

19

MOTIVACIONES Y SEGMENTACIÓN DEL ECOTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA FOMENTAR LA EDUCACIÓN AMBIENTAL EN ÁREAS PROTEGIDAS MARINO COSTERAS

MOTIVATIONS AND SEGMENTATION OF ECOTOURISM AS A STRATEGY TO PROMOTE ENVIRONMENTAL EDUCATION IN MARINE-COASTAL PROTECTED AREAS

Silvano Mauricio Carvache Franco¹

E-mail: silvano.carvache@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3639-9263>

Juan Carlos Erazo Álvarez¹

E-mail: jcerazo@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6480-2270>

Moisés Marcelo Matovelle Romo¹

E-mail: mmmatoveller@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6260-6644>

Cecilia Ivonne Narváez Zurita¹

E-mail: inarvaez@ucacue.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7437-9880>

¹Universidad Católica de Cuenca. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Carvache Franco, S. M., Erazo Álvarez, J. C., Matovelle Romo, M. M., & Narváez Zurita, C. I. (2022). Motivaciones y segmentación del Ecoturismo como estrategia para fomentar la Educación Ambiental en áreas protegidas marino costeras. *Revista Conrado*, 19(90), 178-185.

RESUMEN

La educación ambiental aumenta la concienciación y el conocimiento de los ciudadanos sobre el ecoturismo, que es un tipo de turismo que se relaciona con la naturaleza y otras actividades. Además, tiene varios segmentos con diferentes motivaciones. Este estudio tuvo como objetivo: 1 Identificar las motivaciones en el ecoturismo. 2 Analizar los diferentes segmentos en el ecoturismo. Para ello, se realizó un estudio cuantitativo mediante una muestra in situ en dos áreas protegidas: La Reserva de Producción de Fauna Puntilla de Santa Elena y el Refugio de vida silvestre Manglares el Morro. Se utilizó como técnicas estadísticas al análisis factorial y al método de agrupamiento k medias. Se obtuvieron seis factores motivacionales: el autodesarrollo y relaciones interpersonales, Construcción de relaciones personales, Escape y función defensiva del ego, Recompensarse, novedad, naturaleza. Además, se obtuvieron tres segmentos: múltiples motivos, recompensarse y escape, y naturaleza. Este estudio servirá para que las instituciones relacionadas al turismo puedan elaborar estrategias que mejoren la experiencia de los turistas fundamentados en Educación Ambiental.

Palabras clave:

Educación ambiental, Ecoturismo, Turismo Ecológico, Turismo verde.

ABSTRACT

Environmental education increases citizens' awareness and knowledge about ecotourism, which is a type of tourism that relates to nature and other activities. In addition, it has several segments with different motivations. This study aimed to: 1 Identify the motivations in ecotourism. 2 Analyze the different segments in ecotourism. To this end, a quantitative study was conducted through an in situ sample in two protected areas: the Puntilla de Santa Elena Fauna Production Reserve and the Manglares el Morro Wildlife Refuge. The statistical techniques used were factor analysis and the k-means grouping method. Six motivational factors were obtained: self-development and interpersonal relationships, construction of personal relationships, escape and defensive ego function, rewarding oneself, novelty, nature. In addition, three segments were obtained: multiple motives, reward and escape, and nature. This study will help tourism-related institutions to develop strategies to improve the experience of tourists based on Environmental Education.

Keywords:

Environmental education, Ecotourism, Ecological Tourism, Green Tourism.

INTRODUCCIÓN

La enseñanza de la educación ambiental; el naturalista, el antropocéntrico, el sistémico y el activista, que abarcan desde la limitada idea de la protección y cuidado de los sistemas naturales, hasta la compleja implicación de las interacciones humanas con el ambiente y su análisis desde diversas perspectivas: científica-tecnológica, interdisciplinar, social, estética y ética son vitales en el ecoturismo (Lozano et al., 2022).

