



— CAMPUS GUAIRÁ —

Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”
Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

**Factores que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el
distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay,
en el año 2023**

Elaborado por:

Univ. Michaela Meiners

Univ. Stefany Rivero

Villarrica del Espíritu Santo – Paraguay, diciembre de 2023



— CAMPUS GUAIRÁ —

Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”
Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

**Trabajo Final de Grado para optar al título de
Economista**

**Factores que impulsan el crecimiento del ecoturismo
en el distrito de Independencia, Departamento de
Guairá, Paraguay, en el año 2023**

Elaborado por:

Univ. Michaela Meiners

Univ. Stefany Rivero

Tutora: Econ. Tania Stollmaier

Villarrica del Espíritu Santo – Paraguay, diciembre de 2023



— CAMPUS GUAIRÁ —

Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción”

Campus Guairá

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

**Trabajo Final de Grado para optar al título de
Economista**

**Factores que impulsan el crecimiento del ecoturismo
en el distrito de Independencia, Departamento de
Guairá, Paraguay, en el año 2023**

Estudiante	Calificación
Michaela Meiners	
Stefany Rivero	

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

PÁGINA DE ADVERTENCIA

En esta página se deja en claro que las autoras del Trabajo Final de Grado son las únicas responsables ante la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas y ante el lector, de la veracidad y honestidad en el contenido de su trabajo, comprometiéndose a ceder a la facultad los derechos patrimoniales de autor (reproducción, comunicación y difusión pública) del material publicado.

La Facultad no se responsabiliza de los conceptos emitidos en los textos publicados, cuya responsabilidad recae en su totalidad en las autoras.

.....

Michaela Meiners

.....

Stefany Rivero

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la fuerza y fortaleza para poder lograr todos mis objetivos.

A mis padres por el apoyo incondicional, por darme la oportunidad de poder estudiar, gracias a ellos pude concluir esta etapa tan importante de mi vida, por todo el esfuerzo y sacrificio que hicieron para que sea posible.

A los docentes, que fueron parte de este largo proceso de mi formación profesional, que me enseñaron, ayudaron y motivaron para poder llegar a mi meta.

Michaela Meiners

A Dios, que me ha guiado y me ha fortalecido a lo largo de mi vida y de mi carrera.

A mis padres, por el apoyo y confianza hacia mi persona, por darme comprensión y estímulo constante para poder llegar hasta esta meta tan importante en mi vida.

Stefany Rivero

DEDICATORIA

A Dios, quien ha sido mi guía, fortaleza y porque su mano de fidelidad y amor han estado conmigo hasta el día de hoy.

A mi padre Otto, quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más.

A mi familia por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso. Finalmente quiero dedicar este Trabajo Final de Grado a todas mis amigas, por apoyarme cuando más las necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

Michaela Meiners

A mis padres, por haberme forjado para llegar a ser la persona que soy hoy en día.

A mis ángeles, Alex y Diego, por guiarme desde el cielo.

A mis hermanos Edison y Bettania, por el apoyo y contención constante.

Stefany Rivero

RESUMEN

La investigación titulada Factores que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay, en el año 2023, se plantea como objetivo describir aquellos componentes que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito mencionado. La investigación es un estudio de tipo descriptivo con enfoque mixto y para arribar a los resultados se recurre a una encuesta por medio de cuestionario, aplicado vía *google forms*, a una población de 13 propietarios de lugares turísticos de la zona de independencia. Entre los principales resultados arrojados en el trabajo pueden mencionarse, que los atractivos ofrecidos en la zona son las áreas naturales de camping, senderos, arroyos y cabañas. Asimismo, dichos lugares cuentan con suficientes y cómodos alojamientos para los usuarios, quienes se alojan con un tiempo promedio de 1-2 días; el camino de tierra constituye la principal vía de acceso a la mayoría de los atractivos turísticos. Con relación a las estrategias publicitarias todos quienes se abocan a este recurso, utilizan las redes sociales y en menor proporción las gigantografías, publicidad radial/televisiva y volantes u otros similares. Respecto a las instituciones que más apoyo brindan al sector se encuentran la Municipalidad local, el Gobierno departamental y la SENATUR, siendo las mejoras en las vías de acceso la principal ayuda ofrecida. Por lo que, los factores determinantes que impulsan el turismo en la zona son las condiciones de infraestructura, el apoyo de las instituciones gubernamentales, las estrategias utilizadas por la empresa y en general, la calidad de los servicios ofrecidos.

Palabras clave: ecoturismo, servicios turísticos, crecimiento, factores determinantes.

ABSTRACT

The research titled Factors that drive the growth of ecotourism in the district of Independencia, Department of Guairá, Paraguay, in the year 2023, aims to describe those components that drive the growth of ecotourism in the aforementioned district. The research is a descriptive study with a mixed approach and to arrive at the results a survey is used through a questionnaire, applied via Google Forms, to a population of 13 owners of tourist places in the independence zone. Among the main results obtained in the work, it can be mentioned that the attractions offered in the area are the natural camping areas, trails, streams and cabins. Likewise, these places have sufficient and comfortable accommodations for users, who stay for an average time of 1-2 days; The dirt road is the main access route to most of the tourist attractions. In relation to advertising strategies, all those who focus on this resource use social networks and to a lesser extent billboards, radio/television advertising and flyers or other similar products. Regarding the institutions that provide the most support to the sector are the local Municipality, the departmental Government and SENATUR, with improvements in access roads being the main help offered. Therefore, the determining factors that drive tourism in the area are the infrastructure conditions, the support of government institutions, the strategies used by the company and, in general, the quality of the services offered.

Keywords: ecotourism, tourist services, growth, determining factors.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Preguntas de investigación	5
1.2.1. Pregunta Genérica	5
1.2.2. Preguntas Específicas	5
1.3. Objetivos	5
1.3.1. General	5
1.3.2. Específicos	5
1.4. Justificación	5
CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO	7
2.1. MARCO DE ANTECEDENTES	7
2.1.1. Internacionales	7
2.1.2. Regionales	8
2.1.3. Nacionales	9
2.2. MARCO CONCEPTUAL	10
2.3. MARCO TEÓRICO	13
2.4. VARIABLES	30
2.4.1. Hipótesis	30
2.4.2. Definición conceptual y operacional de las variables	31
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	32
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
3.3. MUESTRA	33
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.4.1. Técnica de recolección de datos	33
3.4.2. Instrumento de recolección de datos	33
3.5. PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	34
CAPITULO IV – MARCO ANALÍTICO	35
4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	35
CAPITULO V – CONCLUSIONES	54
5.1. CONCLUSIONES	54
5.2. RECOMENDACIONES Y APERTURA A FUTURAS INVESTIGACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	57

ANEXOS	61
A. Instrumento de recolección de datos	61
B. Lista de lugares turísticos de Independencia abordados en el trabajo	66
C. Fotografías de algunos lugares que ofrecen servicios de ecoturismo	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Explotación ecoturística en años.....	34
Tabla 2: Tiempo promedio de permanencia.....	36
Tabla 3: Servicio de paseos especiales.....	39
Tabla 4: Servicio de guía turística.....	40
Tabla 5: Infraestructura suficiente para visitantes.....	41
Tabla 6: Tipo de camino para el acceso.....	42
Tabla 7: Facilidad para acceso en vehículo de todo tipo.....	43
Tabla 8: Alojamiento suficiente y cómodo.....	44
Tabla 9: Apoyo institucional al lugar.....	45
Tabla 10: Estrategias publicitarias.....	48
Tabla 11: Contribución del ecoturismo al desarrollo local.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Explotación ecoturística en años.....	34
Gráfico 2: Temporada alta.....	35
Gráfico 3: Tiempo promedio de permanencia.....	36
Gráfico 4: Tipo de clientes.....	37
Gráfico 5: Atractivo visible para los turistas.....	38
Gráfico 6: Servicio de paseos especiales.....	39
Gráfico 7: Servicio de guía turística.....	40
Gráfico 8: Infraestructura suficiente para los visitantes.....	41
Gráfico 9: Tipo de camino para el acceso.....	42
Gráfico 10: Facilidad para acceso en vehículo de todo tipo.....	43
Gráfico 11: Alojamiento suficiente y cómodo.....	44
Gráfico 12: Apoyo institucional al lugar.....	45
Gráfico 13: Instituciones que más apoyan el ecoturismo.....	46
Gráfico 14: Tipo de apoyo brindado al ecoturismo.....	47
Gráfico 15: Estrategias publicitarias.....	48
Gráfico 16: Medios de promoción utilizados.....	49
Gráfico 17: Contribución del ecoturismo al desarrollo local.....	50
Gráfico 18: Principal contribución del ecoturismo.....	51
Gráfico 19: Acciones para preservar el medio ambiente.....	52

INTRODUCCIÓN

El ecoturismo en la actualidad, manifiesta un nuevo prototipo en la manera de visitar otros lugares y descubrir nuevas culturas; observándose que el impacto del mismo en el medio ambiente y la naturaleza es mínimo; así también, con el ecoturismo, se visualiza el respeto por las culturas tradicionales, generando además empleo local. Al respecto, es importante resaltar que, para el desarrollo ecoturístico de un determinado lugar, existen factores determinantes que impulsan ese crecimiento, así como instituciones que deben apoyar estas iniciativas en dicho rubro, sin descuidar la promoción de las actividades que pueden realizarse en el lugar.

El presente trabajo investigativo, tiene como objetivo describir los factores determinantes que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay, en el año 2023.

Para una mejor organización, el trabajo se estructura en capítulos, distribuidos de la siguiente manera:

El Capítulo I aborda el tema a ser investigado, exponiendo la problemática en cuestión con sus respectivas preguntas, posteriormente se establecen los objetivos, tanto general como específicos y la justificación.

En el Capítulo II se presenta el marco teórico, en el cual se abordan los antecedentes de la investigación, a nivel nacional e internacional, así también el marco conceptual y teórico del trabajo. Se exponen la hipótesis y las variables de la investigación.

El Capítulo III contiene el marco metodológico, expresándose en el mismo el tipo de investigación y la metodología como así también la población y muestra, la definición de los métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el Capítulo IV se presenta el marco analítico, donde se realiza la exposición y análisis de los resultados, que a su vez son expuestos en gráficos estadísticos acompañados de breves descripciones para una mejor interpretación de los mismos.

Luego, en el Capítulo V se exponen las conclusiones y, a partir de ellas, se realizan las respectivas recomendaciones.

CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El ecoturismo a nivel regional constituye una apuesta para el desarrollo de las naciones y como una alternativa al turismo internacional que en su mayoría sigue ofreciendo alternativas convencionales; para el efecto, en la región se cuenta con agendas, planes y productos turísticos afianzados en los cuales los lineamientos responden a los modelos y acuerdos internacionales. Sin embargo, la puesta en práctica de aquellos lineamientos todavía sigue quedando a la decisión del prestador o turista, resaltando que el desarrollo sostenible en el sector turístico no es un destino alcanzado sino más bien un sendero por recorrer en Latinoamérica (Ríos & Rodríguez, 2018).

En el Paraguay, en la actualidad, se sabe que el turismo contribuye al PIB, fomenta la inversión, puestos de trabajo y permite a las comunidades desarrollar actividades económicas sostenibles, es una herramienta muy importante para el desarrollo económico del país. Además, existen instituciones encargadas del sector para la promoción del ecoturismo, entre las cuales resaltan el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES) y la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). Así, en el 2018, el turismo interno logró generar 162 millones de dólares, siendo los principales lugares visitados Alto Paraná, San Pedro y Cordillera (Montiel, 2019).

Así como la existencia de instituciones encargadas de la promoción del turismo sustentable o, en este caso del ecoturismo, existen factores que impulsan el crecimiento en el sector, entre los cuales resaltan las infraestructuras y servicios generales; aspectos relacionados con el medio ambiente y equipamiento recreativo, cultural y de ocio, factores que, si son considerados adecuadamente, es muy probable que el turismo siga creciendo en la región, pudiendo llevar a un aumento constante en el número de visitantes, lo que impactaría positivamente en los ingresos locales así como en la creación de empleo en la ciudad de Independencia.

Independencia es considerada la Tierra del Vino y del Sol; se encuentra en la Región Oriental de Paraguay, en el Departamento de Guairá. El

departamento en sí está situado la región centro-sur del país y es conocido por su paisaje montañoso y su rica biodiversidad. Independencia está rodeada por colinas y montañas, lo cual resulta en un atractivo turístico para quienes buscan actividades al aire libre como senderismo, observación de aves y ecoturismo. Los paisajes pintorescos y las áreas naturales podrían ser un imán para los amantes de la naturaleza.

La ciudad de Independencia, se considera una de las localidades con más opciones de Turismo Ecológico, ofreciendo servicios en lugares como: Salto Mirian Mabel, Complejo Turístico Cerro Akatí, Camping Tacuara, Complejo Turístico Cerro Peró, Kuarahy'ãme, Granja Francisca, Salto Suizo Sociedad Anónima, Castillo Echauri, Mainumby Resort Hotel, Camping Balneario Yvytyruzú, Balneario 8 de Diciembre, Vista Alegre y Piñanez GROUP EAS.

En el desarrollo de un lugar no solo se debe considerar la afluencia turística sino el bienestar generado por las actividades ofrecidas, es decir, el número óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, siendo ésta la máxima beneficiaria del ecoturismo, teniendo en cuenta además los intereses de generaciones venideras.

Si se desea aumentar el ecoturismo en una zona, puede que sea interesante considerar qué es lo que impulsa el turismo en la localidad y asegurarse de que está ofreciendo algo único y atractivo para que esto pueda ser positivo. Cuál es la respuesta brindada por los propietarios que ofrecen estos servicios en Independencia a los factores de desarrollo constituye la problemática principal del presente estudio.

Con la situación descrita más el agregado de que el departamento del Guairá, especialmente Independencia, apunta a consolidar sus ofertas ecoturísticas y tiene varias opciones para las personas que optan por hacer senderismo y entrar en contacto con el medio ambiente, se da soporte para que la investigación se plantee las siguientes interrogantes:

1.2. Preguntas de investigación

1.2.1. Pregunta Genérica

¿Cuáles son los factores determinantes que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay, en el año 2023?

1.2.2. Preguntas Específicas

- ¿Cuál es la composición de la oferta ecoturística de Independencia?
- ¿De qué manera las instituciones apoyan el ecoturismo en la zona?
- ¿Qué condiciones de infraestructura posee el distrito de Independencia?
- ¿De qué manera se promueve el ecoturismo desde la empresa?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Describir los factores determinantes que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay, en el año 2023.

1.3.2. Específicos

- Identificar la composición de la oferta ecoturística de Independencia.
- Reconocer de qué manera las instituciones apoyan el ecoturismo en la zona.
- Describir condiciones de infraestructura que posee el distrito de Independencia.
- Identificar de qué manera se promueve el ecoturismo desde la empresa.

1.4. Justificación

Partiendo del hecho que una parte importante de la economía local en Independencia se concentra mayormente en los rubros agropecuarios, comerciales y turísticos, la realización del presente estudio se considera importante ya que permitirá conocer más acerca de los factores que potencian el desarrollo del ecoturismo como medio para fortalecer la economía familiar e impulsar la economía del distrito en conjunto.

A lo dicho hay que agregar que la información recabada en el presente trabajo sirve también como fuente informativa, que puede complementar trabajos ya realizados en la zona, para otros municipios donde se podría replicar el estudio sobre el desarrollo del ecoturismo.

Los resultados de la investigación están al alcance de la comunidad en general, pudiendo beneficiar de esa manera a los propietarios de los lugares turísticos, a los consumidores finales, al gobierno municipal y a las zonas más aledañas al distrito. Así también, la investigación puede servir como base a futuras investigaciones que deseen profundizar sobre el tema, como soporte si fuese necesario, para replantear acciones en base a los resultados obtenidos.

Por otro lado, también puede contribuir a replantear acciones y enfoques en el emprendimiento del ecoturismo, si los resultados así lo ameriten, buscando dar soluciones al problema de factores que no estén siendo bien explotados para el fortalecimiento del rubro.

La realización de la investigación es factible porque se cuenta con los recursos humanos, materiales y financieros para llevarla a cabo; asimismo se dispone del tiempo requerido para este tipo de trabajo. Así también, es viable porque se contará con la predisposición y el compromiso de los miembros de la población para participar del trabajo investigativo.

Para recabar los datos de estudio se aplica una encuesta por medio de cuestionario a los propietarios o encargados de los principales lugares turísticos de la zona para dar respuesta a las preguntas de investigación que guían el trabajo.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

En este apartado se exponen los principales conceptos y teorías que se desarrollan en el trabajo, así como los antecedentes, nacionales e internacionales, referidos al tema y que sirven de guía a la presente investigación.

