



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EFFECTO DE LA PREOCUPACIÓN AMBIENTAL EN LA
INTENCIÓN DE COMPRA DE LOS POTENCIALES
CONSUMIDORES DE ECOLOGE EN EL SECTOR “A” DE LIMA
METROPOLITANA**

**PRESENTADA POR
LESLIE YOCELYN ALVARIÑO AGUILAR
AYME YESENIA TAPIA LÓPEZ**

**ASESOR
RAFAEL MAURICIO RAMÍREZ ARROYO**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

La autora sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EFFECTO DE LA PREOCUPACIÓN AMBIENTAL EN LA INTENCIÓN
DE COMPRA DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES DE
ECOLOGGE EN EL SECTOR “A” DE LIMA METROPOLITANA**

**TESIS PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:
ALVARIÑO AGUILAR LESLIE YOCELYN
TAPIA LOPEZ AYME YESENIA.**

**ASESOR:
DR. RAFAEL MAURICIO RAMÍREZ ARROYO**

LIMA, PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis en primer lugar a Dios, quien nos da vida y nos acompaña siempre, quien permitió que logremos todas nuestras metas. A nuestros padres quienes nos dieron la vida, educación, apoyo y consejos, los cuales nos acompañan en todo momento. La familia por el apoyo incondicional. A nuestros maestros y asesores, quienes sin su ayuda no sería realidad esta tesis.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios, quien permite que podamos lograr nuestras metas y objetivos, quien guía nuestro camino paso a paso; a nuestros padres, por todo el apoyo brindado durante estos años, los cuales constantemente nos motivaban a seguir adelante, porque a pesar de todos los momentos difíciles fueron las personas que siempre estuvieron a nuestro lado apoyándonos; a nuestro asesor por el apoyo brindado durante todo el proceso de realizar la tesis y a nuestros profesores que nos han transmitido sus conocimientos durante nuestra vida universitaria y que siempre han estado prestos a ayudarnos y absolver cualquier duda.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
1. Descripción de la realidad problemática	1
2. Formulación del problema	2
3. Objetivos de la investigación	5
4. Hipótesis de la investigación	6
5. Justificación de la investigación	7
5.1. Importancia de la investigación	7
5.2. Viabilidad de la investigación	7
6. Limitaciones del estudio	7
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	8
1.1 Antecedentes de la investigación	8
1.2 Definición de términos básicos	12
1.2.1 Turismo	12
1.2.2 Ecoturismo	12
1.2.3 Bionegocios	13
1.2.4 Ambiente	13
1.2.5 Consumidor	13
1.2.6 Consumidores Verdes	14
1.2.7 Ecolodge	14
1.2.8 Hotel	14
1.2.9 Green Leaders	14

1.2.10	Tripadvisor	15
1.3	Bases teóricas	15
1.3.1	Bionegocios	15
1.3.1.1	Criterios del biocomercio	15
1.3.1.2	Categorías de los Bionegocios en el Perú	16
1.3.1.3	Turismo	17
1.3.1.4	Tipos de Turismo	18
1.3.1.4.1	Servicios que ofrece el Turismo Sostenible	20
1.3.1.4.2	Ecoturismo	20
1.3.1.4.2.1	Principios Básicos del Ecoturismo	21
1.3.1.4.2.2	Casos exitosos de Ecoturismo en el Perú	21
1.3.1.4.3	Ecoturista	22
1.3.2	Establecimientos de hospedaje	24
1.3.2.1	Clasificación y Categorización de hoteles	26
1.3.3	Ecolodge	31
1.3.3.1	Requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodges	35
1.3.4	Disponibilidad a pagar	40
1.3.4.1	Método de valoración contingente (MVC)	40
1.3.5	Preocupación Ambiental	41
1.3.6	La Teoría de la Acción Razonada	42
1.3.6.1	Creencias	45
1.3.6.2	Actitudes	46
1.3.6.2.1	Actitudes para la elección de hoteles ecológicos	47
1.3.6.3	Normas Subjetivas	47
1.3.6.3.1	Tipos de Normas Subjetivas	48