El ecoturismo es fundamental para la conservación de los destinos turísticos y produce bienestar a las poblaciones cercanas. El ecoturismo es un importante tipo de turismo que se ha convertido en uno de los sectores de mayor crecimiento en la industria turística en relación a otros tipos de turismo (Hultman et al., 2015). Las áreas de ecoturismo se han convertido en destinos importantes debido a su eficiencia en protección ambiental, la conservación, la educación, la recreación y creación de empleo. Esto hace que el ecoturismo sea una herramienta que ayuda a que los destinos sean sostenibles en el tiempo. En países con poco desarrollo económico, la creación de parques naturales es una forma de dinamizar el turismo (Castellanos-Verdugo et al., 2016). Para varios turistas, el medio ambiente y los recursos naturales son la principal razón para viajar a un lugar de naturaleza o destino ecoturístico. Así mismo, los turistas buscan realizar actividades cerca de la naturaleza, como realizar deportes, aprender de la naturaleza y conocer personas con intereses similares. Cada visitante también puede tener diferentes motivaciones y preferencias por diferentes destinos. En este sentido, la motivación se ha convertido en un concepto fundamental para el comportamiento de viaje y determina diferentes aspectos del turismo como la satisfacción general del viaje y el retorno. Por otro lado, la segmentación de la demanda también ayuda a los gerentes a identificar elementos críticos de la motivación de los visitantes, los canales de información apropiados y los grupos de clientes.

Este estudio se realizó en dos áreas protegidas marino costeras. Una de ellas es la Reserva de Producción de Fauna “Puntilla de Santa Elena” que se encuentra ubicada en la zona costera de la Provincia de Santa Elena en Ecuador. Es el área protegida más visitada de este país por turistas nacionales e internacionales por su variedad de atractivos ecoturísticos. Ésta reserva tiene un área tanto terrestre como marina, donde los visitantes pueden tener la oportunidad de ver ballenas jorobadas ballenas, caminar por sus playas, observar fauna marina y terrestre y practicar deportes acuáticos como surf. La otra área protegida fue el Refugio de vida silvestre Manglares el Morro. En esta área protegida existen más de 80 especies

viviendo. Entre los principales atractivos, los visitantes pueden observar animales como delfines, fragatas, pelícanos, piqueros de patas azules, espátulas rosadas, ibis blancos y cormoranes.

A pesar de que es importante conocer los segmentos en el ecoturismo, la falta de información que existe sobre los diferentes segmentos dificulta la eficiencia y la planificación de estrategias que mejoren la satisfacción de los turistas a través de paquetes turísticos específicos. Además, la falta de información de las características de los segmentos dificulta los programas de promoción para cada segmento, produciendo cierta desventaja a las instituciones relacionadas al ecoturismo. Por otro lado, son escasos los estudios de motivaciones en áreas protegidas marino costeras. Por este motivo, este estudio tiene como objetivo general: Analizar las motivaciones y segmentación en el ecoturismo de las áreas protegidas marino costeras. Y tiene los siguientes objetivos específicos: 1) Identificar las motivaciones en el ecoturismo, 2) Analizar los diferentes segmentos en el ecoturismo. Este estudio brindará información de las motivaciones y los segmentos a las instituciones gubernamentales y empresas involucradas en el ecoturismo para la creación de planes sostenibles y eficientes que beneficien al destino y a la comunidad.

Las motivaciones en el ecoturismo se han estudiado a través de los tiempos. Uno de los estudios es el de Kamri & Radam (2018), quienes encontraron cuatro factores motivacionales para visitar un parque nacional: excursión de desafío, viaje social, recorrido por la naturaleza y salida de escape. Mientras que Jeong et al. (2018), realizaron un estudio en la cascada de Kuang Si y cueva de Konglor en la República Democrática Popular Lao, donde encontraron cuatro dimensiones: salud, relacionada con la salud física y las habilidades; naturaleza, relacionado con la observación escénica, belleza, ser y aprender del entorno natural; cohesión, relacionado con el hacer cosas con mi pareja y estar con familiares y amigos; escape, relacionado con la soledad y alejarse de otras personas. En cambio, Chow et al. (2019), realizaron un estudio en el humedal Ramsar en Hong Kong; encontrando que las principales motivaciones en el turismo de naturaleza eran: relajación, escape de la vida cotidiana, la salud física y salud mental. Mientras que Choi et al. (2020), en un estudio realizado en Bali, Indonesia, encontró tres dimensiones motivacionales: curación (salud y escape), naturaleza y cohesión.