2.1. MARCO DE ANTECEDENTES

En primer lugar, se mencionan los antecedentes inmediatos a esta investigación que han sido categorizados según su aplicación geográfica en: internacionales, regionales y nacionales.

2.1.1. Internacionales

En primer lugar, se presenta el trabajo realizado en México, titulado *Reapropiación de los recursos naturales a través de la experiencia de ecoturismo entre los tzeltales de El Corralito, Oxchuc, Chiapas*. El mismo tiene como objetivo general describir los elementos sociales y culturales que inciden en la reapropiación social de los recursos naturales de los tseltales de El Corralito, Oxchuc, luego de la incorporación de la actividad turística en sus actividades productivas. Para alcanzar los propósitos de la investigación examinan casos individuales a través de entrevistas semiestructuradas. Con relación a las conclusiones, resalta que, en general, se observa que el camino hacia la reapropiación social de los recursos naturales no ha sido fácil; sin embargo, los tzeltales han construido estrategias alternativas con su capital natural (Sánchez & Montoya, 2012).

Por otro lado, se tiene la investigación realizada bajo el título *Relación entre el turismo y el crecimiento económico en España*, cuya finalidad es valorar en qué modo el turismo afecta al crecimiento económico en España a nivel regional y provincial. En el estudio determina, como uno de los principales resultados, que el turismo puede generar ingresos externos para los países, que bien empleados, pueden servir para adquirir medios que impulsen el crecimiento económico (Molina, 2014).

Así también, se expone el trabajo titulado *Estudio de los factores críticos para la reactivación del ecoturismo en el contexto de la Covid-19 en Costa Rica*. En el mismo, los autores presentan como objetivo identificar factores críticos y proponer pistas para la reactivación del ecoturismo en el contexto de la Covid-19 en Costa Rica. Como limitaciones para el estudio resaltan el carácter reciente de la crisis sanitaria, lo cual limitó la recolección de datos actualizados; y el alcance de la encuesta en línea. En contrapartida, la tesis demuestra la importancia de tener un balance entre los factores económicos, ecológicos y sociales, para el logro de un turismo sostenible; se identifica además el papel de todos los actores del ecoturismo, instituciones públicas, empresas privadas, turistas, que deben trabajar juntos para el mejoramiento del impacto social, ambiental y económico del turismo (Courtois y otros, 2021).

2.1.2. Regionales

Se presenta el trabajo realizado en Perú, cuyo título es *El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010-2018*, en el cual se plantea como objetivo describir y explicar cómo la planificación estratégica en el turismo, las inversiones, privadas y públicas, la falta de educación turística, ocasionan la informalidad en el turismo nacional y regional. Los resultados arrojados en el trabajo indican que el sector tiene problemas de apoyo presupuestal para poner en valor a muchos productos turísticos, necesidades que vienen desde tiempos atrás (Arce Prado & Ñaupary, 2019).

Así también se presenta el trabajo realizado en Bolivia, con el título *Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia?* Con el objetivo de evaluar la existencia de una relación de largo plazo entre los ingresos por turismo, tales como porcentaje de las exportaciones y el crecimiento del producto per cápita para las economías de América Latina y el Caribe durante 1995-2017. El estudio aplica un test de raíz unitaria, así también pruebas de cointegración y test de causalidad de Granger. De acuerdo a los resultados arrojados, se observa que solo 10 economías de las 33 seleccionadas han presentado relación estable de largo plazo entre las mencionadas variables. Las autoras concluyen que el turismo parece ser una herramienta importante para el

crecimiento de países pequeños e insulares, con particularidades en el caso de Brasil y Argentina (Candias y otros, 2020).

Seguidamente, se expone el trabajo titulado *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el Periodo 2007-2018*. El mismo ha tenido como objetivo “Establecer la relación que existe entre el crecimiento del sector turístico y el crecimiento económico en el Ecuador durante el periodo 2007-2018” (Rosales, 2021, p. 3). En los resultados se ha podido identificar que existe una relación unidireccional entre los cambios en el PIB real del Ecuador hacia el turismo. Por otro lado, desde un punto de vista teórico, se demuestra que el turismo juega un papel importante en el desarrollo de la economía en el país, tanto de manera directa, indirecta e inducida, sin embargo, su aporte es aún insuficiente en comparación con el resto del mundo.

2.1.3. Nacionales

En el ámbito nacional su antecedente inmediato es el estudio llevado a cabo en el Barrio San Jerónimo, de la ciudad de Asunción, con el título *Valoración del turismo urbano con vínculo social y criterios de sustentabilidad en Asunción, Barrio San Jerónimo* en el cual el objetivo es el de aportar elementos que permitan contribuir a la mejora de la calidad de vida potencialmente importante para el turismo sustentable. En el mismo se concluye que, en definitiva, el Barrio San Jerónimo posee gran potencial para la explotación turística donde influyen aspectos culturales que van relacionados con la naturaleza y la sociedad residente como se ha observado hace unos años atrás, solo que no perduró hasta la actualidad (Centurión, 2021).

Un estudio muy importante, por referirse específicamente a la zona, es el que lleva por título *Análisis del negocio turístico como otra alternativa para la prestación de servicios ambientales en la Reserva de Recursos Manejados Ybytyruzú y su área de influencia directa*, presentada por Decoud (2022). El trabajo se orienta a analizar el negocio turístico como otra alternativa para la prestación de servicios ambientales en la Reserva de Recursos Manejados Ybytyruzú y su área de influencia directa. En el mismo, como primer resultado se puede mencionar, según los autores, que se logró la caracterización de la

superficie en cuanto a variación de la cobertura boscosa y la presencia de otros ecosistemas; mediante la observación satelital implementada, se pudo identificar áreas con bosques robustos, así como espacios pelados y diversos usos productivos. La observación en el terreno y los testimonios de los lugareños permitieron contrastar algunos datos y destacar las acciones de reforestación y de recuperación de fauna nativa emprendidas en el lugar. Siguiendo con los resultados del trabajo mencionado en el párrafo anterior, se puede agregar que los entrevistados resaltaron el turismo como una actividad que, además de la generación de ingresos, puede contribuir con la conservación; asimismo, han resaltado la potencialidad de otras modalidades como el turismo rural comunitario, el cual ofrece oportunidades de participación a las poblaciones locales (Decoud, 2022)

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. Turismo

Las primeras definiciones del término han aparecido en Inglaterra, hacia los años 1800, haciendo referencia a los viajeros con objetivos que no sean exclusivamente de negocios o religiosos. Así, de según el Instituto Nacional y Estudios Económicos, el turismo alude a las actividades realizadas por las personas en el transcurrir de sus viajes a lugares distintos de su entorno habitual.

El turismo también puede ser considerado como un fenómeno social, cultural y económico.

Existe un sinnúmero de definiciones esbozadas por distintos autores sobre el turismo; sin embargo, en este caso, se puede decir que hace referencia a un fenómeno sociocultural y económico que guarda relación con el movimiento de las personas a sitios externos a su lugar de residencia, por razones de negocios o motivos personales, adquiriendo de esta manera la denominación de visitantes, que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes, donde el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas derivan en gasto turístico (Schmidt & Cabral, 2018).

2.2.1.1. Turista. Partiendo de la definición de turismo, se puede alegar que turista es la persona, consumidora de un producto o servicio turístico, es quien realiza los viajes de manera temporal, durante al menos 24 horas pero menor a 180 días de un año natural, con el objetivo de ocio, terapéuticas o de otro tipo (Cortes, 2019).

La Organización Mundial del Turismo, define turista como toda persona sin distinción de ninguna índole, que ingresa en el territorio que sea distinto a su lugar de residencia, permaneciendo mínimamente durante 24 horas en ese territorio, pero sin sobrepasar los 6 meses, con fines de recreo, deportes, salud, asuntos familiares, sin el objetivo de la inmigración.

2.2.1.2. Ecoturismo. De acuerdo a la propuesta de Jalani (2012, como se citó en Orgaz y Cañero, 2015) el ecoturismo hace mención al tipo de turismo que se lleva a cabo en áreas naturales, teniendo como propósito conservar las zonas naturales y desarrollar las comunidades locales. Se puede agregar que el ecoturismo se puede interpretar como una nueva definición del turismo, basada en los recursos naturales, con actividades que van desde la investigación al entretenimiento.

2.2.1.3. Áreas naturales turísticas. Algunos trabajos de investigación, consideran el área natural turística como un espacio de interrelaciones dinámico, un ecosistema donde existen conjuntos de atractivos interrelacionados en diferentes escalas, y donde cada escala de análisis podría considerarse en sí misma como un atractivo a conservar para las generaciones futuras (Andrés & Encabo, 2008).

2.2.1.4. Sustentabilidad. La palabra sustentabilidad se proclama por primera vez en el informe Brundtland de la ONU, indicando que “el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Amato, 2019, p. 62). Por otro lado, en cuanto a un concepto más moderno de sustentabilidad, refiere a la habilidad de alcanzar una prosperidad económica sostenida en el tiempo, con la cual se

puede tener una alta calidad de vida, protegiendo paralelamente los sistemas naturales del planeta (Olmos & González, 2013).

2.2.1.5. Sostenibilidad. El Diccionario de la Real Academia Española (RAE) define sostenible como dicho de un proceso que puede mantenerse por sí mismo. Desde este punto de vista, Villamizar (como se citó en Cortés y Peña, 2015) sostiene que sostenibilidad es el término que se da al equilibrio del manejo del planeta en los ámbitos social, ambiental y económico.

2.2.1.6. Espacios públicos. Tradicionalmente los espacios públicos pueden entenderse como parte del dominio público, de uso colectivo, siendo accesibles, pudiendo utilizarse de diversas formas, facilita la intensidad de los contactos sociales además de favorecer la creación de identidad social y el sentido de comunidad (De la Torre, 2015). En dicho sentido, es importante distinguir el espacio construido en el cual ocurren determinados procesos de la vida social y los procesos sociales mismos, que, en apariencia, le dan contenido a esa dimensión del espacio constituida por su propia materialidad física (Lezama, 2002 como se citó en De la Torre, 2003).

2.2.1.7. Mercado turístico. El mercado turístico puede ser definido como la unión de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está con intenciones de adquirirlos o disfrutarlos; por lo tanto, el mercado turístico es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean con fines recreativos, negocios u otros motivos, y los consumidores al que éstos dirigen (Socatelli, 2013).

2.2.1.8. Economía. Hablar de economía no hace referencia solo al dinero, apunta a un aspecto más amplio y abarcativo, es decir, como ciencia social, estudia a las personas dentro de su entorno social y las instituciones que encuadran la toma de decisiones de los individuos. Dicho término puede aplicarse a diversos aspectos de la cotidianidad como de la sociedad, desde el presupuesto del gobierno hasta la actividad criminal, entre otros varios como si una empresa extiende su línea de producción. En el marco del trabajo, se hace

referencia a la microeconomía, que según Samuelson y Nordhaus (2019), es una parte de la economía en la cual son analizados elementos tales como los bienes, precios, mercados y agentes económicos; se preocupa por el comportamiento de los agentes económicos individuales, sean estas las familias, pequeñas empresas o los trabajadores.

2.2.1.9. Estrategia. Cuando se hace mención a la economía, a las ventas y/o compras, referirse a estrategia, apunta definitivamente hacia la estrategia competitiva, la cual es definida como un conjunto de acciones ofensivas y/o defensivas que son puestas en marcha para alcanzar una posición de ventaja sobre el resto de los competidores; apunta a consolidar una ventaja competitiva que sea sostenible en el tiempo y genere una mejor y mayor rentabilidad. Michael Porter describe tres estrategias competitivas, cuya diferenciación se denota en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en el cual compiten: liderazgo en costos, liderazgo en diferenciación y segmentación de mercado (Herrero, 2018).

2.3. MARCO TEÓRICO

2.3.1. Turismo. Discusiones del concepto.

El término en cuestión puede estudiarse desde varias perspectivas y disciplinas, atendiendo las complejas relaciones entre los elementos que lo conforman; razón por la cual existe todavía un debate abierto para poder hacer el intento de acercarse a un concepto unívoco y estándar del turismo, de tal modo que pueda reflejarse en una definición universal.

La aparición de las primeras definiciones del turismo se hizo en Inglaterra, en los años 1800; dicha definición hacía referencia a la palabra turista, haciendo alusión a los que viajan con objetivos diferentes al negocio, la exploración científica o la religión. Al respecto, el diccionario francés *Larousse* (2021), expresa que el turismo se traduce por el acto de viajar, de visitar un sitio; son actividades y técnicas implementadas para los viajes y estancias de placer (Courtois y otros, 2021).

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE), un instituto francés, el turismo se define de la siguiente manera:

El turismo incluye las actividades realizadas por las personas en el curso de sus viajes y estadías en lugares que no corresponden a su entorno habitual durante un periodo consecutivo que no supere un año, ya sea por ocio, negocios y otros que no guarden relación con actividades remuneradas en el lugar de visita. (INSEE, 2020 como se citó en Courtois et al. 2021, p. 13)

Por otro lado, se puede agregar que, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico; resaltando que dicho fenómeno es, desde hace unos años, una realidad asumida.

A partir de lo visto en los párrafos anteriores y, atendiendo que a lo largo del tiempo, se han presentado muchas definiciones del concepto turismo, se observa una coherencia entre esas propuestas en lo que respecta a la idea de desplazamiento o el motivo de la estadía; sin embargo, atendiendo a la complejidad del turismo, en muchos casos no hay un acuerdo absoluto acerca de su definición. En ese contexto, se nombra nuevamente a la OMT, que hace unas diferencias en términos como visitante, turista y excursionista (Altamira & Muñoz, 2007).

Otra definición, es la que presenta Castaño (2005), quien sostiene que turismo es:

El ámbito espacial donde se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer distintas necesidades y expectativas de los consumidores turísticos que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar por un periodo, ya señalado anteriormente, no menor a 48 horas. (p. 23)

Vista la difusa frontera entre lo que es turístico y aquello que no lo es, siendo en ocasiones prácticamente imposible distinguirlo, se visualiza una regla para realizar dicha distinción; en principio será turístico aquel desplazamiento en el que el motivo principal sea descansar, divertirse y las relaciones humanas. Aún así, dicha diferenciación sigue presentando supuestos muy difíciles de discernir (García, 2013).

2.3.2. Historia y evolución del turismo.

Con respecto a la evolución histórica del turismo, se puede mencionar que, desde sus orígenes, el ser humano se ha visto con necesidades de trasladarse de un lugar a otro por diferentes necesidades, ya sean por supervivencia, religión, comercio, guerra, ocio u otros motivos. En ese contexto, por ejemplo, los romanos, para su descanso y esparcimiento, viajaban a sus villas de verano; en la época de la ilustración, las clases más acomodadas viajaban por razones culturales, que tenían el nombre de *Grand Tour*; sin embargo, no fue sino hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como fenómeno de masas (García, 2013).

Acerenza (como se citó en García 2013), sitúa explícitamente el surgimiento del turismo en la segunda mitad del siglo XIX, presentando la siguiente división temporal: sus antecedentes remotos hasta el siglo XVI; el turismo a partir del siglo XVI; el turismo a partir del siglo XIX; el turismo pos primera guerra mundial; el turismo posterior a la segunda guerra mundial y el turismo en las últimas décadas, a partir de 1970.

Tomando como referencia el trabajo de García (2013), se desglosa en el siguiente párrafo la evolución histórica planteada precedentemente:

- Antecedentes remotos: con la finalidad de conocer el origen del turismo es necesario remontarse a la Edad Antigua, donde además de la cultura romana y la griega, otras como los fenicios, realizaban viajes, en este caso, con finalidades mercantiles, haciéndolo en caravanas y barcos; también los asirios, que en sus viajes comerciales aprovechaban para contemplar obras importantes como la Torre de Babel o el Palacio de Nabucodonosor; así también, según los relatos

encontrados en la Biblia, los hebreos realizaban viajes de exploración, conquista y religión. Sin embargo, en este antecedente, ninguno de los citados ha sido como los griegos y romanos, quienes se destacaron por darle mayor importancia al ocio y tiempo libre durante sus viajes.