1.3.6.3.2 Factores que conforman las Normas Subjetivas	48
1.3.6.4 Conducta	48
1.3.6.4.1 Control Conductual	49
1.3.6.4.1.1 Causas próximas de la conducta	49
1.3.6.5 Obligación moral percibida	50
1.3.6.5.1 Características de la Obligación Moral	50
1.3.6.6 Intención	50
1.3.6.6.1 La Intención de Compra	50
1.3.6.7 El precio	51
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	54
2.1. Formulación de hipótesis principales y específicas	54
2.2. Variables y definición operacional	54
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	56
2.1. Diseño metodológico	56
2.2. Diseño muestral	56
2.2.1. Potenciales consumidores	56
2.2.2. Clasificación de Clientes Potenciales	56
2.2.3. Características de Clientes Potenciales	57
2.2.4. Consumidores potenciales de Ecolodge	57
2.3. Técnicas de recolección de datos	62
2.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	63
2.5. Aspectos éticos	64
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	65
3.1. Resultados de la investigación	65
3.1.1. Descripción de la muestra	65

3.1.2. . Fiabilidad y Validez	66
3.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.	67
3.1.3.1. La intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	67
3.1.3.2. La influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	
71	
3.1.3.3. La influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	
82	
3.1.3.4. La disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	85
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	94
4.1. Discusión de resultados	94
4.1.1. Los resultados indican que la intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva	94
4.1.2. Los resultados indican que la influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva.	94
4.1.3. Los resultados indican que la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva.	95

4.1.4. Los resultados indican que la disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana influye en la decisión para alojarse en un Ecolodge.	96
4.2. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis	97
4.2.1. Contrastación de Hipótesis	97
4.2.1.1. Hipótesis específicas	97
4.2.1.2. Hipótesis principal	98
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	100
FUENTES DE INFORMACIÓN	101
LIBRO IMPRESO	101
LIBRO ELECTRÓNICO	102
TESIS	103
TESIS ELECTRÓNICAS	103
LEY	103
PÁGINA WEB	103
PERIÓDICO O DIARIO	107
DIPOSITIVA	108
ANEXO 1: Matriz de consistencia	109
ANEXO 2: Matriz de Operacionalización de variables	114
ANEXO 3: Instrumento de recopilación de datos	120
ANEXO 4: Construcción de Variables e Ítems	124
ANEXO 5: Validación Juicio de Expertos	128
ANEXO 6: Álbum Fotográfico	146

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Crecimiento de Demanda de Ecolodge en el Perú	4
Tabla 2. Ecolodge en Perú	9
Tabla 3. Criterios de Comercio	15
Tabla 4. Categorías de Hoteles	24
Tabla 5. Clasificación y categorización de Hoteles	27
Tabla 6. Servicios de los Ecolodge y Hoteles en Perú	31
Tabla 7. Lista de Precios de Ecolodge y Hoteles en Perú	34
Tabla 8 Requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodge	37
Tabla 9. Cuadro de Precios de los Ecolodge y Hoteles del Perú	52
Tabla 10. Cuadro del Ingreso Per Cápita de la Población y Manzanas de los distritos de San Isidro, Miraflores y San Borja	60
Tabla 11. Descripción de la muestra	65
Tabla 12. Fiabilidad de escalas: Análisis de consistencia interna	66
Tabla 13. Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.	67
Tabla 14. He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.	67
Tabla 15. Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional.	68
Tabla 16. Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo	71
Tabla 17. Creo que el hombre abusa del ambiente.	71
Tabla 18. Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.	71

Tabla 19. Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de altera	72
Tabla 20. Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.	72
Tabla 21. Pienso que los problemas ambientales son importantes.	72
Tabla 22. Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados	73
Tabla 23. Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.	73
Tabla 24. Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.	82
Tabla 25. Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.	82
Tabla 26. Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente	82
Tabla 27. Estoy dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge	85
Tabla 28. Estoy dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge	86
Tabla 29. Estoy dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge	86
Tabla 30. Estoy dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge	86
Tabla 31. Estoy dispuesto a pagar hasta S/700 por noche para hospedarse en un Ecolodge	87

Tabla 32. Estoy dispuesto a pagar hasta S/1000 por noche para hospedarse en un
hospedarse en un Ecolodge