Por otro lado, la segmentación en el ecoturismo se ha estudiado hace varios años. Uno de los estudios es el de Jeong et al. (2018), quienes encontraron cuatro segmentos: “Naturaleza y turistas buscadores de cohesión”, “Turistas buscadores de naturaleza”, “Turistas

pasivos buscadores de naturaleza” y “Turistas que lo quieren todo”. Mientras que Taczanowska et al. (2019) en Kasprowy Wierch dentro del Parque Nacional Tatra (Polonia) encontró cuatro segmentos: El grupo 1 motivado por la recreación y admiración de las vistas a la montaña. En cambio, el grupo 2 (contemplativo y turistas, no consumidores) dieron una amplia gama de razones para su visita: por recreación y por el paisaje y la experiencia de la naturaleza, aunque también afirmaron la necesidad de actividad, salud y bienestar, experimentando el silencio y un ambiente no estresante como razones secundarias. El grupo 3 se dividió en dos subgrupos. Subgrupo 1 “visitantes ocasionales” motivados a disfrutar de las vistas y el paisaje junto con el uso del teleférico.

Mientras que el subgrupo 2 “visitantes fitness” estaba motivado a participar en actividades físicas y disfrutar de las vistas y paisajes de los alrededores. El grupo 4 estuvo motivado por la naturaleza y escenario. En cambio, Phan & Schott (2019), en un estudio en La áreas protegidas de Vietnam encontró cuatro segmentos: “Entusiastas”, que tenían un alto nivel de motivación, debido a factores de aprendizaje y experiencia; “Visitantes pasivos”, quienes tenían la motivación más baja por el factor aprendizaje y experiencia; aprendices activos, que tenían un nivel relativamente alto para el factor aprendizaje y un nivel muy bajo para el factor experiencia; buscadores de novedades, con un nivel alto para el factor experiencia y el nivel más bajo para el factor aprendizaje. Mientras que Choi et al. (2020), en un estudio realizado en Bali, Indonesia, identificó cuatro segmentos: turistas generales, turistas responsables que buscan la naturaleza, turistas que buscan la cohesión de la naturaleza y turistas responsables que buscan el bienestar. En cambio, Baniya et al. (2021), en un estudio realizado en el Área de Conservación de Gaurishankar en Nepal, encontró tres segmentos: entusiastas del arte y la cultura locales, aventureros de la naturaleza y escapistas. Petrisor et al. (2021), en los destinos de ecoturismo en Rumania, encontró cuatro segmentos: viajeros de naturaleza, cultura viajeros, viajeros de ocio y viajeros eclécticos.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue descriptiva y de tipo cuantitativo. Se diseñó un cuestionario de dos secciones para lograr el objetivo de investigación de este estudio. La primera parte del cuestionario contenía las características sociodemográficas y de visita de los encuestados. La segunda parte mostró las motivaciones basadas en una escala de Likert de cinco puntos, donde 1 era nada importante y 5 muy importante. Los elementos de medición desarrollados para este estudio se basaron en estudios en

ecoturismo. Para la escala motivacional, se utilizó el estudio de Lee et al. (2014).

Para contrastar la validez del cuestionario, éste fue revisado por 3 expertos en el área. Así mismo, se realizó una prueba piloto de 25 cuestionarios para constatar la facilidad con la que los turistas pudieron llenarlos. Se analizó la confiabilidad de consistencia interna mediante al Alfa de Cronbach. Este fue mayor a 0.8 alcanzando una consistencia alta (Erazo & Narváez, 2022).

La muestra se obtuvo de turistas nacionales y extranjeros, mayores a 18 años que visitaban la Reserva de fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena y dentro del Refugio de vida silvestre Manglares el Morro. Las encuestas fueron realizadas in situ entre enero y julio del 2018 para el caso del Refugio de vida silvestre Manglares el Morro y de enero a marzo del 2019 para el caso de la otra área protegida. Se utilizó un muestreo por conveniencia, de acuerdo a la predisposición y disponibilidad de los encuestados a responder los cuestionarios. La muestra fue recogida en diferentes sitios de las áreas protegidas y en diferentes momentos del día, reduciendo el sesgo con la población de estudio. Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula del tamaño de la muestra por proporciones para poblaciones infinitas, $Z^2 * (p) * (1-p) / e^2$, con un margen de error de $\pm 5\%$, un nivel de confianza del 95% y una variabilidad poblacional del 50%, se obtuvieron 384 cuestionarios válidos, siendo este el tamaño de la muestra.

Los datos se examinaron en dos etapas: primero, se realizó un análisis factorial para identificar los constructos que subyacen a las variables. Específicamente, se utilizó una rotación Varimax para facilitar la interpretación de los datos. Para encontrar el número de factores se utilizó el criterio de Kaiser, donde solo se utilizaron los factores con valores propios superiores a 1. El índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y el índice de Bartlett se utilizaron pruebas de esfericidad para determinar si era adecuado utilizar el análisis factorial.