- El turismo a partir del siglo XVI: siglo conocido por los grandes descubrimientos y grandes expediciones; siendo una época de cambios sociales, religiosos y culturales; expediciones mediante las cuales se han explorado nuevas rutas entre Europa y el resto del mundo, en donde China, India y Japón en su conjunto, transformaron el mundo, estableciendo las bases mismas de la civilización occidental tanto en Europa como en América. En esta época, se han realizado los viajes que han adquirido la denominación de *Grand Tour* y *Petit Tour*, a quienes realizaban estos viajes, posteriormente se les denominó *tourists*; además, también cobró importancia el balnearismo, resaltando lugares como Bath en Inglaterra, Baden-Baden en Alemania, Vichy en Francia y muchos otros. A estos se puede agregar los viajes realizados por los humanistas, músicos y exploradores, que contribuyeron aún más para estimular el interés por conocer otros lugares, aspectos con los cuales se ha incidido mucho para el nacimiento del turismo en esta etapa.

- El turismo a partir de mediados del siglo XIX: esta etapa, marcada por la expansión económica y los aportes de la revolución industrial ha favorecido bastante al turismo, especialmente al sector de la burguesía, que dispusieron de recursos económicos y tiempo libre para viajar. La época, con la invención de la máquina de vapor, el tren y otras máquinas que ayudan al desplazamiento, se vio ampliamente favorecida para los viajes de placer, pues grandes cantidades de personas han comenzado a utilizarlas para visitar otros lugares. En este lapso de la historia, se cuenta con un aporte muy valioso a la actividad turística, como lo es el de Tomas Cook, considerado el primer agente de viajes de la historia, quien a mediados de ese siglo inició la utilización del ferrocarril como medio de transporte destinado al turismo; así también, el mencionado crearía su modélica agencia de viajes, que aún existe en la actualidad, y por si fuera poco, también se le debe la creación del bono o *voucher*, documento de servicios contratados y pre-pagos.

- Turismo en el siglo XIX: época marcada por la existencia de dos tendencias turísticas, el itinerante y el de estancia residencial, siendo éste último de menor movimiento. Las actividades en este espacio se caracterizan por huir del calor del interior de las ciudades, aunque aún no cobra importancia el baño del mar.
- El turismo después de la primera guerra mundial: es después de este acontecimiento bélico de impacto mundial, cuando surge el verdadero fenómeno turístico como producción masiva, trayendo consigo un desarrollo casi instantáneo de la movilidad de bienes y personas, con las vacaciones pagadas y la legislación social afín. Existe un auge del transporte automotor; la paz y tranquilidad posguerra, acompañado del nivel de vida de la clase media y trabajadora han sido otros factores de preponderancia para cooperar en el desarrollo del turismo de la época. Más allá de la crisis económica que se dio con el hundimiento de los títulos en la Bolsa de Nueva York, se dieron otros hechos a destacar tales como la creación de la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales para la Propaganda Turística en 1924, con la finalidad de realizar una campaña publicitaria.
- El turismo después de la Segunda Guerra Mundial: en esta época se da el nacimiento de lo que hoy se conoce como el turismo moderno, como la actividad social de masas, alrededor de 1950, a raíz de la unión de una serie de circunstancias positivas; en primer lugar, un importante desarrollo económico en Europa posterior al plan Marshall; en segundo lugar, el gran desarrollo de la industria del transporte, en especial el aéreo; en tercer lugar, la aparición de los primeros operadores turísticos, logrando por medio de ellos un abaratamiento en los precios de los viajes turísticos.
- El turismo en las últimas décadas, a partir de 1970: a pesar de la recesión económica producida en occidente, la actividad turística ha sufrido un impacto menor en comparación con otros sectores económicos; tal es así que en la década de los 80 el turismo se consolida como el motor económico de muchos países. En esta etapa del desarrollo turístico, busca ofertas y destinos turísticos nuevos, lo cual ha generado una especie de competencia dentro del sector, buscando captar mayor cantidad de clientela; para el efecto, la multimedia y la

comunicación constituyen herramientas importantes para la transformación del sector, ayudando a la transformación del diseño de los productos, la presentación del servicio y comercialización más eficiente.

Por la importancia que ejerce el turismo en el sector económico de muchos países, éstos desarrollan políticas y otras medidas que incidan en la promoción, planificación y comercialización de los destinos (García, 2013).

El turismo tiene su evolución a lo largo de la historia de la humanidad, de allí la diversificación de razones por las cuales se realiza el turismo, así como los medios y sistemas de los cuales pudo valerse el turismo para llevarse a cabo. De igual forma que la industria y el comercio, el turismo impulsa y es impulsado por el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación (Cárdena, 2001 como se citó en Moreno & Coromoto, 2011).

2.3.3. Composición del sistema turístico

Acerenza (2001, como se citó en Moreno y Coromoto, 2011) la composición del sistema turístico constituye un marco de referencia que ayuda a entender los elementos, funciones y demás componentes que interactúan en el fenómeno turístico. De acuerdo al referido autor, esa teoría establece las bases conceptuales para la organización interdisciplinaria del turismo como fenómeno social, con características complejas y que aglutina diversas disciplinas. Al respecto, se puede clasificar las concepciones de producto turístico según sus componentes y en los que se hace referencia al perfil psico-sociológico del turista desde sus motivaciones y percepciones.

Con relación a la óptica sistemática, aún no existe un consenso en su definición, conceptualización y elementos que lo conforma, pero para estudiar el turismo como actividad económica es importante considerarlo, pues tiene un rol fundamental. A continuación se expone una definición realizada por la OMT (2001, como se citó en Altimira y Muñoz, 2007):

...un conjunto de elementos que se relacionan entre sí, evolucionando dinámicamente. Las características de una comunidad local, los recursos

humanos, así como los culturales y naturales de un territorio se mezclan formando la materia prima de la actividad turística. Todos los elementos se entrelazan y tienen una conexión en el mercado turístico, resultando en un desplazamiento del turista desde su lugar de residencia hasta el destino seleccionado, en un circuito que se retroalimenta. (p. 687)

Mathieson y Wall (1986) y Lea (1988, como se citó en Altimira y Muñoz, 2007) expresan que el sistema turístico está integrado por elementos que interactúan entre sí; dichos elementos son los siguientes:

- Elemento dinámico: elemento que, teóricamente, induce a la actividad, el motor del sistema, hace referencia a lo que demandan los individuos, a sus necesidades y deseos.
- Elemento estático: en contrapartida, es el elemento que refiere a la oferta de actividades, servicios y el entorno físico y social donde se lleva a cabo.
- Elemento consecuencial: es lo que supone el impacto a corto o largo plazo, derivados de la puesta en marcha de actividades turísticas, es decir, oferta y demanda, constituyendo las dos dimensiones de la estructura del turismo, al igual que lo son del sistema de mercado en donde éste se halla inscrito.

Desde otra óptica, y según la propuesta de Álvarez et al. (2001, como se citó en Moreno y Coromoto, 2011), el sistema turístico está representado por los atributos y las actividades de servicio de transporte, comunicación, alojamiento, restauración y otros servicios auxiliares, como subsistemas capaces de atraer turistas y satisfacer aquellas necesidades, sean permanente o temporales. Otro punto de vista, desde el cual se agrupan los componentes del sistema turístico, es el de Acerenza (2001 como se citó en Moreno y Coromoto, 2011), según quien dicho sistema consta de cinco elementos, a saber, el turista, la región emisora y de destino, la ruta de tránsito y la planta turística.

Viendo así, el producto turístico se conforma por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, incluido los servicios de entretenimiento

y recreativo u ocio, de igual manera todo el activo natural, cultural y social donde se desarrolla básicamente todas las actividades de servicio, constituyendo, en varios casos, el mayor atractivo para el turismo y el primer motivo de los viajes. Por esto se puede decir que el producto turístico es el producto de la combinación de los activos de cada lugar y los servicios ofrecidos; es decir, como lo sostienen Moreno y Coromoto (2011), “están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento, transporte y otros” (p. 152).

2.3.4. Factores que influyen en el desarrollo del turismo

Todos los cambios sucedidos en las últimas décadas que han producido el auge del turismo en varios países no se hubieran podido dar sin el avance de algunos de aspectos sociales como el crecimiento general de ingresos, lo cual define el poder adquisitivo del consumidor del producto de ocio; lo que en consecuencia acrecienta la posibilidad que más personas y empresarios puedan y quieran invertir su dinero en el uso turístico (García, 2013).

Siguiendo con la propuesta de García (2013) se agregar que otro de los factores importantes para el auge turístico constituye la mejora de los medios de transporte, ayudando a que la distancia se acorte y que los destinos puedan hacerse realidad en un futuro más o menos próximo, posibilitando nuevos horizontes para el dinamismo turístico.

Así también, las variantes en la distribución del tiempo de trabajo ayudan al progreso en el turismo, visto que, al distribuir el tiempo de trabajo, se puede lograr ampliar el tiempo de ocio en función a las necesidades, pudiendo hacerse actividades turísticas, aunque sea, de radio más corto.

García (2013) sostiene que una mayor disponibilidad del tiempo libre es otro de los factores que contribuye al desarrollo del turismo, dando lugar a una serie de actividades propias, sin necesidad de realizar grandes y largos desplazamientos, eligiendo para las vacaciones actividades que aporten experiencias novedosas y exóticas.

De una manera más global, de acuerdo a la propuesta de González (2018, como se citó en Ricalde, 2020) la actividad turística se enfoca en resultados y, para alcanzarlos, es esencial considerar factores que lo conduzcan a lograrlos, entre esos factores resaltan la conservación, educación, capacitar a los responsables en el cumplimiento del mantenimiento de los recursos. Así también, refiere que “las experiencias, las vivencias, los conocimientos y las satisfacciones subjetivas serán los indicadores más importantes para los visitantes” (p. 39).

Ricalde (2020) propone los siguientes factores como aquellos que ejercen influencia en el desarrollo de la actividad turística:

Factor ambiental: la conservación del medio ambiente es imprescindible para lograr el desarrollo en el sector turístico, por lo que su cuidado debe constituir una política de estado, demandando también un compromiso de la población receptora, autoridades y turistas; como el factor ambiental está en directa relación con el ser humano, es menester de éste darle un buen uso, cuidarlos y protegerlos, recalcando que es muy importante que las organizaciones encargadas protejan el medio ambiente de los impactos negativos en el ecosistema.

Factor económico: en este sentido, es fundamental conocer cada sector de la zona o territorio, conocer las formas de crecimiento, ocupación y beneficios de la población, los sectores productivos, al tiempo de evaluar el nivel de diversificación económica, las relaciones intersectoriales entre otros. Para lograr resultados positivos en cuanto a este factor, es necesario realizar comparaciones estimativas entre el crecimiento del turismo con referencia a otros sectores productivos, de tal manera a poder

elaborar nuevos productos y ofrecer respuestas a la demanda presentada.

Factor infraestructura turística: en este sentido, todo lo que hace referencia a la infraestructura, como obras públicas, redes de comunicación, infraestructura vial, y aquellos que permiten a la población insertarse en el desarrollo socioeconómico, también es utilizado por el turismo para su promoción y desarrollo. Se resalta que la mencionadas infraestructuras son necesarias pues así lo requieren los usuarios, de tal manera que permitan un normal desenvolvimiento en el sector turístico.

Factor tecnológico: de acuerdo a González (2016, como se citó en García, 2020), el uso de las Tics, favorece nuevas oportunidades en el negocio, especialmente en la creación de nuevos productos en base a la investigación, promoción y difusión de los mismos, situación que es aprovechada por el sector turístico para promover las actividades de su ámbito.

Factores demográficos: Magadán (2015, como se citó en García 2020) sostiene que el crecimiento demográfico a nivel mundial tendrá repercusiones positivas en el sector del turismo en la medida que el consumo aumenta, sin embargo, tal cosa no se da exactamente así pues todo depende más del poder adquisitivo de las personas, nivel de gastos y de la población económicamente activa.

Factor laboral: en cuanto a este factor, Feijoo et al. (2016, como se citó en García, 2020), sostienen que el factor humano es bien valorado en las

empresas, muchas veces incluso por encima de los activos fijos, financieros e intangibles; rescatando el conocimiento y experticia del recurso humano, al cual lo denominan capital intelectual; puesto que ello fomenta el liderazgo, la creatividad y la tolerancia. (pp. 41-50)

2.3.5. Principios de turismo responsable

El turismo responsable es aquel que se sustenta en algún código de conducta, respetando el medio ambiente y pensando en las generaciones futuras. El turismo responsable, según Muñoz Flores (2006, como se citó en Borbor, 2014) “es el turismo que satisface a los turistas, mantiene y mejora el medio ambiente del destino y beneficia a los residentes” (p. 39). Al respecto, García Téllez, 2006 como se citó en Borbor, 2014) sostiene que son seis los elementos que caracterizan al turismo responsable:

Usar sosteniblemente los recursos locales.

Mantener y promover la diversidad natural, económica, social y cultural.

Involucrar a la comunidad local en la planificación y la toma de decisiones.

Evaluar los impactos ambientales, sociales y económicos antes de desarrollar los planes de desarrollo turístico.

Asegurar el involucramiento de las comunidades y se puedan beneficiar del turismo.

Proporcionar la zona turística responsablemente, con respeto hacia los ambientes locales, naturales y culturales. (pp. 39-40)

Tomando como referencia el trabajo de Borbor (2020), el respeto a la naturaleza, es un enfoque clave del turismo responsable y se basa en los siguientes principios:

Principios ambientales: porque es una forma de subsistencia para la conservación del patrimonio natural; constituye un factor importante para

preservar la diversidad de especies; busca valorar la naturaleza, cuidándola y manteniéndola; para prevenir la contaminación del patrimonio natural; para aprender a valorar los recursos naturales.

Principios culturales: en busca de la reivindicación de la identidad cultural; para vivir en convivencia intercultural; para promover relaciones en un marco de respeto basadas en la interculturalidad; para revalorizar las prácticas, costumbres y saberes tradicionales.

Principios sociales: para la práctica de derechos colectivos; para el beneficio de las comunidades, logrando el desarrollo social de la comunidad; para fortalecer el nivel organizativo; para promocionar la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida y evitar la migración.

Principios económicos: buscando generar fuentes de trabajo; generar ingresos económicos y contribuir a diversificar las actividades económicas y productivas de las comunidades; para generar alternativas frente a las actividades extractivas y, reinvertir los beneficios económicos en la educación de los hijos.

Principios políticos: para lograr el empoderamiento de las nacionalidades y pueblos, manteniendo una identidad frente a la defensa del territorio y, ser escuchados como grupo y no como personas individuales. (pp. 40-43)

Con el respeto a los principios mencionados se puede tener la garantía que el desarrollo del turismo tendrá una experiencia exitosa, socialmente benéfica, económicamente rentable y ambientalmente segura, lo que lo convierte en una base de sistema de turismo sustentable y que pueda cooperar para el progreso de toda la comunidad (Borbor, 2014).

Como todos los sectores, el turístico tampoco escapa a los actos y efectos indeseables que traen consigo algunas prácticas inapropiadas, producto de su espontánea expansión e incontrolado crecimiento, en perjuicio de su integral desarrollo. Todas las distorsiones que puede sufrir la actividad turística, muchas veces pueden deberse a la carencia de valores éticos, por lo que, la ética interpela a los individuos en relación a sus acciones y realizaciones de tal modo a rendir cuentas de los valores asumidos. “La construcción de un turismo responsable es el modo de traducir los valores éticos en la actividad específica” (Mantero, 2013, p. 224).

2.3.6. Instituciones encargadas de la promoción del turismo en el país.

Con la expansión del turismo en los países con menor grado de desarrollo se puede llegar a conseguir el ansiado bienestar de la comunidad y la población en sí, atendiendo a una política turística bien planificada por parte de los responsables, una política que considere los diversos impactos que dicha actividad económica puede generar en su territorio (Cárdenas, 2012).

A nivel nacional, la OMT es el organismo de las Naciones Unidas encargado de promocionar un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, defendiendo un turismo que colabore al crecimiento económico, cuyo desarrollo sea incluyente y cuente con una sostenibilidad ambiental, que ofrezca liderazgo y apoyo al sector con la finalidad de distribuir por mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

En el Paraguay, la Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), va promoviendo acciones que pueden ayudar a dar impulso al turismo en el Paraguay, utilizando como medios y acciones fundamentales la capacitación, habilitación de nuevas posadas turísticas, fortaleciendo la calidad de los servicios y la inserción del país al mundo, como así también la cooperación internacional (Montiel, 2019).

Así también, la SENATUR ha presentado una propuesta denominada Plan Maestro, de desarrollo sostenible del sector turístico para el país en el periodo

comprendido entre 2023 – 2030, buscando el avance y progreso en el sector turístico paraguayo. El plan actualiza aquellos que se presentaron para el 2008 – 2018 y el de 2019 – 2026, agregando la visión 2030 que busca un posicionamiento del turismo paraguayo, como un destino sostenible y auténtico, que apoya en igual medida la conservación de la biodiversidad, el bienestar social y la seguridad económica (Montiel, 2019).