87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. La economía en el cambio climático en el Perú: Impactos en el Sector Turismo (Promperú, 2016)	18
Figura 2. Tipos de Turismo (Elementos del turismo,2010)	19
Figura 3. Factores implicados en la preocupación ambiental (Gonzáles, 2000)	42
Figura 4. La teoría de la acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes (Reyes. L, 2007)	43
Figura 5. Distrito de San Isidro a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar	59
Figura 6. Distrito de Miraflores a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar	59
Figura 7. Distritos de San Borja Plano Estratificado a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar	60
Figura 8. Distribución de los encuestados por sexo (2018)	66
Figura 9. Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo. (2018)	68
Figura 10. He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo (2018)	69
Figura 11. Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. (2018)	70
Figura 12. Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo. (2018)	74
Figura 13. Creo que el hombre abusa del ambiente. (2018)	75
Figura 14. Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas. (2018)	76

Figura 15. Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar. (2018)	77
Figura 16. Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir. (2018)	78
Figura 17. Pienso que los problemas ambientales son importantes. (2018)	79
Figura 18. Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados. (2018)	80
Figura 19. Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente. (2018)	81
Figura 20. Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales. (2018)	83
Figura 21. Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente. (2018)	84
Figura 22. Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente. (2018)	85
Figura 23. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.200.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)	88
Figura 24. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.300.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)	89
Figura 25. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.400.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)	90
Figura 26. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.500.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)	91
Figura 27. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.700.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)	92

Figura 28. Estoy dispuesto a pagar hasta S/.1000.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)

93

RESUMEN

Los últimos años, el cuidado del ambiente y la gestión ambiental han sido un motivo de preocupación para los gobiernos, las naciones y también para muchas empresas, debido a que el mal uso de recursos ha ido mermando la sostenibilidad del ambiente. Ante esta problemática y nuevo interés en cuidar y proteger el ambiente, nacen muchas empresas como alternativa de solución enfocados a esta nueva tendencia; dentro de ellos los hoteles ecológicos. Por ese motivo, el objetivo de esta tesis es determinar el efecto de la preocupación ambiental en la intención de compra de los potenciales consumidores de hoteles ecológicos en Lima metropolitana. Para poder lograr el objetivo antes mencionado, se utilizó como base de esta tesis el método descriptivo simple, el cual se ha establecido en una encuesta aplicando la escala de Likert, para poder obtener y recabar la información necesaria para la investigación. Este instrumento de recolección de datos nos permitió abarcar y determinar la intención de compra, la tendencia y la inclinación por los hoteles ecológicos, y el efecto e importancia que tiene la preocupación ambiental para la elección de estos hoteles por encima de otros. La muestra a la que se aplicó el cuestionario fueron personas de Lima metropolitana, que sean cabezas de familia. Como resultado se ha identificado la presencia de la preocupación ambiental y que ésta tiene un efecto positivo en la intención de compra de los potenciales consumidores de hoteles ecológicos en Lima metropolitana, sin embargo, aún se evidencia carencia de conciencia ambiental, debido a que las personas están preocupadas, pero cuando el precio es sobre el promedio de lo esperado deciden por optar por un hospedaje normal. Por ello se concluye que existe un efecto positivo de la preocupación ambiental sobre los factores establecidos en la presente investigación para elegir hoteles ecológicos.

ABSTRACT

The last years, the care of the environment, have been a preoccupation for governments and many companies, because the misuse of resources has been undermining the sustainability of the environment. Faced with this problem and new interest in care and protect the environment, many companies and business born focused on this new tendency; Ecological hotels are born like an alternative of solution for environmental problems, as well as an innovative way of connecting with nature. For this reason, the objective of this thesis is to determine the effect of environmental concern on the purchase intention of potential consumers of ecological hotels in Metropolitan Lima. In order to achieve the aforementioned objective, we used as the basis of this thesis the simple descriptive method or, which we have established in a survey using the Likert scale, in order to obtain and gather the necessary information for this research. This instrument of data collection allowed us to cover and determine the purchase intention, the tendency and the inclination for the ecological hotels, and the effect and importance that the environmental concern has for the election of these hotels over others. The sample to which the questionnaire was applied were people from Metropolitan Lima, who are heads of families. As a result, the presence of the environmental concern has been identified and this has a positive effect on the purchase intention of the potential consumers of ecological hotels in Metropolitan Lima, however there is still evidence of lack of environmental awareness, due to the fact that people are They are worried but when the price is above average, they decide to opt for a normal stay. Therefore, it is concluded that there is a positive effect of environmental concern on the factors established in this research to choose green hotels, in addition it was obtained that the sample was mostly made up of the male audience.