En la segunda etapa, se utilizó el método de agrupación de K-medias para encontrar los diferentes segmentos de acuerdo a las variables motivacionales. Los datos recopilados fueron organizados, tabulados y analizados estadísticamente con el programa SPSS 22.0 para Windows.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se ha realizado un análisis factorial para reducir las variables motivacionales del ecoturismo en un número menor de factores. Se utilizó el método de rotación varimax para el ordenamiento de las cargas factoriales. Mediante el criterio de káiser se pudo obtener seis factores con

autovalores superiores a 1. Las cargas factoriales fueron superiores a 0.5. El índice KMO fue de 0,93 (cercano a 1) y el test de esfericidad de Bartlett fue significativo ($p < 0,05$). Los resultados se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Motivaciones en el ecoturismo en áreas protegidas marino costeras.

Variables	Cargas factoriales					
	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Para ser independiente	0.777					
Para fortalecer la relación con su familia	0.754					
Para saber de lo que soy capaz	0.728					
Para tener un sentido de confianza en si mismo	0.721					
Para sentir que pertenezco	0.720					
Para sentir armonía paz interna	0.713					
Para conectarse con familiares amigos	0.712					
Para reflexionar sobre los recuerdos del pasado	0.704					
Para aprender del destino	0.631					
Para recordar los tiempos de los padres	0.588					
Para evitar el estrés interpersonal	0.573					
Para obtener una nueva perspectiva de la vida		0.520				
Para conocer los habitantes del lugar		0.859				
Para estar con otros si yo los necesito		0.823				
Para conocer personas con intereses similares		0.776				
Para tener la oportunidad de conocerse mejor		0.741				
Para entender más acerca de si mismo		0.657				
Para experimentar diferentes culturas		0.618				
Para desarrollar mis intereses personales		0.491				
Para seguir los acontecimientos actuales		0.484				
Para escapar de la rutina			0.800			
Para estar lejos del estrés diario			0.785			
Para unirse a personas con intereses similares			0.692			
Para estar lejos de la multitud			0.667			
Para unirse a la discusión social			0.640			
Para obtener un sentido de autorrealización				0.575		
Para obtener nuevos recuerdos				0.523		
para explorar lo desconocido					0.820	
Para experimentar cosas nuevas					0.736	
Importancia del turismo en espacios naturales						0.872
Para apreciar mejor la naturaleza						0.838
Autovalores	12,492	2,454	2,171	1,514	1,340	1,085
Varianza explicada	40,297	7,917	7,002	4,883	4,323	3,501

Descripción: **F1:** Autodesarrollo y relaciones interpersonales; **F2:** Construcción de relaciones personales; **F3:** Escape y función defensiva del ego; **F4:** Recompensarse; **F5:** Novedad; **F6:** Educación Ambiental y Naturaleza

De acuerdo a los resultados de la tabla 1, al primer factor se le denominó “autodesarrollo y relaciones interpersonales” por encontrarse relacionado con la autorrealización y la confianza a si mismo. Además, de las relaciones con familiares y amigos. Este es el factor más importante en relación a los demás, con una varianza explicada del 40.30%. El segundo

factor se le denominó “Construcción de relaciones personales” por encontrarse relacionado con el conocer personas con intereses similares o habitantes del lugar. Este factor tuvo una varianza de 7.92%. El tercer factor se le llamó “Escape y función defensiva del ego” por encontrarse relacionado con motivaciones por escapar de la rutina, y unirse a personas y a la discusión social. Este factor incluyó una varianza explicada del 7%. El cuarto factor se le denominó “Recompensarse” por encontrarse relacionado con la autorrealización y los nuevos recuerdos. Este factor le corresponde una varianza explicada del 4.88%. Mientras que el quinto factor se le llamó “novedad” y se relacionaba con la novedad de conocer un lugar desconocido. Este factor incluyó una varianza explicada del 4.32%. En cambio, el sexto factor se relacionaba con apreciarla naturaleza y los espacios naturales. Por este motivo se le denominó “naturaleza”. Este factor le corresponde una varianza explicada del 3.5%.