A nivel país, otra organización que promueve el turismo es el Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADES), recordando que su función principal radica en el diseño, establecimiento, supervisión, fiscalización y evaluación de la Política Ambiental Nacional, buscando promover la investigación, recuperación, conservación, preservación, protección, ordenamiento, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, articulando sus acciones con otras entidades públicas, privadas y de las organizaciones civiles, de tal modo a asegurar el desarrollo sostenible, garantizando el derecho de todos los ciudadanos a vivir en un ambiente saludable para disfrutar de los bienes y servicios brindados por los ecosistemas, entre ellos el turismo (MADES, 2023).

Así también, las municipalidades tienen entre sus funciones la promoción del turismo; expresamente, en el artículo 18 “Son funciones municipales”, de la Carta Orgánica Municipal, establece “el fomento de la educación pública, la cultura, el deporte y el turismo” (Ley 1264 Orgánica Municipal, 1987).

2.3.7. Ecoturismo. Definición. Expansión.

El término ecoturismo, se puede mencionar, tuvo su origen en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, que fue llevada a cabo en Estocolmo en el año 1972, donde Maurice Strong presentó el término eco-desarrollo; sin embargo, recién en 1983 fue creado el término y los conceptos básicos del ecoturismo, siendo el creador el arquitecto mexicano Héctor Ceballos Lascurián y que fueron reconocidos por la OMT y demás organizaciones afines y diferentes escritores (Jiménez, 2013).

Al contrario del turismo de masas, puede decirse que ecoturismo promueve una acción con baja concentración de personas, respetando el bienestar de la población local y preservación de los recursos naturales; partiendo de esta premisa, el ecoturismo es definido por la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) como “el viaje responsable a las áreas naturales que preserve el medio ambiente, sostenga el bienestar de la población y fomente la interpretación y educación” (TIES, 2021 como se citó en Courtois et al., 2021, p. 5).

Se puede afirmar que el término ha ido teniendo un desarrollo importante durante los últimos años, con crecimiento de la conciencia ecológica y un deseo global de abogar por un turismo más viable y responsable. Entonces, ecoturismo es:

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza, así como cualquier manifestación cultural presente y del pasado, que promueve la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (Peña, 2010, p. 2)

De manera general, ecoturismo se traduce por el traslado de turistas con una frecuencia menor o en temporadas bajas, resaltando que los ecoturistas desarrollan un comportamiento diferente, traducido por las ganas de experimentar la cultura y el entorno local, con actividades cambiantes espontáneamente. Las actividades que involucra el ecoturismo son, por ejemplo, hacer senderismo, visitar parques nacionales, lugares salvajes con animales en su hábitat natural y actividades con la población local (Courtois y otros, 2021).

Continuando con la propuesta de Courtois et al. (2021), se puede decir que la aparición del ecoturismo se dio primeramente en destinos como Costa Rica o Kenia, destinado a clientes con un poder adquisitivo elevado; sin embargo, ahora ha ganado popularidad, permitiendo que clientes de menor

rango puedan llegar a realizar viajes ecoturísticos, mostrando su respeto por la naturaleza y armonizando las dimensiones económica, social y medioambiental.

En cuanto a su evolución, se puede mencionar que durante los últimos 30 años ha ido evolucionando, siendo, la gente que vive alrededor y en zonas de las áreas protegidas, testigos de una explosión en el turismo de naturaleza, dándose cuenta de sus mutuos intereses en dirigir ese crecimiento. El ecoturismo trajo consigo la promesa de alcanzar objetivos de conservar la naturaleza, mejorar el bienestar de las comunidades locales y, generar nuevas empresas, prometiendo una situación siempre positiva (Ibáñez, 2013).

El crecimiento turístico dio lugar a la propagación de emprendimientos la debida planificación que vaya de la mano con la oferta ecoturística, de tal modo a conducirlo hacia el crecimiento ecoturístico sostenible y que puedan garantizar el bienestar de la comunidad en general; de esta manera, la gran expansión del ecoturismo se torna un acto indiscutible en materia de turismo internacional, experimentando un aumento progresivo y constante, con un 6,5 % de crecimiento medio anual, y con más aceleración aún que el de los intercambios internacionales (Duterme, 2006).

2.3.8. Aportes del ecoturismo a la economía del país.

Como se ha expresado en apartados anteriores, el turismo, sea cual fuere su tipología, se posiciona internacionalmente como uno de los principales sectores económicos, esencialmente en países en vía de desarrollo puesto que, por medio de la actividad turística pueden mejorar el desarrollo socioeconómico de la población en general, por lo que, en definitiva, la puesta en marcha del ecoturismo promueve el desarrollo socioeconómico de la población local (Orgaz & Cañero, 2015).

Sin embargo, buscando a cualquier precio los ingresos generados por medio de la actividad ecoturística, se puede incurrir en una serie de costes que pueden afectar a la pérdida en el nivel de bienestar de la población, no pudiendo la actividad turística conseguir el ansiado progreso socioeconómico.

Para América Latina, por ejemplo, el turismo es esencial para el desarrollo económico de sus pueblos, entre ellos Costa Rica, Brasil, México, Colombia, Perú, Ecuador entre otros, siendo estos países que buscan un posicionamiento como destino ecoturístico atractivo y, en consecuencia, como un medio de vida para la población. Así también, en Sudamérica, el ecoturismo impacta grandemente en el desarrollo económico de cada país, entre ellos, el Paraguay (Illescas, 2017).

Brinda (2013, como se citó en Illescas, 2017) menciona que “los principales impactos económicos positivos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocio” (p. 19). Por lo tanto, el turismo es una actividad que coopera en el equilibrio de la balanza de pagos, aumenta los ingresos públicos, genera valor agregado y fomenta la actividad empresarial, pues no se limitan solamente a hoteles ni restaurantes, sino que engloban una serie mucho más abarcante de servicios y bienes de consumo (Illescas, 2017).

En el Paraguay, el turismo interno, durante el 2018 alcanzó a generar 162 millones de dólares, resaltando como los departamentos más visitados por los turistas Itapúa, Alto Paraná, San Pedro y Cordillera; por ello, se puede decir que el turismo interno dinamiza la economía de varias ciudades, permitiendo a miles de personas conocer más profundamente el país y su belleza (Montiel, 2019). Dentro del Paraguay, en la zona de Independencia, a través de un estudio realizado, por medio de testimonios recolectados, se corrobora la debilidad para la aplicación del régimen de servicios, ante lo cual se presentan los emprendimientos turísticos como vías de generación y financiación de hecho a favor de los servicios ambientales (Decoud y otros, 2022).

A modo de resumen, se presentan algunos beneficios económicos del ecoturismo, según la propuesta elaborada por Orgaz y Cañero (2015): mejora la situación económica de la comunidad local; genera ingresos al gobierno local; proporciona oportunidades de inversión; ayuda a la creación de negocios locales y fomenta el empleo en comunidades rurales.

2.3.9. El ecoturismo como estrategia de reproducción social

El turismo comunitario constituye una de las maneras más adecuadas para planificar el ecoturismo en un determinado destino, siendo muchos los países que en los últimos años han adoptado esta versión para llevar a cabo la explotación turística. Para López-Guzmán y Sánchez-Cañizares (2009, como se citó en Orgaz y Cañero, 2015), el turismo comunitario es una actividad que se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo la premisa de que, la comunidad local debe participar indefectiblemente, buscando reducir el impacto negativo y reforzar los positivos del ecoturismo.

Atendiendo a lo expresado en el párrafo anterior, la puesta en marcha del ecoturismo por medio del turismo comunitario tiende a promover el desarrollo socioeconómico de la población local, así como la conservación de la cultura y la naturaleza, funcionando, además, como una herramienta para luchar contra la pobreza (Casas Jurado et al., 2012 como se citó en Orgaz y Cañero, 2015).

El concepto de estrategia de reproducción social viene a constituir una herramienta fundamental para analizar la dinámica de las clases en su conjunto, y con ello, los mecanismos de perpetuación y cambio del orden social. Las diferentes estrategias de reproducción social se explican únicamente de manera relacional, en un doble sentido; primero, en el contexto del sistema que constituyen y, segundo, en el marco global de un proceso de crecimiento turístico, de la cual las prácticas que conforman ese sistema se relacionan con las prácticas constitutivas de otros sistemas articulando de esa manera, modos de reproducción social diferenciales (Capanegra, 2008).

2.4. VARIABLES

2.4.1. Hipótesis

El trabajo se desarrolla desde un nivel descriptivo, por lo tanto, el mismo no cuenta con hipótesis (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 91).

2.4.2. Definición conceptual y operacional de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	FUENTE
Crecimiento ecoturístico	Puede entenderse como el desarrollo y progreso del turismo sin fragmentaciones y ambientalmente responsable (Sancho Pérez, 1997)	La variable crecimiento ecoturístico será operacionalizada a través de un indicador	Oferta ecoturística	La encuesta aplicada a todos los propietarios/en cargados de los lugares turísticos de Independencia, que totalizan 13.
Factores de crecimiento	Hace referencia a la compleja red de componentes que influyen en el crecimiento, o no, del turismo; entre los que resaltan la localización geográfica, la historia, el clima, el desarrollo económico local, la calidad de los recursos naturales y paisajísticos, las políticas públicas y la infraestructura turística (Freitas & Sevilha, 2017)	La variable factores de crecimiento será operacionalizada a través de cuatro indicadores	Condiciones de infraestructura Apoyo institucional Promoción empresarial Crecimiento local	La encuesta aplicada a todos los propietarios/en cargados de los lugares turísticos de Independencia. Que son 13 en total.

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según su nivel: Se corresponde con el nivel descriptivo porque “Tuvo como objetivo, especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2018, p. 108).

Según su enfoque: Tiene un enfoque Mixto porque “implica la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008 como se citó en Hernández Sampieri y Mendoza, 2018, p. 10).

Según su diseño: Es una investigación no experimental porque se realiza “sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observarán los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 152). En cuanto a su temporalidad, siguiendo con la línea del autor referido, corresponde a un estudio de corte transversal porque se estudiará la variable en un determinado momento, sin seguimiento posterior; su tiempo corresponde a un trabajo retrospectivo, pues los hechos estudiados pertenecerán al pasado.

Método: El método utilizado es el análisis: porque “la información recabada será sometida a procedimientos con la finalidad de alcanzar los objetivos que el estudio se propone” (Méndez Álvarez, 2009, p. 131).

3.2. POBLACIÓN

La población está compuesta por 13 propietarios de los siguientes lugares turísticos de la ciudad de Independencia que se dedican al rubro del ecoturismo: Salto Mirian Mabel, Complejo Turístico Cerro Akatí, Camping Tacuara, Complejo Turístico Cerro Peró, Kuarahy'ãme, Granja Francisca, Salto Suizo Sociedad

Anónima, Castillo Echauri, Mainumby Resort Hotel, Camping Balneario Yvytyruzú, Balneario 8 de Diciembre, Vista Alegre y Piñanez GROUP EAS.

3.3. MUESTRA

La investigación no tiene muestra pues se abarca la totalidad de la población, es decir, es censal.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1. Técnica de recolección de datos

En la investigación es utilizada como técnica la encuesta aplicada a los propietarios o encargados de los lugares turísticos de Independencia. Asimismo, se utiliza la observación, que según Hernández Sampieri y Mendoza, (2018) “pretende explorar y describir ambientes, comunidades, subculturas y aspectos de la vida social, analizando sus significados y a los actores que la generan” (p. 445).

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

Se utiliza como instrumento de recolección de datos el cuestionario simple, dirigido a los propietarios o encargados de los lugares turísticos que integran la población de estudio. Se constituye por preguntas cerradas, con criterios prefijados de manera a asegurar la tabulación y el procesamiento de datos. Para la observación, según Hernández Sampieri y Mendoza, (2018, p. 443), el instrumento lo constituyen los mismos investigadores.

Este instrumento es validado por el experto en el tema, el Dr. Juan Carlos Decoud Fernández, en base a su obra Caracterización de la Reserva de Recursos Manejados Yvytyruzú a través de SIG, año 2022. Por lo que se puede asegurar que el instrumento es fiable.

3.5. PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se ha conversado primeramente con cada responsable de los principales lugares turísticos, explicándoles el motivo de la

aplicación del cuestionario; posterior a esto, se les envía el enlace correspondiente para poder completar la encuesta (*google forms*) y, luego, proceden a su completamiento.

3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El análisis de datos se realiza mediante la estadística descriptiva, para lo cual son utilizadas las planillas de Excel donde se presenta la tabulación de los datos recogidos a través de la encuesta, los mismos se someten a cálculos y se utilizan los gráficos para la presentación e interpretación correspondiente en base a los objetivos planteados en la investigación para luego realizar las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO IV – MARCO ANALÍTICO

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla 1: Explotación ecoturística en años

¿Hace cuántos años se dedica a las actividades de explotación ecoturística?

Opciones	Frecuencia	%
Menos de 5 años	5	38,5 %
5 – 10 años	3	23,1 %
Más de 10 años	5	38,5 %
Total	13	100 %

Gráfico 1: Explotación ecoturística en años



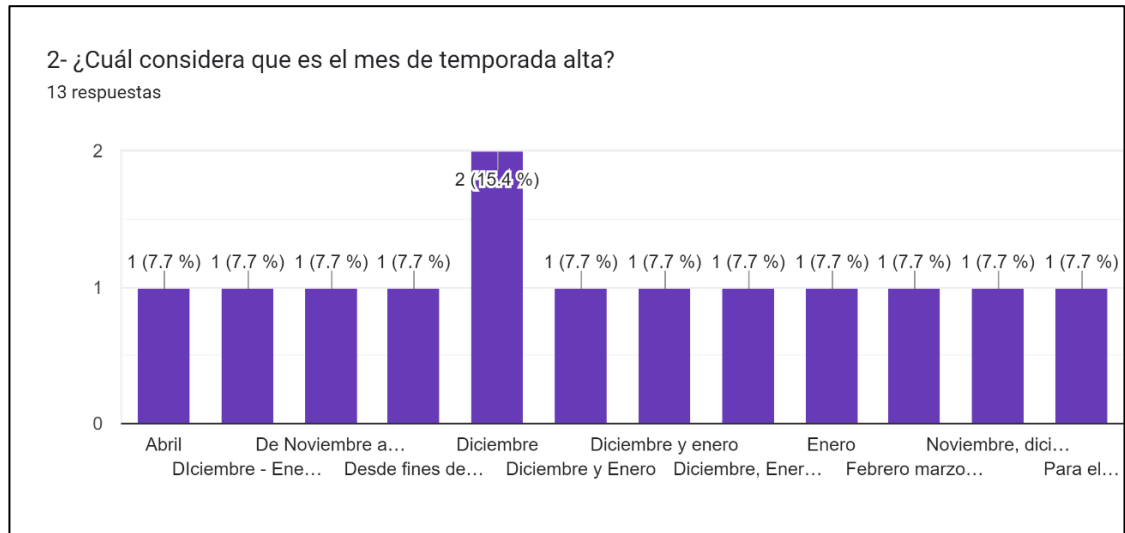
Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

En el gráfico 1 se puede apreciar que una parte importante, correspondiente al 38,5 % se dedica hace más de 10 años a la explotación ecoturística, lo cual implica cierta madurez en el rubro; por otra parte, el 38,5 % explota el rubro hace menos de 5 años, mientras que una minoría se dedica al rubro entre 5 y 10 años. Siendo que, en relación a la población de estudio, una parte importante se dedica a las actividades ecoturísticas hace más de 5 años, representando casi el 80 % del total, esto implica que la actividad es sostenible para los propietarios.

Pregunta abierta N° 2 del cuestionario

Gráfico 2: Temporada alta

¿Cuál considera que es el mes de temporada alta?



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

En la figura 2 se pueden observar diversidades de respuestas con relación a la temporada alta para el ecoturismo en Independencia, resaltando que el 7,7 % es el porcentaje predominante en las respuestas, siendo las temporadas consideradas enero, abril, desde fines de setiembre, diciembre-enero-febrero, diciembre-enero-Semana Santa, noviembre a marzo, febrero-marzo-abril, desde fines de setiembre hasta la Semana Santa, noviembre a marzo. En tanto, un grupo representado por el 15,4 % respondieron que el principal mes de temporada alta es diciembre. Analizando la figura, se puede resaltar que básicamente durante varios meses del año existe una alta demanda para los servicios ecoturísticos en la ciudad de Independencia, en donde también puede verse que, generalmente, diciembre y enero son los meses que más veces han sido nombrados, coincidiendo con la estación del verano. Cabe resaltar que, como no han sido mencionados, los meses de mayo, junio, julio y agosto pueden ser considerados meses de temporada baja.