INTRODUCCIÓN

1. Descripción de la realidad problemática

La preocupación ambiental es un tema importante para la sociedad. En el presente trabajo de investigación se pone en evidencia el valor que se le da a la problemática ambiental, puesto que lo que se quiere es estudiar a profundidad la disposición por parte de los potenciales consumidores en alojarse en los hoteles ecológicos.

El presente estudio está enfocado en la población perteneciente al Sector "A" de Lima metropolitana, ya que ellos son quienes cuentan con mayor poder adquisitivo para optar por hospedarse en un Ecolodge

A nivel nacional, la preocupación ambiental también es importante. Según Bravo (2013) se percibe, que en la última década se ha promovido ideas que abarquen temas ambientales, logrando que aumente de manera significativa el compromiso por el cuidado de los paisajes, recursos naturales y ecosistemas. En otras fuentes periodísticas tales como Perú 21, según Meléndez (s/f), los peruanos muestran disposición favorable para el cuidado del ambiente, los cuales lo manifiestan mediante la práctica de costumbres tales como, ahorro de agua y consumo de luz, demostrando así que se logre llegar a calar en la sensibilidad humana sobre el cuidado del ambiente.

Producto de lo mencionado anteriormente muchas empresas de distintos rubros han ido expandiendo sus negocios hacia una corriente más "sostenible" y amigable con el ambiente. Un claro ejemplo de ello son los Ecolodge en el sector hotelero, quienes han ido desarrollando servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores, pero con conciencia y preocupación ambiental.

En el departamento de Lima, es poca la presencia de los Ecolodge, el único se encuentra en Lunahuaná, La Confianza Hotel(s/f), cuenta con cabañas ecológicas

dentro del viñedo y parte de la política ambiental del hotel es el tomar en consideración bajar el impacto sobre el ecosistema, tomando en cuenta las siguientes medidas: los líquidos usados para la limpieza están basados en productos naturales y biodegradables, cuentan con una logística bien organizada para reducir el uso de los vehículos a combustión, además de tener un vivero y una huerta orgánica, entre otros.

En el Perú, la gran parte de Ecolodge se encuentra en provincias distintas a Lima, debido a que la diversidad de paisajes turísticos, flora y fauna se encuentran mayormente fuera de Lima metropolitana. Como ejemplo de ello se tiene a La Quinta Eco Hotel (2006), la cual se encuentra ubicada en Urubamba, Cusco. En dicho hotel se afirma que una de sus prioridades es el poder brindar un servicio de calidad, relajación y contribuir a la conservación y cuidado del ambiente, ofreciendo ambientes amigables con la naturaleza. Otro aspecto a resaltar es que este hotel se encuentra dentro de la categoría Green Leaders de la página Tripadvisor, reconocida por recomendar los mejores hoteles del mundo.

2. Formulación del problema

La preocupación por la necesidad de obtener un desarrollo sostenible va en aumento; asimismo, se percibe que la capacidad de atención hacia los consumidores se ha vuelto más exigente, a causa de la aparición de entidades certificadoras que supervisan la calidad, la protección del ambiente y el desarrollo de la práctica de la responsabilidad social. La aparición de estas tendencias ha ocasionado que hoy en día se apertura nuevas empresas y negocios, e ingresen al mercado con un nuevo concepto, que es el de proteger al ambiente, entablar una relación más profunda del ser humano con la naturaleza con el fin de obtener un desarrollo sostenible y ser parte del mundo globalizado, además ha generado que

las exigencias de los consumidores aumenten con respecto al cuidado y protección ambiental.

