, E., & Injoque, G. (2003). *Competitividad con rostro humano: el caso del ecoturismo en Loreto*. *Universidad del Pacífico. Centro de Investigación*. <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/200/DT52.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velásquez y Apaza (2017). *Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico - Perú*. *Universidad nacional del altiplano – Perú*. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v8n2/a05v8n2.pdf>
- Velasco González, M., y Santos-Lacueva, R. (2016). *La relación entre acción pública y turismo desde diversas perspectivas: ideas, actores e instituciones*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* <https://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PASOS48.pdf#page=9>

-
- Villanueva, Y. (2019). *El ecoturismo y su influencia en el desarrollo económico del Distrito de Simbal, Trujillo – 2019* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38457/villanueva_cy.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VII. Anexos

7.1. Cuestionario de Preguntas

Hola, somos Renzo Loayza, y Patricia Maturrano, estudiantes de Administración y Dirección de Negocios en la Escuela Superior Instituto San Ignacio de Loyola. El propósito de esta encuesta es saber tu opinión sobre el uso de ecoturismo en la agencia de viajes Rainforest. Además, es parte de nuestro trabajo de investigación, para la obtención del grado de bachiller.

La duración de la encuesta es menor a 10 minutos, siendo totalmente anónima, por lo que no tendrán que poner sus datos personales. Las respuestas brindadas serán utilizadas únicamente para el trabajo de investigación, siendo de margen confidencial, por lo que pedimos sinceridad al responder las preguntas de la encuesta.

Muchas gracias por su tiempo.

1. ¿Cuál es tu género?

Masculino

Femenino

2. ¿Cuál es tu edad?

De 18 años a 29 años

De 30 años a 39 años

De 40 años a 49 años

De 50 años a 59 años

3. ¿Conoces qué es ecoturismo?

Si

No

Villa-Rica es una ciudad del departamento de Pasco, se encuentra a 7 horas de Lima con un cálido clima, nos ofrece una oferta para realizar actividades ecoturísticas en sus diversos atractivos turísticos y apreciar el sabor del café más fino.

4. ¿Te gustaría conocer Villa-Rica?

Bastante

Mucho

Tal vez

Poco

Nada

5. ¿Con qué frecuencia realiza una actividad turística?

Quincenal

Mensual

Bimestral

Trimestral

Semestral

6. ¿Con quién viaja usted cuando hace turismo?

Solo

Con amigos

Con mi pareja

Con mi familia

Con otras personas

7. ¿Cuánto es el promedio que usted gasta cuando hace turismo?

De 200 a 500 soles

De 500 soles a 800 soles

De 800 soles a 1200 soles

De 1200 soles a 1800 soles

Mas de 1800 soles

8. ¿Te parece importante el cuidado del medio ambiente al realizar turismo?

Totalmente importante

Muy importante

Medianamente importante

Poco importante

Nada importante

9. ¿Le parece interesante la actividad ecoturista de observación de ecosistemas?

Muy interesante

Interesante

Medianamente Interesante

Poco interesante

Nada interesante

10 ¿Estaría de acuerdo con realizar la actividad ecoturística de observación de ecosistemas?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

11. ¿Le parece interesante la actividad ecoturística de la ruta de café?

Muy interesante

Interesante

Medianamente Interesante

Poco interesante

Nada interesante

12. ¿Estaría de acuerdo con realizar la actividad ecoturística de la ruta de café?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

13. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por cada servicio ecoturístico (observación de ecosistemas y ruta del café)?

Menos de 50 soles

Entre 50 a 75 soles

Entre 75 soles a 100 soles

Entre 100 soles a 150 soles

Mas de 150 soles

14. ¿Crees que el ecoturismo es importante para la reactivación económica de una agencia de turismo?

Totalmente importante

Muy importante

Medianamente importante

Poco importante

Nada importante

15. ¿Cree usted que practicar el ecoturismo ayuda a preservar el medio ambiente?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

16. ¿Cree que es importante que el guía turístico encargado del servicio de ecoturismo sepa sobre la historia del lugar?

Totalmente importante

Muy importante

Medianamente importante

Poco importante

Nada importante

17.

Si usted viaja a Villa rica. Califique en una escala del 1 al 5, en la que 1 es el que menos valora, y 5 sea el que más valora					
	1	2	3	4	5
Precio					
Comodidad					
Atención					
Servicios adicionales					
Ubicación					

18. ¿Cuánto debería durar las actividades ecoturísticas?

Menos de 1 hora

Entre 1 hora y 2 horas

Entre 2 horas y 4 horas

Entre 4 horas y 6 horas

Full day

19. ¿Finalmente viajaría a Villa Rica a realizar actividades ecoturísticas?

Definitivamente si

Si

Tal vez

No

Definitivamente no