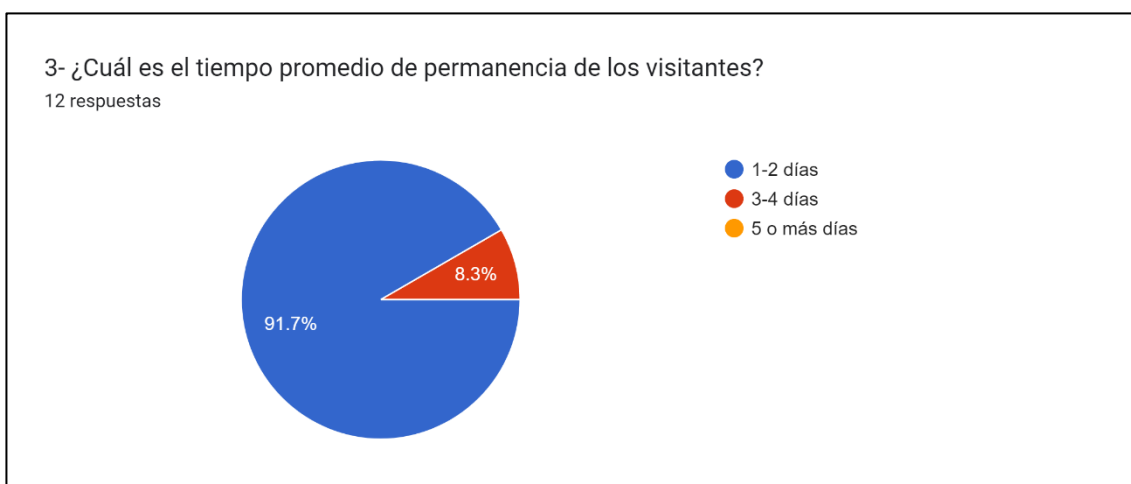
Pregunta abierta N° 3 del cuestionario

Tabla 2: Tiempo promedio de permanencia

¿Cuál es el tiempo promedio de permanencia de los visitantes?

Opciones	Frecuencia	%
1 – 2 días	11	91,7 %
3 – 4 días	1	8,3 %
5 o más días	-	0 %
Total	12	100 %

Gráfico 3: Tiempo promedio de permanencia



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

En la figura 3 se puede observar que, de las 13 empresas que ofrecen actividades ecoturísticas, en este caso solo han respondido 12, resaltando que, de ese total, una mayoría, representada por el 91, 7 % respondieron que el tiempo promedio de permanencia es de 1 – 2 días mientras que la menor parte, es decir, el 8,3 % restante, manifestaron que es de 3 – 4 días. Con estas respuestas puede afirmarse que, con mayor difusión o la promoción de otros atractivos se podría lograr una mayor permanencia de los turistas en los locales respectivos, lo que, a su vez, generaría mayores ingresos a los propietarios.

Gráfico 4: Tipo de clientes



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

En la figura 4, la cual constituye una consulta con respuestas abiertas, se puede visualizar que una mayoría representada por el 84,6 % de encuestados respondieron que el tipo de clientes que más frecuentan los lugares ecoturísticos son turistas individuales, así también, de acuerdo a las respuestas de un 38,5 %, son los estudiantes quienes más acuden a esos lugares; en cambio, de acuerdo al 30,8 % son profesionales, una minoría, representada por el 15,4 % manifestaron que son turistas de agencias de viajes y; otro grupo conformado también por el 15,4 % expresaron que son los comerciantes. Otros grupos, representados por el 7,7 % respondieron que son gentes del lugar para aplacar el calor; familias, parejas, respuestas con las cuales se puede valorar la importancia de que los lugares ecoturísticos reciben la afluencia de diversos tipos de clientela, generando con ello un impacto positivo para los intereses particulares de los propietarios como también para el distrito en general.

Gráfico 5: Atractivo visible para los turistas



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

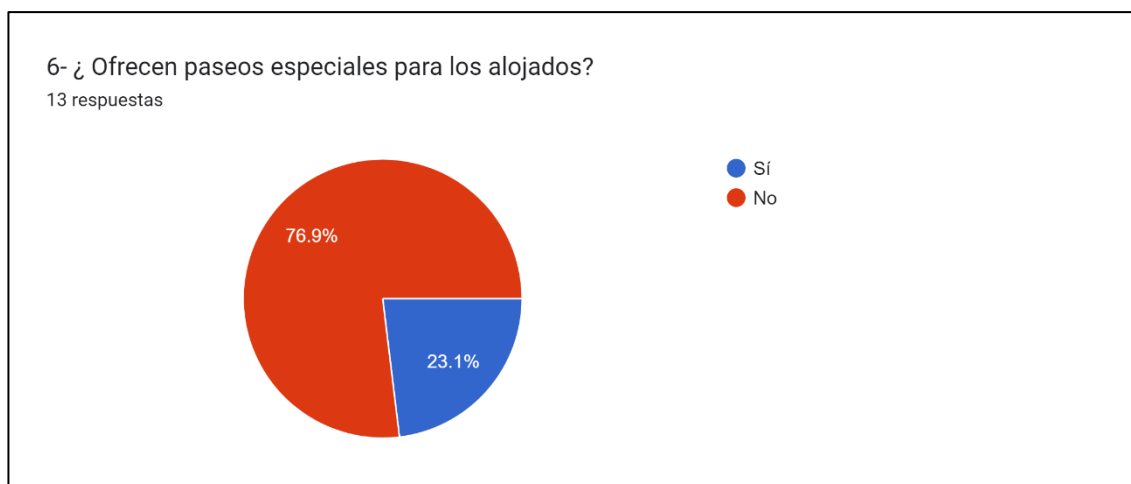
Según la figura 5, que también ha sido de respuestas abiertas, se puede afirmar que, una mayoría constituida por el 61,5 % de encuestados, afirmaron que entre los atractivos visibles que tiene el lugar se destacan las áreas naturales de camping; asimismo, otro segmento importante, representado por el 53,8 % resaltaron que el atractivo visible constituyen los senderos; de acuerdo a dos grupos representados por 46,2 % cada uno son los arroyos y las cabañas; en tanto, varios encuestados, representados por el 7,7 % destacaron que son los miradores, la piscina, parque temático ambiental y las cascadas. Con esto se puede resaltar la importancia de ofrecer variedades turísticas como atractivo por parte de los que se dedican al rubro, de tal manera que los usuarios puedan contar con opciones para su esparcimiento o recreación y poder optar por aquello que satisfaga plenamente sus intereses recreativos.

Tabla 3: Servicio de paseos especiales

¿Ofrecen paseos especiales para los alojados?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	3	23,1 %
No	10	76,9 %
Total	13	100 %

Gráfico 6: Servicio de paseos especiales



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

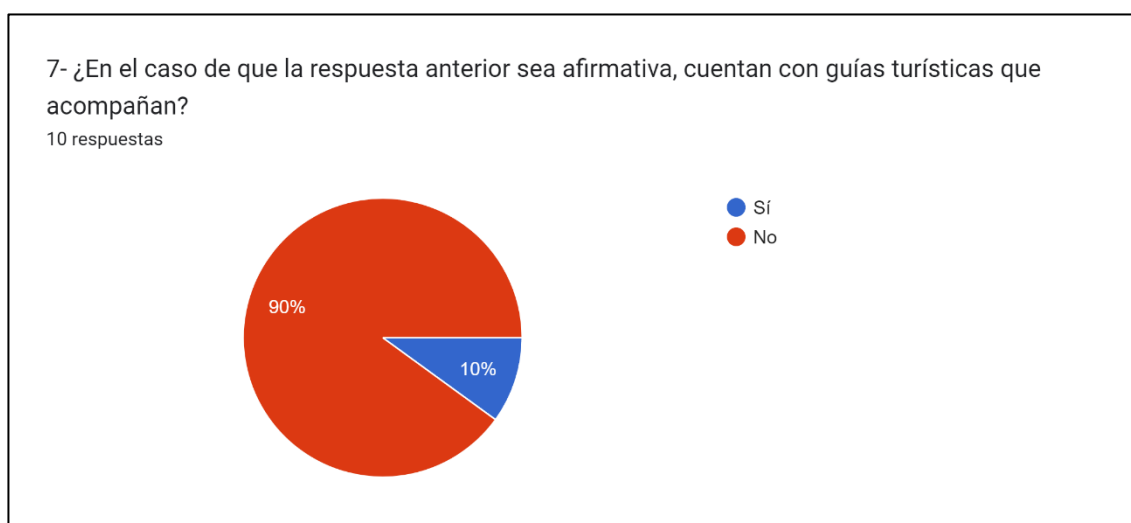
Con esto se puede afirmar que la gran mayoría de los lugares ecoturísticos de Independencia no ofrecen paseos especiales a quienes se alojan en dichos lugares, representando un 76,9 %, mientras que, una minoría, correspondiente al 23,1 % son los que sí ofrecen esa actividad. Entre esos lugares que sí ofrecen ese servicio se encuentran Granja Francisca, Vista Alegre y Salto Suizo S.A. Se puede resaltar, atendiendo las respuestas dadas en este gráfico, la necesidad de ofrecer este tipo de servicios, de tal modo a atraer más turistas a los lugares, con lo cual puede mejorar los ingresos. Aunque sería importante, analizar los motivos financieros que las empresas.

Tabla 4: Servicio de guía turística

En el caso de que la respuesta anterior sea afirmativa, ¿cuentan con guías turísticas que acompañan?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	1	10 %
No	9	90 %
Total	10	100 %

Gráfico 7: Servicio de guía turística



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

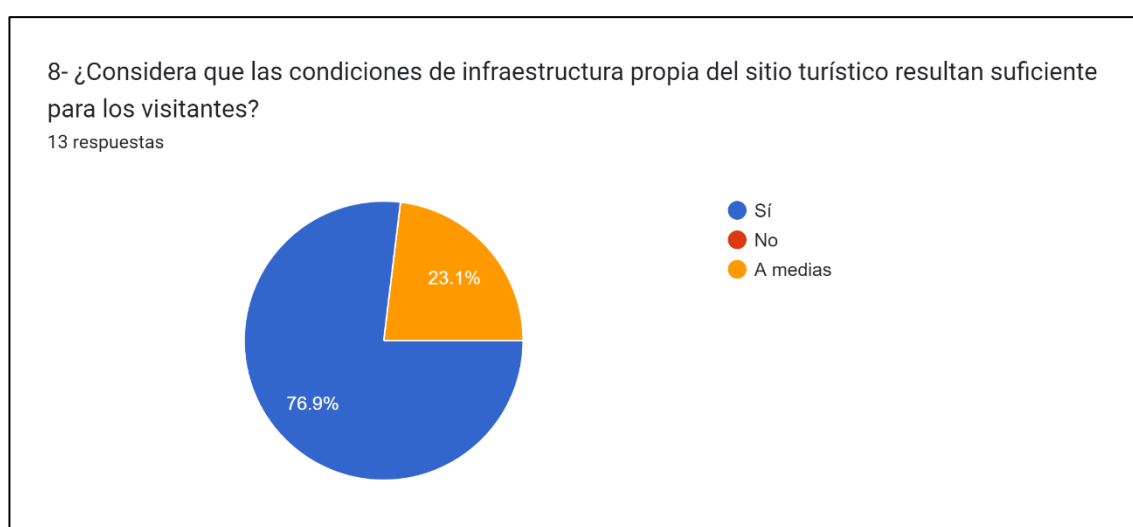
En relación con la pregunta anterior, de los tres lugares que ofrecen paseos especiales a sus alojados, solo uno de ellos posee guías turísticas para sus clientes, el lugar es Granja Francisca, representando el 10 % de las respuestas. A partir de esta respuesta, es necesario que todos los propietarios de los demás lugares se replanteen la necesidad de contar con guías turísticas como servicio complementario, lo cual puede favorecer ampliamente sus intereses y, a la vez, atraer mayor cantidad de visitantes al lugar.

Tabla 5: Infraestructura suficiente para los visitantes

¿Considera que las condiciones de infraestructura propia del sitio turístico resultan suficiente para los visitantes?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	10	76,9 %
No	-	0 %
A medias	3	23,1 %
Total	13	100 %

Gráfico 8: Infraestructura suficiente para los visitantes



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

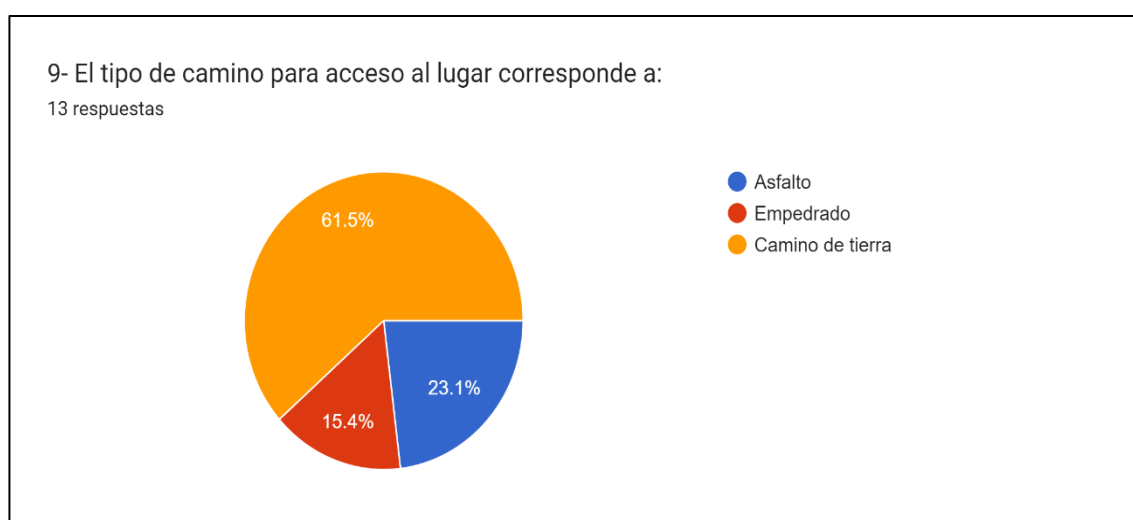
Con esto se puede afirmar que la mayoría de los propietarios de los sitios ecoturísticos consideran que las condiciones de infraestructura de sus locales resultan suficiente para los visitantes, representando el 76,9 % mientras que el restante 23,1% lo considera suficiente solo a medias. Los lugares que sostienen que reúnen todas las condiciones son Camping Tacuara, KUARAHY'ÂME, Granja Francisca, Salto Suizo Sociedad Anónima, Castillo Echauri, Mainumby Resort Hotel, Camping Balneario Yvytyruzú, Balneario 8 de Diciembre, VISTA ALEGRE, Piñanez GROUP EAS; los demás son Salto Mirian Mabel, Complejo turístico Cerro Akatĩ y Complejo turístico Cerro Perõ, este último grupo corresponde al grupo de saltos y miradores que por lo general su infraestructura descansa en la amplitud del lugar para acampar y, por otro lado, en la facilidad para llegar al sitio.