Un autor resalta:

Que el desarrollo sostenible debe estar dirigido a satisfacer las necesidades básicas y esenciales de las personas mediante políticas públicas que incluyan una gestión de protección y conservación eficaz del ambiente y los recursos naturales, redefiniendo nuevas formas de hacer industria, nuevas formas de pensar y nuestra forma de ver el desarrollo (cambio de paradigmas), orientadas a garantizar el pleno goce de los derechos humanos. Es por ello que, en busca del desarrollo sostenible, muchos empresarios y CEOS consideran importante la sostenibilidad en sus empresas. (Suller, 2011)

Dentro de este sector, muchos empresarios vieron como una nueva idea y oportunidad de negocio el crear Ecolodge, los cuales buscan que los potenciales consumidores además de buscar alojamiento y estadía, lo hagan de manera responsable, permitiendo el contacto con la naturaleza, preservándola, además de aportar a que exista un crecimiento sostenible, ya que se trabaja conjuntamente con el cuidado del ambiente, permitiendo la concientización ambiental y una mayor relación hombre - naturaleza.

Baz (2015) indicó que los Ecolodge son un nuevo segmento dentro de la diversificación del sector hotelero, donde las buenas prácticas ambientales y la responsabilidad social serán los pilares para ser considerado un Ecolodge, además que un respaldo para este nuevo segmento serán las certificaciones y que esto, a su vez, sirva como una herramienta para fidelizar a los clientes; además, indicó que “El beneficio será económico, social y ambiental; donde el medio se convierte en

un fin y nuestra humanidad prevalece logrando adoptar medidas en el presente pensando en el futuro. La sostenibilidad en el Sector Hotelero es parte de un movimiento global por concienciar a la sociedad sobre los problemas actuales que representa el cambio climático y la necesidad de actuar en el presente.”

Canatur (2016) indica que “Hay un mercado turístico ecológico en crecimiento, con usuarios que aprecian la sostenibilidad, el respeto a la naturaleza y la integración con el ambiente”, y en consecuencia la demanda de los Ecolodge en el Perú este en crecimiento.

INEI (2013), muestra el crecimiento de la capacidad de alojamiento de los establecimientos, dentro de los cuales se encuentran los Ecolodge, grupo que muestra un crecimiento continuo a través de los años, ello manifiesta que este nuevo mercado se encuentra en expansión y que los consumidores optan más por esta nueva opción. El crecimiento de la demanda de Ecolodge se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Crecimiento de Demanda de Ecolodge en el Perú

Categoría	Número de Arribos		Número de Pernoctaciones		Días Promedio de Permanencia		Tasa Neta de Ocupación	
	Total	Nacionales	Total	Nacionales	Total	Nacionales	Habitaciones	Camas
2007	21 656 841	18 251 460	30 430 810	23 716 259	1.4	1.3	26.3	28.6
Ecolodge	6 530	446	13 222	636	2.0	1.4	42.9	37.4
2008	24 809 945	20 345 439	34 228 818	25 904 136	1.4	1.3	27.6	30.2
Ecolodge	7 545	576	15 440	946	2.0	1.6	47.9	38.9
2009	25 814 558	21 755 544	35 138 752	27 532 179	1.4	1.3	26.9	29.3
Ecolodge	5 630	932	12 498	1 718	2.2	1.8	37.2	29.3
2010	30 484 484	26 143 766	40 944 878	32 815 360	1.3	1.3	27.6	32.7
Ecolodge	8 870	1 317	19 554	2 190	2.2	1.7	24.1	19.5
2011	35 472 212	29 984 350	47 422 497	37 573 343	1.3	1.3	29.4	36.2
Ecolodge	10 373	1 392	23 463	2 942	2.3	2.1	25.0	20.9
2012	39 874 665	33 105 154	54 328 771	41 716 990	1.4	1.3	31.6	40.4
Ecolodge	14 076	1 756	34 471	3 423	2.4	1.9	34.1	26.8

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje. (2013)

La cantidad de Ecolodge que existen en el Perú son pocos debido a que es una nueva tendencia de negocio, pero se encuentra en crecimiento por el aumento de la preocupación ambiental, por este motivo se desea analizar en la presente tesis la intención que tienen los potenciales consumidores del sector “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Por lo anteriormente expuesto, la pregunta principal que guía esta investigación es:

Problema general

¿Cuál es la intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?

Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?
- b. ¿Cuál es la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?
- c. ¿Cuál es la disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?