Segmentación en el ecoturismo

Se ha realizado un agrupamiento k-medias para encontrar los diferentes segmentos en el ecoturismo de áreas marino costeras. Los resultados se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Segmentación del ecoturismo en áreas protegidas marino costeras.

Variable	Múltiples motivos	Recompensarse y escape	Educación Ambiental y Naturaleza
importancia del turismo en espacios naturales	4.8	4.3	4.2
Para apreciar mejor la naturaleza	4.8	4.2	4.2
Para experimentar cosas nuevas	4.8	4	3.5
Para explorar lo desconocido	4.8	3.8	3.3
Para desarrollar mis intereses personales	4.6	3.8	2.8
Para obtener nuevos recuerdos	4.9	4.3	3.7
Para obtener un sentido de autorrealización	4.8	4.3	3.7
Para experimentar diferentes culturas	4.8	3.9	2.5
Para conocer personas con intereses similares	4.6	3.5	2.2
Para conocer los habitantes del lugar	4.6	3.5	2.4
Para estar con otros si yo los necesito	4.4	3.3	2.3
Para tener la oportunidad de conocerse mejor	4.4	3.3	2
Para entender más acerca de si mismo	4.3	3.1	2
Para obtener una nueva perspectiva de la vida	4.6	3.5	2.1
Para saber de lo que soy capaz	4.7	3.7	1.9
Para tener un sentido de confianza en si mismo	4.7	3.7	1.8
Para sentir armonía y paz interna	4.7	3.6	1.8
Para ser independiente	4.7	3.7	1.7
Para recordar los tiempos de los padres	4.8	3.9	2.7
Para conectarse con familiares amigos	4.7	3.5	1.9
Para sentir que pertenezco	4.7	3.2	1.8
Para fortalecer la relación con su familia	4.7	3.2	1.9
Para reflexionar sobre los recuerdos del pasado	4.6	3.2	1.6
Para aprender del destino	4.8	3.9	2.2
Para evitar el estrés interpersonal	4.7	3.7	2.5
Para estar lejos de la multitud	4.8	3.7	3.4
Para estar lejos del estrés diario	4.8	4.1	3.8
Para escapar de la rutina	4.8	4.1	3.9
Para unirse a personas con intereses similares	4.8	4.2	3.4
Para unirse a la discusión social	4.7	4.2	3
Para seguir los acontecimientos actuales	4.6	3.7	2.2

De acuerdo a los resultados de la tabla 2, se ha encontrado tres segmentos. El primero de ellos se le ha denominado “múltiples motivos” porque tuvo puntuaciones altas en todas las motivaciones en el ecoturismo. Esto significa que los turistas que conformaban este segmento tuvieron varias motivaciones a la vez. El segmento se le llamó “Recompensarse y escape” por encontrarse relacionado con motivaciones por obtener un sentido de autorrealización y obtener nuevos recuerdos. Además, de motivaciones relacionadas a escapar de la rutina y estar lejos del estrés diario. Mientras que el tercer segmento se le denominó “Educación Ambiental y Naturaleza” por encontrarse relacionado con motivaciones por la naturaleza y los espacios naturales.

Uno de los objetivos de la investigación fue el identificar las motivaciones en el ecoturismo. Para ello, se ha relacionado los resultados de este estudio con otros estudios previos y poder comprar similitudes o diferencias. El primer factor encontrado en este estudio fue el de “autodesarrollo y relaciones interpersonales”, parecido al factor VIAJE SOCIAL del estudio de Kamri & Radam (2018). Además, es parecido al factor COHESIÓN del estudio de Jeong et al. (2018). El segundo factor encontrado en este estudio fue el de “Construcción de relaciones personales”, parecido al factor VIAJE SOCIAL de Kamri & Radam (2018). El tercer factor encontrado fue el de “Escape y función defensiva del ego”, parecido al factor RECORRIDO POR LA NATURALEZA Y SALIDA DE ESCAPE de Kamri & Radam (2018). También parecido al factor ESCAPE de Jeong et al. (2018). Además, parecido al factor ESCAPE DE LA VIDA COTIDIANA de Chow et al. (2019). El cuarto factor encontrado fue el de “Recompensarse”. Parecido al factor EXCURSIÓN DE DESAFÍO de Kamri & Radam (2018). Mientras que el quinto factor de este estudio fue el de “novedad”. Similar al factor EXCURSIÓN DE DESAFÍO de Kamri & Radam (2018). En cambio, el sexto factor de este estudio fue el de “naturaleza”, parecido al factor RECORRIDO POR LA NATURALEZA Y SALIDA DE ESCAPE de Kamri & Radam (2018). Así mismo, parecido al factor NATURALEZA de Jeong et al. (2018). Además, parecido al factor NATURALEZA de Choi et al. (2020). Se puede resumir que las motivaciones en el ecoturismo son diversas. No solamente se encuentran relacionadas con la naturaleza, sino con otros factores como el factor social, la novedad y el escape.