Tabla 6: Tipo de camino para el acceso

El tipo de camino para el acceso al lugar corresponde a:

Opciones	Frecuencia	%
Camino de tierra	8	61,5 %
Asfaltado	3	23,1 %
Empedrado	2	15,4 %
Total	13	100 %

Gráfico 9: Tipo de camino para el acceso



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

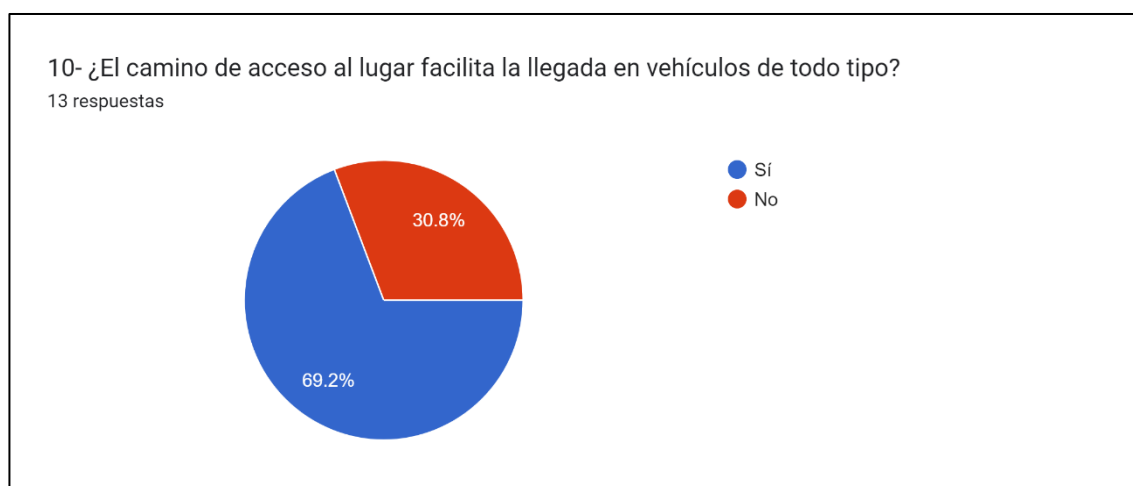
De acuerdo a la figura 9, el 61,5 % de encuestados respondieron que el tipo de camino predominante para el acceso al lugar corresponde a camino de tierra; según el 23,1 % es asfalto, mientras que, para una minoría, representada por el 15,4 % corresponde a empedrado. Los que cuentan con camino de tierra para su acceso son Salto Mirian Mabel, Cerro Akatí, Cerro Peró, Granja Francisca, Salto Suizo S.A., Mainumby Resort Hotel, Camping Balneario Yvytyruzú, Balneario 8 de diciembre; los de acceso asfaltado son Kuarahy'ãme, Castillo Echauri y Piñanez GROUP EAS, los de acceso con empedrado son Camping Tacuara y Vista Alegre. Al respecto es importante señalar que más allá del tipo de camino, lo imprescindible es que puedan mantenerse en buen estado siempre y, para el efecto, será necesario la cooperación de las instituciones locales para el cuidado de dichos caminos de acceso.

Tabla 7: Facilidad para el acceso en vehículo de todo tipo

¿El camino de acceso al lugar facilita la llegada en vehículos de todo tipo?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	9	69,2 %
No	4	30,8 %
Total	13	100 %

Gráfico 10: Facilidad para el acceso en vehículo de todo tipo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Según la figura 10 se puede afirmar que la mayoría de los encuestados afirmaron que el camino de acceso al lugar facilita la llegada en vehículo de todo tipo, representando el 69,2 % mientras que el 30,8 % expresaron que no. Entre los lugares que facilitan el acceso se encuentran Camping Tacuara, Complejo turístico Cerro Peró, Kuarahy'ãme, Granja Francisca, Castillo Echaury, Camping Balneario Yvytyruzú, Balneario 8 de diciembre, Vista Alegre y Piñanez GROUP EAS; mientras que, para el acceso a los demás lugares, se necesitan vehículos como todo terreno o 4 x 4, de tal manera a garantizar el acceso.

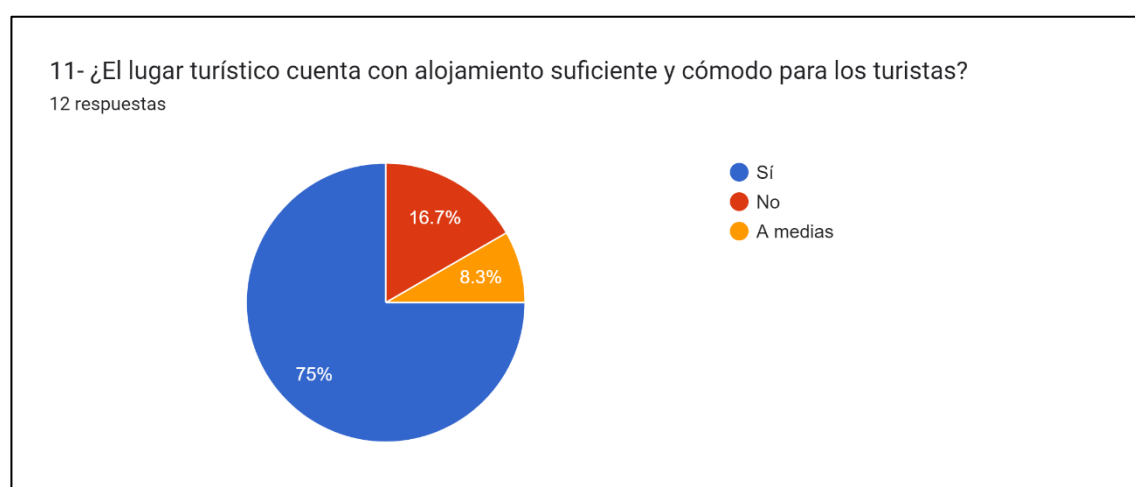
El acceso al lugar mediante caminos que faciliten el acceso a todo tipo de vehículos es una condición de infraestructura importante para atraer a turistas y garantizar los ingresos y la sostenibilidad de la empresa en todo tipo de temporada.

Tabla 8: Alojamiento suficiente y cómodo

¿El lugar turístico cuenta con alojamiento suficiente y cómodo para los turistas?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	9	75 %
No	2	16,7 %
A medias	1	8,3 %
Total	12	100 %

Gráfico 11: Alojamiento suficiente y cómodo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

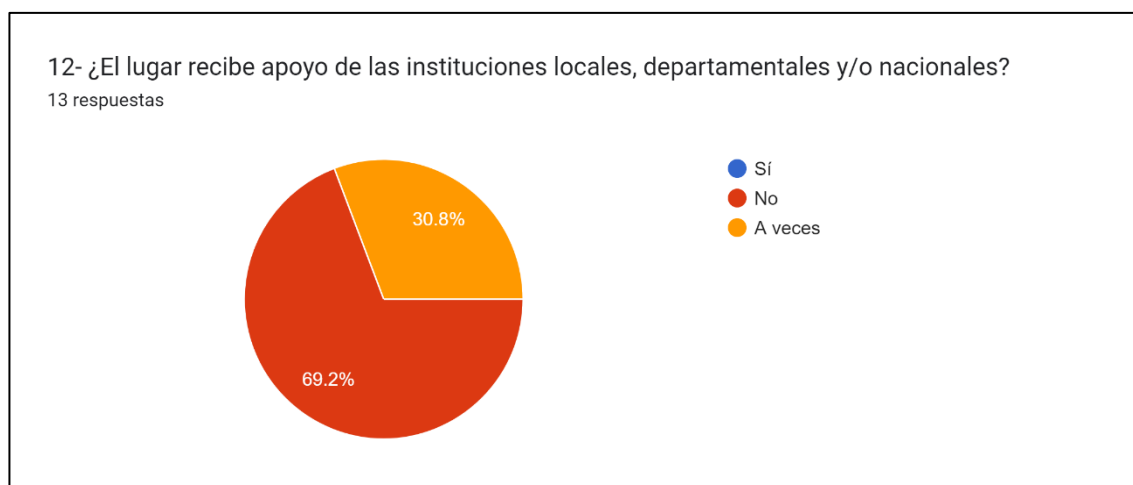
De acuerdo a lo que se puede observar en la figura 11, del total de propietarios, 12 de ellos respondieron a esta consulta, se destaca que la mayoría contestaron que cuentan con alojamiento suficiente y cómodo para los turistas, representando el 75 %; una minoría, representada por el 16,7 % expresaron que no cuentan con suficientes alojamientos y el restante 8,3 % cuenta con alojamientos suficientes y cómodos solo a medias, estos últimos dos, por la naturaleza de los servicios ofrecidos. Entre los lugares que respondieron afirmativamente se encuentran Salto Mirian Mabel, Camping Tacuara, Kuarahy'ãme, Granja Francisca, Salto Suizo S.A., Mainumby Resort Hotel, Campin Balneario Yvytyruzú, Vista Alegre y Piñanez GROUP EAS. Con esto se ve la necesidad de seguir trabajando en el fortalecimiento de los servicios brindados por los distintos lugares que se dedican a la explotación ecoturística.

Tabla 9: Apoyo institucional al lugar

¿El lugar recibe apoyo de las instituciones locales, departamentales y/o nacionales?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	-	0 %
No	9	69,2 %
A veces	4	30,8 %
Total	13	100 %

Gráfico 12: Apoyo institucional al lugar



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Con esto se puede afirmar que una mayoría respondieron que el lugar no recibe apoyo alguno de ninguna de las instituciones sean locales, departamentales o nacionales, representando el 69,2 % mientras que el 30,8 % restante reciben apoyo algunas veces. Entre los locales que manifestaron recibir apoyo algunas veces se encuentran Salto Mirian Mabel, Complejo turístico Cerro Akatí, Granja Francisca y Salto Suizo S.A. Analizando las respuestas dadas en la figura, se destaca la necesidad de que las instituciones encargadas del fortalecimiento del ecoturismo en el país busquen las estrategias suficientes para brindar más apoyo a los locales dedicados al rubro.

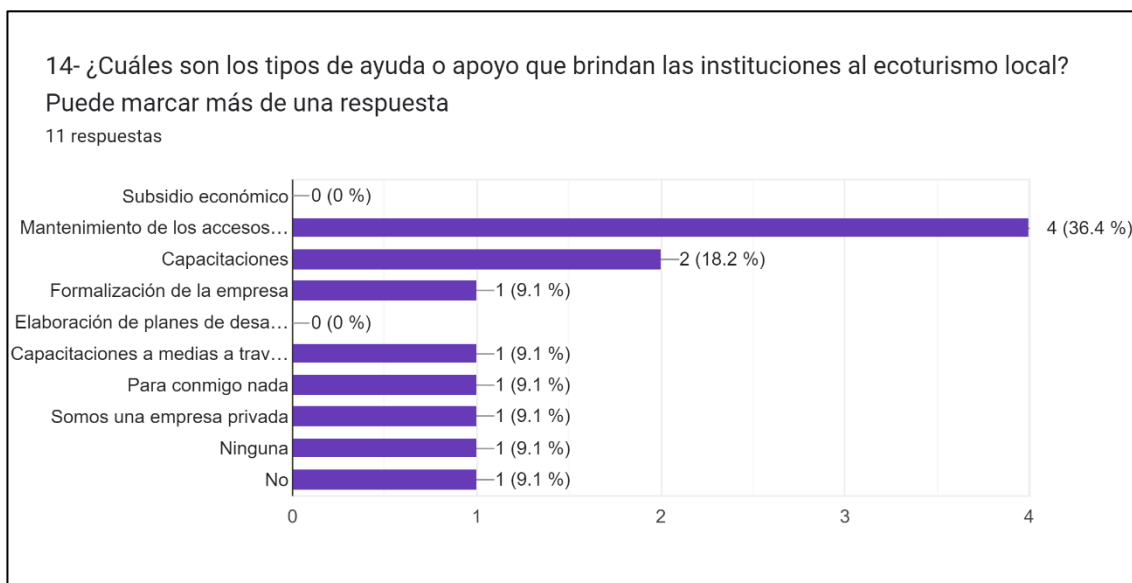
Gráfico 13: Instituciones que más apoyan el ecoturismo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Según la figura, en la cual también las respuestas son abiertas, se puede afirmar que de los 12 locales que respondieron esta consulta, dos grupos representados por 27,3 % cada uno resaltaron que reciben apoyo de la Municipalidad local y la Gobernación departamental respectivamente; 36,4 % recibe apoyo de la SENATUR mientras que, una minoría representada por el 9,1 % manifiesta recibir ayuda de instituciones no gubernamentales. El resto de los encuestados sostienen que reciben muy poco o ningún tipo de apoyo, lo cual genera la necesidad de un mayor fortalecimiento del rubro por parte de las instituciones, sobre todo nacionales, ya que las mismas cuentan con mayores presupuestos para la promoción del turismo en general y, por ende, del ecoturismo.

Gráfico 14: Tipo de apoyo brindado al ecoturismo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Al observar la figura, en la cual la pregunta ha facilitado respuestas abiertas, se puede afirmar que la mayoría de los locales ecoturísticos respondieron que la principal ayuda recibida consiste en mantenimiento de los accesos principales al lugar y las capacitaciones, representando el 36,4% y el 18,2% respectivamente; mientras que dos grupos minoritarios, conformados por el 9,1 % destacaron que reciben como ayuda la formalización de la empresa, y las capacitaciones a medias a través del OPADES; el resto respondieron que no reciben ningún tipo de ayuda, con lo cual, se observa nuevamente la necesidad de un mayor apoyo de las instituciones para un progreso sostenido del sector ecoturístico, tanto en Independencia como en todo el país.

Tabla 10: Estrategias publicitarias

¿Cuenta con estrategias publicitarias para su local?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	11	84,6 %
No	2	15,4 %
Total	13	100 %

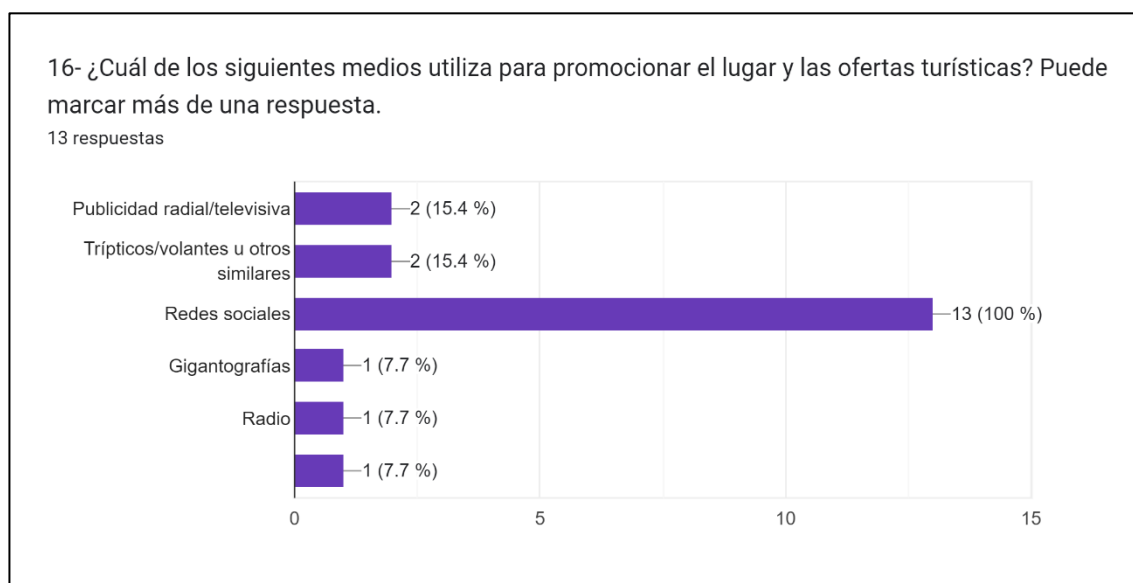
Gráfico 15: Utilización de estrategias publicitarias



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Con esto se puede afirmar que la mayoría de los locales que se dedican al ecoturismo cuentan con estrategias publicitarias, representando el 84,6 %, mientras que, una menor parte conformada por el 15,4 % no cuentan con dichas estrategias. Ante esto, es importante destacar que las estrategias publicitarias ayudan notablemente para que el turista opte por tal o cual lugar, por lo que, es recomendable para aquellos propietarios que no las utilizan, puedan aprovechar las ventajas ofrecidas por las estrategias publicitarias.

Gráfico 16: Medio de promoción utilizados



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

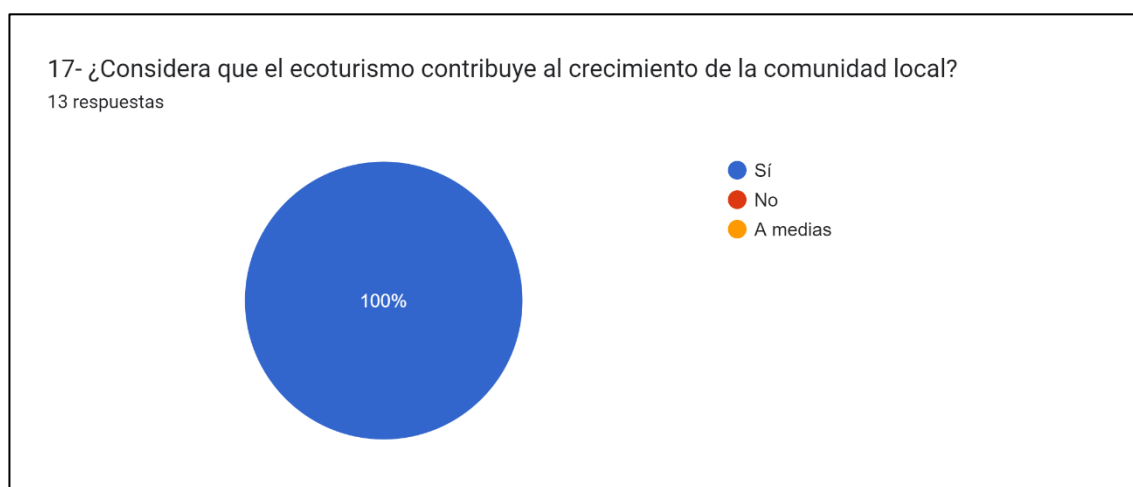
A partir de la figura 16, en la cual se han dado respuestas abiertas, se puede afirmar que el 100 % de los locales ecoturísticos que utilizan estrategias publicitarias lo hacen por medio de las redes sociales; dos grupos representados por el 15,4 % utilizan los medios radiales/televisivos y trípticos/volantes u otros similares respectivamente; así también el restante 7,7 % utiliza la gigantografía, mientras que otros 7,7 % utilizan solo la radio como medio de publicidad. Atendiendo a la importancia que generan las redes sociales como medios publicitarios, se destaca el uso que le dan los responsables de los lugares que ofrecen servicios de ecoturismo con la finalidad de atraer la clientela y mejorar los ingresos a esos sitios.