3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar la intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge

Objetivos específicos

- a. Determinar la influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.
- b. Determinar la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.
- c. Determinar la disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

4. Hipótesis de la investigación

Hipótesis general

La población del Sector “A” de Lima metropolitana tiene una intención favorable en un 60% de alojarse en un Ecolodge.

Hipótesis específicos

- a. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la preocupación ambiental en un 40% para alojarse en un Ecolodge.
- b. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la obligación moral en un 50% para alojarse en un Ecolodge.
- c. El 60% de la población del Sector “A” de Lima metropolitana tiene una disponibilidad a pagar entre S/.200.00 y S/.300.00 equivalente a un Hotel de 4 Estrellas.

5. Justificación de la investigación

5.1. Importancia de la investigación

La presente investigación servirá como referencia a otros tesis, aportando de esta manera al desarrollo académico y profesional de los alumnos de ciencias administrativas, así como el desarrollo y avance en el área de investigación de la Universidad; además, servirá para que se pueda observar nuevas tendencias y conductas de los potenciales consumidores, y por qué eligen un Ecolodge por encima de otras opciones, pudiendo ser vista como un nuevo nicho de mercado y como una nueva oportunidad de inversión.

5.2. Viabilidad de la investigación

Realizar la presente investigación demanda el uso y empleo de distintos recursos, dentro de estos se tiene como principales el acceso a la información, conocimientos y materiales.

- a) Acceso a la información y conocimientos: Se cuenta con el suficiente acceso a distintas bibliotecas, así como el uso de documentos digitales e internet.
- b) Materiales: Se cuenta con los suficientes materiales para el desarrollo de la investigación y el trabajo de campo.

Por lo anterior, se puede concluir que existe viabilidad para realizar el trabajo de investigación.

6. Limitaciones del estudio

Poca disposición por parte de la población por factores alusivos al tiempo y desconfianza. Asimismo, se presentaron dificultades económico financieras al momento de realizar el recojo de datos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

En la actualidad la preocupación por el ambiente va aumentando cada vez más conforme pasan los años, por ello son muchas las personas que ahora tratan de consumir productos y servicios que sean amigables con el ambiente y que busquen su cuidado; asimismo, por esta nueva tendencia y preocupación ambiental, muchos empresarios del mundo han visto esto como una nueva oportunidad de negocio y de incursionar en un nuevo nicho de mercado, todo esto basado en los nuevos tipos de consumidores conocidos como “consumidores verdes” que optan por realizar sus actividades y tener un estilo de vida en armonía con la naturaleza. Por los motivos antes mencionados, en el mundo globalizado se empieza a comercializar productos y servicios amigables con el ambiente, orgánicos, más saludables y que no afectan ni destruyen ningún tipo de vida.

El rubro hotelero no se encuentra excepto a esta tendencia ambiental, por ello nacen los Ecolodge con el objetivo de tener una oferta hotelera dirigida a los viajeros y vacacionistas cada vez más conscientes de los problemas ambientales, además de permitir se desarrolle una mejor relación entre el hombre y la naturaleza.

- **Antecedentes Nacionales**

En Perú, se ha analizado a los compradores ecológicos para determinar cuáles son los factores que motivan la compra ecológica, para ello se realizó una investigación de carácter cualitativo, utilizando como instrumento de recolección de datos las entrevistas a profundidad; y teniendo como muestra para su investigación a las consumidoras que ya habían mostrado preferencia por productos y servicios orgánicos y/o ecológicos en la ciudad de Lima. Dentro de los puntos que se utilizaron para realizar las entrevistas se encuentran: motivaciones para la compra

ecológica, publicidad verde, experiencia de compra, hábitos de consumo, etc. Finalmente, se concluyó que las consumidoras tenían otras motivaciones por encima de la conservación del ambiente, sobretodo ligado a la salud; sin embargo, una de las entrevistadas señaló como principal motivación una vida más ecológica (Prado,2014).