Este estudio propone que los destinos ecoturísticos deben de ofrecer nuevos servicios relacionados con el disfrute de la naturaleza, que incluyen actividades de integración social, donde los turistas puedan conocer otras personas con los mismos intereses o pueda conocer a los habitantes del lugar. Así mismo, los destinos deben de

contar con atractivos turísticos o servicios que generen novedad, que sean únicos o pocos en esa región, que los turistas no hayan obtenido en otros destinos. De esta manera los turistas pueden hacer actividades nuevas que no hayan realizado, y que le proporcionen un recuerdo único de haber visitado el destino.

Otro de los objetivos de este estudio es analizar los diferentes segmentos en el ecoturismo. El primer factor de este estudio fue el de “múltiples motivos”. Parecido al segmento TURISTAS QUE LO QUIEREN TODO de Jeong et al. (2018). El segundo segmento encontrado fue el de “Recompensarse y escape”. Segmento no encontrado en los estudios previos de la literatura científica. Mientras que el tercer segmento fue el de “Educación Ambiental y Naturaleza”, parecido al factor TURISTAS BUSCADORES DE NATURALEZA de Jeong et al. (2018). Así mismo, parecido al factor TURISTAS RESPONSABLES QUE BUSCAN LA NATURALEZA de Choi et al. (2020). También parecido al factor AVENTUREROS DE LA NATURALEZA de Baniya et al. (2021). Además, es parecido al factor VIAJEROS DE NATURALEZA de Petrisor et al. (2021). Se puede resumir que existen varios segmentos en el ecoturismo; que los perfiles de los turistas no son homogéneos, sino que se diferencian de acuerdo a las variables motivacionales, que son las que impulsan a los turistas a viajar a un destino. Uno de los segmentos encontrados fue el denominado “múltiples motivos”, que fueron los turistas que buscan varias motivaciones a la vez, que quieren no solamente disfrutar de la naturaleza, sino también de conocer gente nueva, disfrutar con los amigos, conocer a los habitantes del lugar, aprender del destino y encontrar alguna novedad en el destino. Otro de los segmentos fue el denominado “Recompensarse y escape”, segmento no encontrado en la literatura académica por lo que es la contribución de este capítulo a la literatura científica, el haber encontrado un nuevo segmento en el ecoturismo, que busca obtener un sentido de autorrealización, buscar nuevos recuerdos, y escapar de la rutina diaria. Esto significa que los integrantes de este segmento buscan viajar a lugares donde se pueda aprender algo nuevo, donde se puede obtener información, donde se pueda ver algún tipo de atractivo importante u obtener algún tipo de servicios que no hayan encontrado en otros lugares. Esto le permitirá a este segmento obtener una experiencia única. El tercer segmento encontrado fue el de educación ambiental y naturaleza, que solo ésta motivado por las actividades relacionadas con la naturaleza. Para este segmento, las otras actividades como las sociales son de poco interés. Este segmento necesita servicios y paquetes específicos que solo proporcionen experiencias relacionadas con la naturaleza, el aprendizaje de la naturaleza y el disfrute de paisajes y atractivos naturales.

Este estudio propone ofrecer los servicios de acuerdo a los diferentes segmentos encontrados. Unos servicios dirigidos a los grupos de turistas que buscan realizar de todo (segmento múltiples motivos). A estos turistas se les podría ofrecer servicios relacionados con la naturaleza, la integración social, el aprendizaje y la novedad. Otros servicios a los grupos de turistas que buscan el recompensarse y escape. A estos turistas se les podría ofrecer servicios específicos relacionados con la visita a algún atractivo relevante, que les ofrezca a los turistas experiencia una experiencia diferente. Y a los amantes de la naturaleza (segmento educación ambiental y naturaleza), se les podría ofrecer servicios específicos relacionados con el disfrute y aprendizaje de lo natural, debido a que a este segmento solo le interesa las actividades relacionadas con la naturaleza y no les interesa las demás actividades como las sociales.