Tabla 11: Contribución del ecoturismo al desarrollo local

¿Considera que el ecoturismo contribuye al crecimiento de la comunidad local?

Opciones	Frecuencia	%
Sí	13	100 %
No	-	0 %
A medias	-	0 %
Total	8	100 %

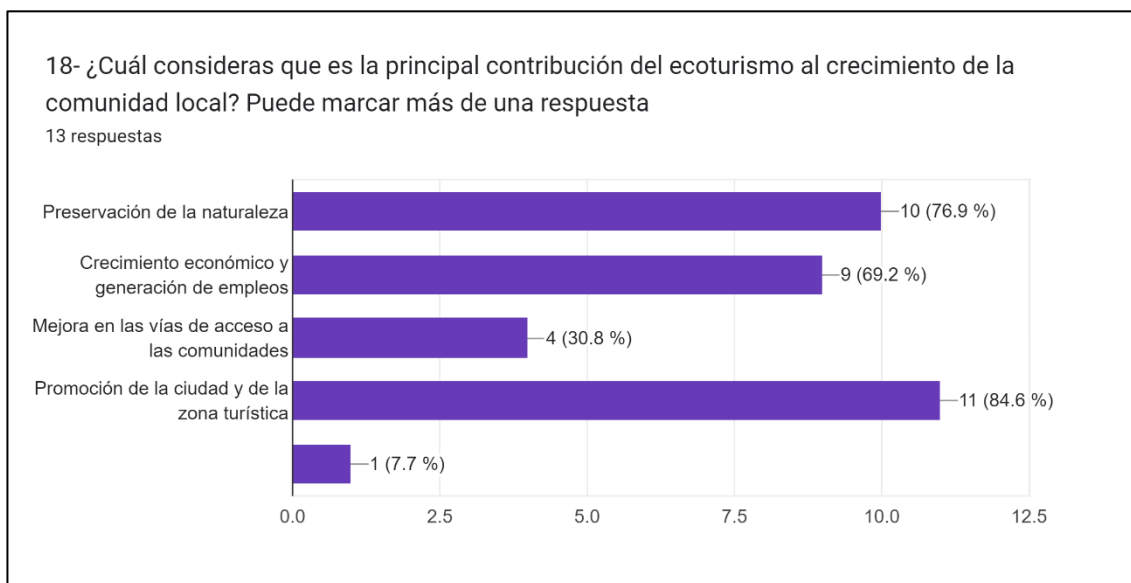
Gráfico 17: Contribución del ecoturismo al desarrollo local



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Según lo que se puede observar en la figura 17, la totalidad de encuestados, es decir el 100 %, están de acuerdo que el ecoturismo contribuye al crecimiento de la comunidad local, con lo cual se destaca la importancia de esta actividad como medio de sustentabilidad para los que se dedican al rubro, así como, según el servicio que ofrezcan y la calidad de los mismos, se puede augurar un rubro sostenible para esas personas.

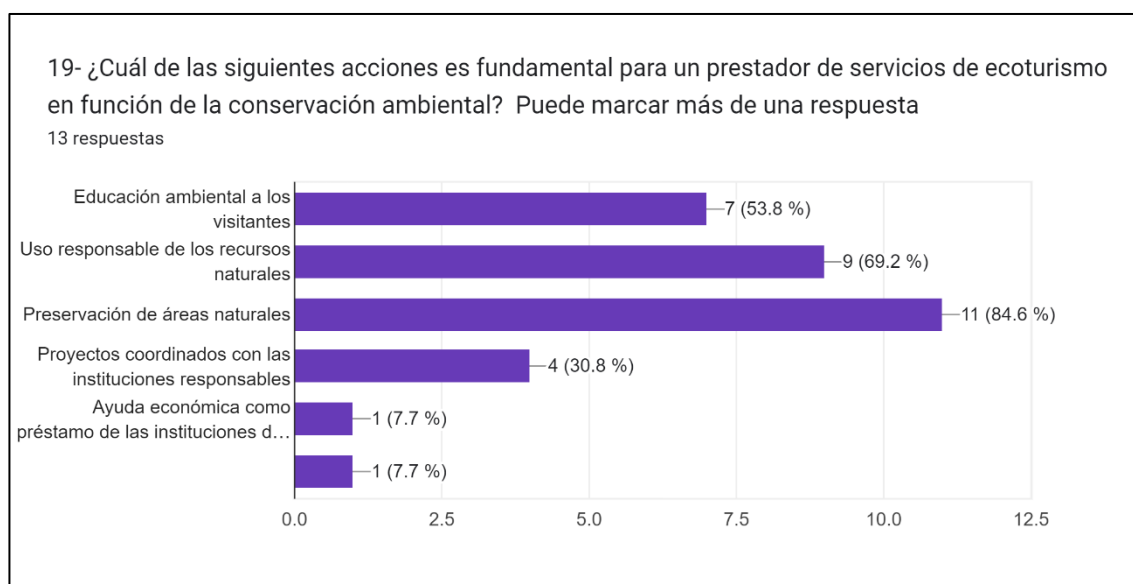
Gráfico 18: Principal contribución del ecoturismo



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la encuesta

Visualizando la figura 18, consulta con respuestas abiertas, se puede afirmar que una gran parte de encuestados, conformado por el 84,6 %, respondieron que la principal contribución del ecoturismo consiste en la promoción de la ciudad y la zona turística; otro grupo importante constituido por el 76,9 % considera que es la preservación de la naturaleza, mientras que según el 69,2 % es el crecimiento económico y generación de empleos; un grupo menor, formado por el 30,8 % considera que radica en las mejoras en vías de acceso a las comunidades. Con estas respuestas, se puede considerar que las contribuciones mencionadas por los encuestados se corresponden con lo leído en la literatura existente al respecto.

Gráfico 19: Acciones de un prestador de servicio ecoturístico para preservar el medio ambiente



Nota: Elaboración propia

De acuerdo al gráfico 19, que ha sido de respuestas abiertas, para la mayoría de los encuestados la principal acción para un prestador de servicios ecoturísticos es la preservación de las áreas naturales, representando el 84,6 %; para el 69,2% constituye el uso responsable de los recursos naturales, en tanto, el 53,8 % expresaron que es la educación ambiental a los visitantes y, según un grupo minoritario, formado por el 30,8 % radica en los proyectos coordinados con las instituciones responsables del área; para otro grupo, formado por 7,7 % la principal acción sería la ayuda económica que puede recibir de las instituciones del estado para poder seguir trabajando y creciendo. Con esto se puede notar el compromiso hacia la preservación y uso responsable de los recursos naturales, así como la necesidad de informar a sus visitantes. El enfoque de los servicios ofrecidos se orienta fundamentalmente al turismo sustentable.

CAPITULO V – CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES

Como se ha podido observar a lo largo del desarrollo del marco teórico, el ecoturismo representa una importante fuente de crecimiento y desarrollo local, por lo cual necesita del fortalecimiento y apoyo de las instituciones locales, departamentales y/o nacionales; asimismo, los propietarios, con buenas estrategias publicitarias como también la calidad en los servicios puede cooperar para un desarrollo sostenible del rubro ecoturístico.

Con el trabajo de investigación llevado a cabo bajo el título de “Factores que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia, Departamento de Guairá, Paraguay, en el año 2023”, en base a los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de recolección de datos, se pudo responder a los objetivos de investigación de la siguiente manera:

Con relación a la composición de la oferta ecoturística de Independencia puede mencionarse que entre los principales resaltan las áreas naturales de camping, senderos, arroyos y cabañas; en menor proporción también cuenta con mirador en un cerro, tirolesa, cascadas y las piscinas, siendo un total de 13 empresas las que ofrecen servicios de ecoturismo en Independencia.

Por otro lado, respecto a la manera en que las instituciones apoyan el ecoturismo en la zona, los propietarios de los locales respondieron que la principal ayuda que reciben consiste en el mantenimiento de los accesos a los lugares turísticos como también las capacitaciones y en menor grado la formalización de la empresa; cabe resaltar en este punto que, según los propietarios, las instituciones que más ayuda brindan son la SENATUR, la Municipalidad local y la Gobernación departamental. Sin embargo, la mayoría de los encuestados han respondido que no reciben ayuda de las instituciones pertinentes.

En cuanto a las condiciones de infraestructura que posee el distrito de Independencia con relación al servicio ecoturístico se puede mencionar que la mayoría considera como suficientes las condiciones propias del sitio para los visitantes, destacándose que los caminos de acceso, en su mayoría, gracias al

buen estado y las ayudas brindadas por las instituciones encargadas para el mejoramiento de esos trayectos, facilitan el acceso para cualquier tipo de vehículo, lo que fomenta el ecoturismo en la zona.

En cuanto a las condiciones de alojamiento se consideran suficientes y cómodos para los visitantes; en este aspecto también se puede resaltar que el tiempo promedio de alojamiento de los turistas es de 1 – 2 días.

Respecto a la manera en que se promueve el ecoturismo desde las empresas, se puede mencionar que 11 de los 13 lugares cuentan con estrategias publicitarias, resaltando que predomina el uso de las redes sociales y, en menor proporción se utilizan las gigantografías, publicidad radial/televisiva y los trípticos/volantes u otros similares.

Con relación al objetivo general, los factores determinantes que impulsan el crecimiento del ecoturismo en el distrito de Independencia constituyen los atractivos presentados por los propietarios de los lugares ecoturísticos como también la comodidad de los alojamientos y las estrategias publicitarias utilizadas; también es un factor influyente, la ayuda ofrecida por algunas instituciones gubernamentales a las organizaciones para mejorar los servicios ofrecidos; como el hecho de que ayuden al mantenimiento y mejoramiento de los accesos, servicio de transporte, comunicación, restauración y otros servicios auxiliares, como subsistemas capaces de atraer turistas y satisfacer aquellas necesidades, sean permanente o temporales. También es importante, en este aspecto, que los propietarios han tomado conciencia de la importancia de los servicios turísticos sostenibles y, sobre todo, sustentables.

En cuanto a limitaciones al momento de la realización del trabajo, específicamente en lo que refiere a recolección de datos, la falta de respuesta de todos los propietarios en algunas preguntas formuladas, ha sido la principal. Así también, hubo con quienes no se pudo contactar; entre los que no respondieron resaltan Sport Camping, Posada George, Quinta El Abuelo, Urutau Ecoturismo y Rancho Don Juan; sin contacto fueron Salto y Mirador Don Alberto, Salto Pa'i, Pozo Hondo y Cerro Amor mientras que fue cerrado de manera permanente Campamento Cerro León.

5.2. RECOMENDACIONES Y APERTURA A FUTURAS INVESTIGACIONES

A los propietarios de los lugares turísticos

- Crear una red de propietarios para facilitar el trabajo en equipo y para un mayor fortalecimiento del sector en la zona.
- Utilizar en mayor medida las estrategias comunicativas para una mayor difusión de los servicios brindados.
- Promover, con las instituciones encargadas del rubro, capacitaciones constantes para poder brindar cada vez más mejores servicios.

A las autoridades

- Brindar un mayor apoyo a los lugares ecoturísticos de las zonas de tal manera que los mismos puedan ser fortalecidos y disfruten de una sostenibilidad en el ofrecimiento de los servicios.

A futuras investigaciones

- Realizar un estudio comparativo con sectores ecoturísticos de otras zonas o departamentos.

BIBLIOGRAFÍA

- Altamira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 677-710. <https://doi.org/ISSN: 1133-3677>
- Amato, C. (2019). Revisión Bibliográfica sobre sustentabilidad y ética organizacional: actores relevantes. *Ciencias Administrativas*(13), 55-67. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.24215/23143738e036>
- Andrés, J., & Encabo, M. (2008). Concepto de Área Natural Turística como aporte teórico para la planificación sustentable del Turismo. *El Periplo Sustentable*(13), 91-111. <https://doi.org/E-ISSN: 1870-9036>
- Arce Prado, K., & Ñaupary, M. (2019). *El sector turismo como factor de desarrollo en la Región Pasco 2010-2018 (Tesis de Grado)*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. <https://doi.org/http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/1644>
- Borbor, P. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2014" (Tesis de Licenciatura)*. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://doi.org/https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/handle/46000/1756>
- Candias, K., Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe: causa o consecuencia? *Economía Coyuntural*, 5(3), 87-123. <https://doi.org/ISSN 2415-0630>
- Capanegra, A. (2008). Desarrollo turístico y estrategias de reproducción social. *Aportes y Transferencias*, 2(12), 45-63. <https://doi.org/http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>
- Cárdenas, P. (2012). *El turismo como instrumento de desarrollo económico. Un análisis de los factores determinantes (Tesis Doctoral)*. Universidad de Jaén. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. <https://doi.org/ISBN 978-84-8439-663-5>
- Castaño, J. (2005). *Psicología Social de los Viajes y del Turismo*. Editorial Thomson. <https://doi.org/ISBN 84-9732-398-X>
- Centurión, J. (2021). *Valoración del turismo urbano con vínculo social y criterios de sustentabilidad en Asunción, Barrio San Jerónimo (Tesis de Posgrado)*. Universidad Americana. https://doi.org/https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/Tesis-Johana_Centurion.pdf
- Cortes, D. (2019). CESUMA. <https://www.cesuma.mx/blog/quien-es-un-turista-y-cuales-son-sus-motivaciones.html#:~:text=Se%20adopt%C3%B3%20la%20siguiente%2>

Odefinici%C3%B3n,de%20negocios%20y%20de%20placer.