CONCLUSIONES

El ecoturismo es un tipo de turismo que se practica cerca de la naturaleza, pero que no solo incluye actividades relacionadas con la naturaleza, sino otras actividades como las sociales y las de aprendizaje, como la educación ambiental.

Las motivaciones en el ecoturismo son diversas y se encuentran relacionadas con la naturaleza, la interacción social, el recompensarse, la novedad y el escape. Por lo que los destinos deben de proporcionar servicios que generen experiencias no solamente relacionadas con la naturaleza, sino con la participación de los turistas en lo social. Además, de proporcionar experiencias únicas, que sean novedosas, que mejoren la experiencia del turista en el destino.

Existen tres segmentos en el ecoturismo, uno es el denominado múltiples motivos, por encontrarse relacionados con todas las motivaciones a la vez. Este segmento tiene altas motivaciones no solamente por la naturaleza, sino también por lo social, el recompensarse, la novedad y el escape. Otro de los segmentos es el denominado Recompensarse y escape, segmento con características particulares, que buscan encontrar en el destino experiencias únicas, que les proporcionen nuevos recuerdos, junto con escapar de la rutina diaria. Mientras que el tercer segmento fue el denominado Naturaleza, segmento característico por la búsqueda de actividades relacionadas con el disfrute de lo natural, aprender de la naturaleza, y la observación de los paisajes y atractivos naturales.

Este estudio puede servir como información para que las instituciones relacionadas al turismo puedan conocer las diferentes motivaciones y segmentos en el ecoturismo.

Esto les ayudará a elaborar estrategias adecuadas en base a servicios específicos, de acuerdo a los segmentos encontrados. Esto le permitirá mejorar la experiencia de los turistas, aumentar su nivel de satisfacción y aumentar su retorno de los turistas al destino. Esto le traerá beneficio a los destinos ecoturísticos y a su comunidad.

Entre las limitaciones de este estudio se encuentra que la muestra fue tomada en una época específica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baniya, R., Thapa, B., Paudyal, R., & Neupane, S. S. (2021). Motive-based segmentation of international tourists at Gaurishankar Conservation Area, Nepal. *Journal of Mountain Science*, *18*(1), 205-218.
- Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, *124*, 226-235.
- Choi, G., Kim, J., Sawitri, M. Y., & Lee, S. K. (2020). Ecotourism market segmentation in Bali, Indonesia: Opportunities for implementing REDD+. *Land*, *9*(6).
- Chow, A.S., Cheng, I.N. and Cheung, L.T. (2019), "Self-determined travel motivations and ecologically responsible attitudes of nature-based visitors to the Ramsar wetland in South China". *Annals of Leisure Research*, *22*(1), 42-61.
- Erazo Álvarez, J., & Narváez Zurita, C. (2022). Impacto de la responsabilidad social universitaria en las uep de la Ciudad de Cuenca. *Revista Conrado*, *18*(89), 378-387.
- 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.
- Jeong, Y., Zielinski, S., Chang, J.S., & Kim, S. I. (2018). Comparing motivation-based and motivationattitude-based segmentation of tourists visiting sensitive destinations". *Sustainability*, *10*(10).
- Kamri, T., & Radam, A. (2018). Motivation of Visiting Bako National Park. *Asian Journal of Quality of Life*, *3*(9), 123-131.
- 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.

Lozano Vásquez, K. A., Verástegui Paredes, C. R., Paredes Jiménez, H. R., & Revilla Marreros, M. Á. (2022). Objetivos de desarrollo sostenible y educación ambiental. Estrategias de comunicación para su consolidación. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 8), 1249-1262

Petrisor-Constantin, C. P., Papuc-Damaşcan, V., Blumer, A., Albu, R. G., Suci, T., Candrea, A. N., & Ispas, A. (2021). Profiling Visitors to Romanian Ecotourism Destinations. *Sustainability*, 13(5).

Phan, T. T. L., & Schott, C. (2019). Visitor responses to environmental interpretation in protected areas in Vietnam: A motivation-based segmentation analysis. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 492-506.

Taczanowska, K., González, L. M., García-Massó, X., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., ... & Toca-Herrera, J. L. (2019). Nature-based tourism or mass tourism in nature? Segmentation of mountain protected area visitors using self-organizing maps (SOM). *Sustainability*, 11(5).