- Cortés, H., & Peña, J. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(78), 40-54. <https://doi.org/ISSN: 0120-8160>
- Courtois, A., Cuningham, Y., Fournier, L., & Lavorel, A. (2021). *Estudio de los factores críticos para la reactivación del ecoturismo en el contexto de la Covid-19 en Costa Rica*. esan Graduate School of Business. <https://doi.org/https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/2644>
- De la Torre, M. (2015). Espacio público y colectivo social. *Nova Scientia. Revista de Investigación de la Universidad De la Salle*, 7(14), 495-510. <https://doi.org/ISSN 2007 - 0705>
- Decoud, J. (2022). Caracterización de la Reserva de Recursos Manejados Ybytyruzú a través de SIG: Teledetección y trabajo de campo: La alternativa del turismo sostenible. *Revista Internacional de Sostenibilidad*, 4(2), 123-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.18848/2642-2719/CGP/v04i02/123-151>
- Decoud, J., van Humbeeck, A., Ramírez, F., & Cubilla, E. (2022). Efectividad del régimen de servicios ambientales en la reserva de recursos manejados Ybytyruzú. *Ciencia Latina. Revista Multidisciplinar*, 6(3), 1770-1804. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2332
- Duterme, B. (julio de 2006). *CETRI*. Expansión del turismo internacional: ganadores y perdedores: <https://www.cetri.be/Expansion-del-turismo?lang=fr>
- Freitas, M., & Sevilha, M. (2017). Factores de atractividad turística percibida. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26, 509-530. <https://doi.org/http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v26n3/v26n3a01.pdf>
- García, C. (2013). *Turismo, Derechos Humanos y Poblaciones Indígenas (Tesis Doctoral)*. Universidad Rey Juan Carlos. <https://doi.org/https://www.corteidh.or.cr/tablas/r38075.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. <https://doi.org/ISBN: 978-1-4562-6096-5>
- Herrero, A. (22 de 03 de 2018). *Titular.com*. <https://www.titular.com/blog/las-estrategias-genericas-de-michael-porter-plan-de-marketing>
- Ibáñez, C. (11 de abril de 2013). *Prezi*. Ecoturismo: concepto y evolución: <https://prezi.com/aosevikdifpj/ecoturismo-concepto-y-evolucion/#:~:text=Ecoturismo%20es%20un%20concepto%20que,mutuo%20inter%C3%A9s%20en%20dirigir%20su>

- Illescas, T. (2017). *La actividad turística y el crecimiento económico del Ecuador*. Universidad Técnica de Ambato. <https://doi.org/https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25399>
- Jiménez, L. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional (Segunda edición)*. ECOE EDICIONES. <https://doi.org/ISBN 978-958-648-998-0>
- Ley 1264 Orgánica Municipal. (1987). *Biblioteca y Archivo Central del Congreso de la Nación*. <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/2425/ley-n-1294-organica-municipal>
- MADES. (04 de octubre de 2023). *Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible*. <https://www.mades.gov.py/>
- Mantero, J. (2013). Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable. *Pasos*, 11(1), 217-227. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.015>
- Méndez Álvarez, C. (2009). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. 4a. Edición*. Editorial Limusa. <https://doi.org/ISBN: 9789589666982>
- Molina, J. (2014). *Relación entre el turismo y el crecimiento económico en España. La economía del flamenco (Tesis Doctoral)*. Universidad de Sevilla. <https://doi.org/https://idus.us.es/handle/11441/57919>
- Montiel, S. (3 de julio de 2019). *Agencia de Información Paraguaya*. . <https://www.ip.gov.py/ip/ministra-presento-avances-realizados-para-fortalecer-el-turismo-nacional/#:~:text=%20El%20crecimiento%20del%20turismo%20interno,el%20pa%C3%ADs%20inform%C3%B3%20la%20mi>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. <https://doi.org/ISSN: 1317-8822>
- Olmos, M., & González, W. (2013). El valor de la sustentabilidad. *Ciencia y Agricultura*, 10(1), 91-100. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/5600/560058656009.pdf>
- Orgaz, F., & Cañero, P. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: un estudio de caso en república dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1), 47-76. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/870/87038991004.pdf>
- Peña, M. (2010). *El ecoturismo como desarrollo sustentable. El parque del Borbollon, Temascalcingo, Estado de México (Tesis de Maestría)*. Instituto Politécnico Nacional. <https://doi.org/https://tesis.ipn.mx/handle/123456789/6852>

- Ricalde, C. (2020). *Factores que influyen en la actividad turística y su relación con el desarrollo turístico de la localidad de Huarochirí, en el periodo 2019 (Tesis de Maestría)*. Repositorio Académico USMP. https://doi.org/https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7531/RICALDE_CC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ríos, M., & Rodríguez, A. (2018). *Experiencias de ecoturismo en Latinoamérica un cambio hacia la sostenibilidad (Trabajo de Grado)*. Universidad Santo Tomás. <https://doi.org/https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17443/2019mariarios.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Rosales, B. (2021). *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2008 (Tesis de Maestría)*. Flacso Ecuador. <https://doi.org/https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/17690>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2019). *Microeconomía*. McGraw-Hill (Edición 19). <https://doi.org/ISBN-13 : 978-1456272210>
- Sánchez, J., & Montoya, G. (2012). Ecoturismo y reapropiación social de recursos naturales entre los tseltales de El Corralito, Oxchuc, Chiapas. *El Periplo Sustentable*(22), 71-102. <https://doi.org/ISSN: 1870-9036>
- Sancho Pérez, A. (1997). *Crecimiento y Desarrollo turístico sostenible*. <https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a3/03-082fjj.PDF>
- Schmidt, E., & Cabral, A. (2018). Turismo receptivo en el Paraguay: una reseña de su aporte a la economía durante el periodo 2003-2017. *Turismo & Sociedades*, 11(3), 453-471. <https://doi.org/ISSN: 1983-5442>
- Socatelli, P. (2013). La comercialización de servicios - Productos y destinos turísticos sostenibles. En *Mercado aplicado al Turismo* (pág. 1). Intermark.

ANEXOS

A. Instrumento de recolección de datos

Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas

Carrera de Economía

**Encuesta dirigida a los propietarios o encargados de los lugares
turísticos de Independencia**

Estimado/a Señor/a

Somos estudiantes de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción – Campus Guairá. Estamos realizando una investigación para conocer sobre los factores que impulsan el desarrollo ecoturístico en la localidad de Independencia.

Será de mucha utilidad que nos pueda ayudar completando la siguiente encuesta en base a su experiencia en el ámbito del ecoturismo. Toda la información proporcionada será confidencial y de exclusivo uso académico.

Por favor, seleccione la opción de respuesta que más se ajuste a su realidad.

Agradecemos su participación

- 1- ¿Hace cuántos años se dedica a las actividades de explotación ecoturística?
 - a- Menos de 5 años
 - b- 5 – 10 años
 - c- Más de 10 años

- 2- ¿Cuál considera que es el mes de temporada alta?

- 3- ¿Cuál es el tiempo promedio de permanencia de los visitantes?
 - a- 1 – 2 días

- b- 3 – 4 días
- c- 5 o más días

4- ¿Cuál es el tipo de clientes que más acude al lugar? Puede marcar más de una respuesta

- a- Estudiantes
- b- Turistas individuales
- c- Profesionales
- d- Comerciantes
- e- Turistas de agencias de viajes
- f- Otros (especificar).....

5- ¿Cuál es el atractivo visible que tiene el lugar para los turistas? Puede marcar más de una respuesta

- a- Río
- b- Arroyo
- c- Referencias históricas
- d- Cabañas
- e- Áreas naturales de camping
- f- Tirolesa
- g- Sendero
- h- Otros (especificar).....

6- ¿Ofrecen paseos especiales para los alojados?

- a- Sí
- b- No

7- En el caso que la respuesta anterior sea afirmativa, ¿Cuentan con guías turísticas que acompañan?

- a- Sí
- b- No

8- ¿Considera que las condiciones de infraestructura del lugar resultan suficiente para los visitantes?

- a- Sí
- b- No
- c- A medias

9- El tipo de camino para acceso al lugar corresponde a

- a- Asfalto
- b- Empedrado
- c- Camino de tierra

10- ¿El camino de acceso al lugar facilita la llegada en vehículos de todo tipo?

- a- Sí
- b- No

11- ¿El lugar turístico cuenta con alojamiento suficiente y cómodo para los turistas?

- a- Sí
- b- No
- c- A medias

12- ¿El lugar recibe apoyo de las instituciones locales, departamentales y/o nacionales?

- a- Sí
- b- No
- c- A veces

13- ¿Cuál es la institución que más apoyo brinda a las actividades ecoturísticas? Puede marcar más de una respuesta

- a- Municipalidad local
- b- Gobernación departamental

- c- MADES
- d- SENATUR
- e- Otra (especificar)

14- ¿Cuáles son los tipos de ayuda o apoyo que brindan las instituciones al ecoturismo local? Puede marcar más de una respuesta

- a- Subsidio económico
- b- Mantenimiento de los accesos principales al lugar
- c- Capacitaciones
- d- Formalización de la empresa
- e- Elaboración de planes de desarrollo sostenible
- f- Otro (especificar).....

15- ¿Cuenta con estrategias publicitarias para su local?

- a- Sí
- b- No

16- ¿Cuál de los siguientes medios utiliza para promocionar el lugar y las ofertas turísticas? Puede marcar más de una respuesta

- a- Publicidad radial/televisiva
- b- Trípticos/volantes u otros similares
- c- Redes sociales
- d- Gigantografías
- e- Otros (especificar).....

17- ¿Considera que el ecoturismo contribuye al crecimiento de la comunidad local?

- a- Sí
- b- No
- c- A medias

18- ¿Cuál consideras que es la principal contribución del ecoturismo al crecimiento de la comunidad local? Puede marcar más de un respuesta

- a- Preservación de la naturaleza
- b- Crecimiento económico y generación de empleos
- c- Mejora en las vías de acceso a las comunidades
- d- Promoción de la ciudad y de la zona turística
- e- Otro (especificar).....

19- ¿Cuál de las siguientes acciones es fundamental para un prestador de servicios de ecoturismo en función de la conservación ambiental? Puede marcar más de una respuesta

- a- Educación ambiental a los visitantes
- b- Uso responsable de los recursos naturales
- c- Preservación de áreas naturales
- d- Proyectos coordinados con las instituciones responsables
- e- otras

B. Lista de lugares turísticos de Independencia abordados en el trabajo

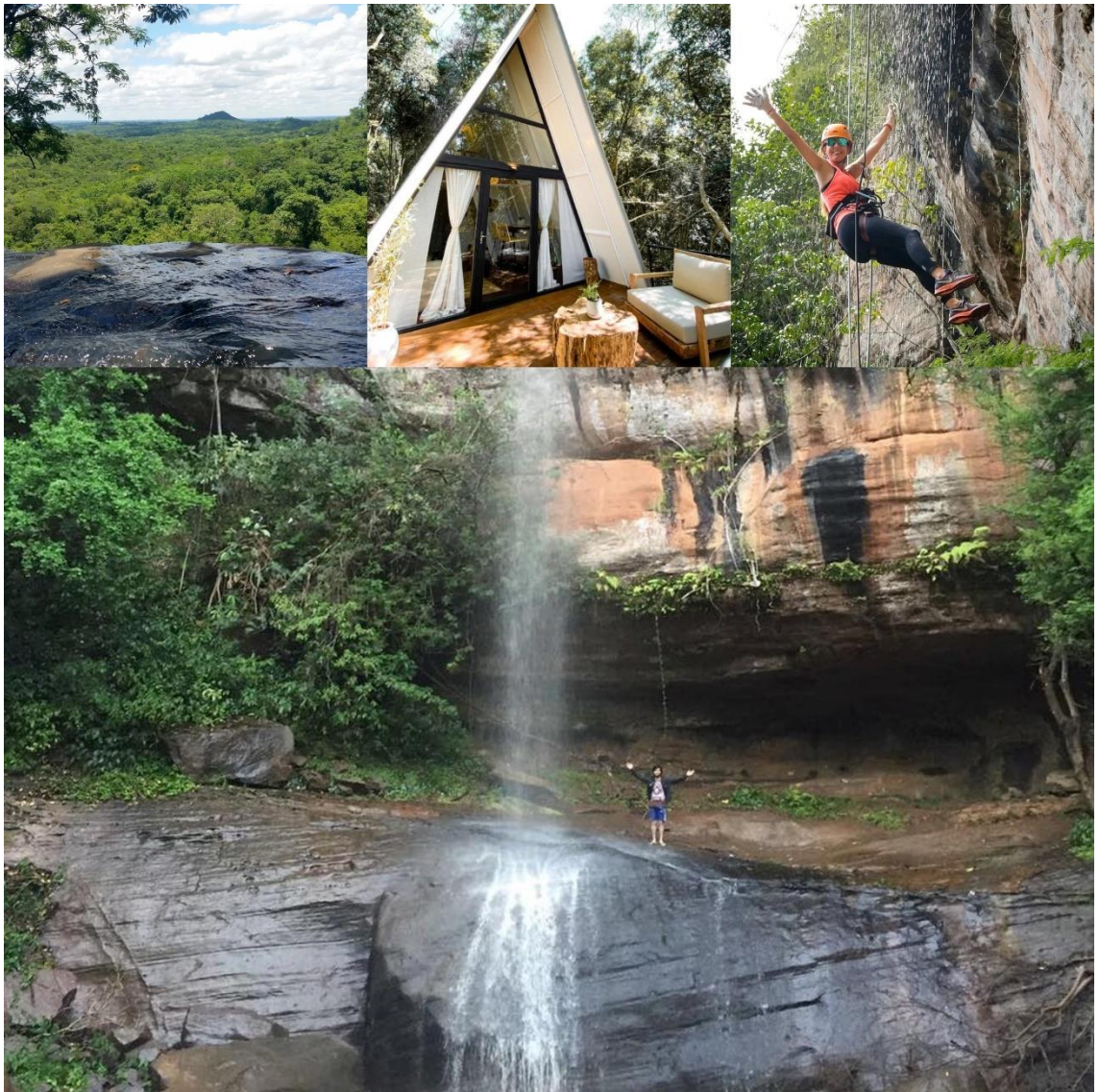
- Salto Mirian Mabel
- Complejo turístico Cerro Akatĩ
- Camping Tacuara
- Complejo turístico Cerro Perõ
- Kuarahy'ãme
- Granja Francisca
- Salto Suizo
- Castillo Echaury
- Mainumby Resort Hotel
- Camping Balneario Yvytyruzú
- Balneario 8 de Diciembre
- Vista Alegre
- La Gloria

C. Fotografías de algunos lugares que ofrecen servicios de ecoturismo

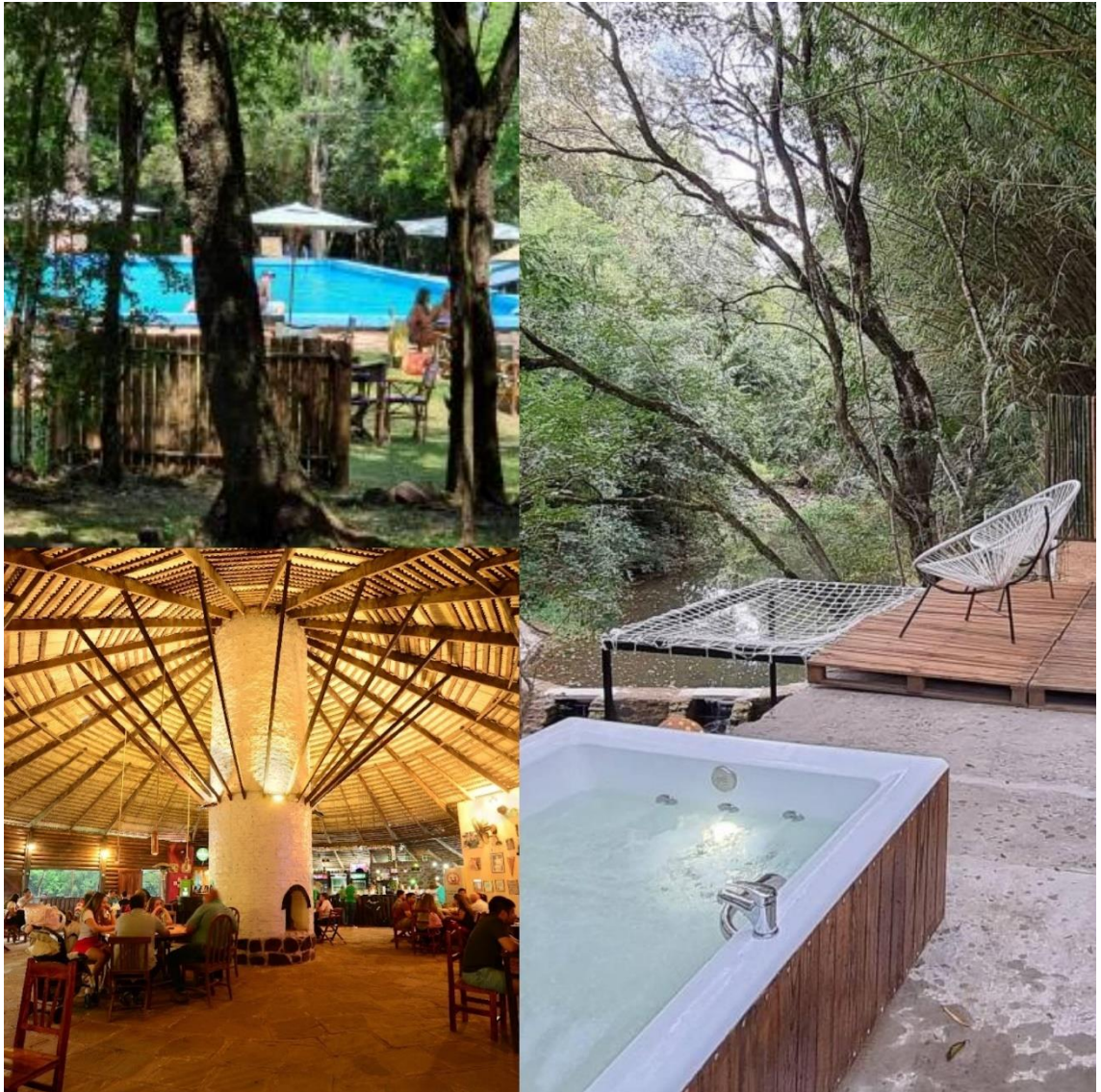
Castillo Echauri



Salto Suizo



Camping Tacuara



Mainumby Resort



Vista Alegre Natural Resort



Mirador del Cerro Acati