Existe otro estudio que indica que la demanda de alojamiento de Ecolodge ha ido incrementando debido a que cada vez el número de personas que aprecian los paisajes naturales, el respeto a la naturaleza, la sostenibilidad y la integración con el medio ambiente es mayor. Asimismo, un atractivo para los turistas son los ambientes naturales, la conservación de los animales y plantas, y las distintas actividades que pueden realizar dentro de un mismo Tour (Portal de Turismo,2016). El Perú tiene contados Ecolodge, debido a que poco a poco se está desarrollando en este nuevo rubro hotelero, dentro de estos se tiene a los siguientes:

Tabla 2. Ecolodge en Perú

Ubicación	Ecolodge	CARACTERISTICAS					
		Vista a paisaje	Áreas verdes	Actividades de Aventura	Actividades de Turismo	Turismo Vivencial	Preserva la naturaleza
Cuzco	La Quinta Ecohotel	x	X				x
Puerto Maldonado	Wasai Puerto Maldonado Eco Lodge	x	X	x			
Arequipa	Killawasi Lodge Colca Perú	x		x	X	x	x
Puno	Ecolodge Amantica Lodge			x	X	x	x
Cañete	Ecolodge de Lima : Casa Verde	x	X				x

Fuente: Sotupa Eco House, La Quinta Eco Hotel, Killawasi Lodge Colca Perú, Amantica Lodge, Casa Verde, Inkaterra. (s/f).

Elaboración: Propia

- **Antecedentes Internacionales**

En el aspecto internacional se han investigado sobre la preocupación ambiental y los comportamientos ecológicos, teniendo como objetivo principal el de identificar las variables importantes y la estructura relacionada al cuidado ambiental, además de definir el poder predictivo de distintos factores actitudinales sobre conductas ambientales. Para realizar esta investigación, la muestra utilizada fue de 400 personas seleccionadas por características similares, además hicieron uso de un cuestionario autoadministrado tipo Likert, con el objetivo de recabar información sobre variables actitudinales y conductuales relacionadas con el cuidado ambiental. Los resultados de dicha investigación indican que existe un elevado nivel de preocupación ambiental de manera individual, quedando demostrado que los niveles de preocupación ambiental son elevados. Sin embargo, existe una diferencia entre el nivel de preocupación ambiental individual versus el nivel de preocupación social percibida, quedando demostrado que, si bien la preocupación ambiental de manera individual es elevada, la preocupación ambiental social disminuye (Berenguer, J & Corraliza, J, 2000).

De igual manera, se ha investigado la influencia de los factores ambientales y atribución en el aspecto emocional en centros comerciales, para esto hicieron uso de un estudio empírico con un enfoque cuantitativo, descriptivo y causal a 301 mujeres durante su estancia en centros comerciales de tres ciudades, las cuales son Bruselas, Lille y Valencia. Como instrumento de recolección de datos utilizaron cuestionarios que incluían interrogantes como las emociones, la satisfacción global, lealtad, evaluación de los factores ambientales y facultades emocionales. Como resultado se obtuvo que si existe una relación entre los factores ambientales y el estímulo de compra (Bigné, & Simó, 2005).

También se indagó sobre la enseñanza en temas ambientales, la naturaleza y su relación con conectividad, la preocupación ambiental y el aspecto conductual, para ello se llevan a cabo dos investigaciones, en el primero se tiene como muestra a 286 estudiantes de psicología y como instrumento de recolección de datos hacen uso de un cuestionario que mide la conectividad, la preocupación ambiental, el aspecto conductual y los factores socioculturales. Para la segunda investigación utilizaron una muestra de 40 alumnos que participan en una excursión en espacio natural y que además habían participado en la primera investigación, se utilizó un cuestionario para recabar información, que solamente estaba compuesto por interrogantes que relacionaban la conectividad con la naturaleza, además de preguntas en general. Como resultado de la primera investigación se obtuvo que la preocupación ambiental se encuentre relacionada con variables socioculturales. Los resultados obtenidos del segundo estudio indican que aumenta el grado de conexión con la naturaleza después del contacto directo con un entorno natural en una actividad de educación ambiental. Este estudio demuestra que existe una estrecha relación entre la preocupación ambiental y las actitudes, y variables conductuales y socioculturales de la persona (Olivos, P, Aragonés, J & Navarro, O, 2013).

Dentro de los Ecolodge internacionales más destacados, se tiene al Hotel Villa Armena Relais, ubicado en Toscana, Italia. Se caracteriza por brindar calma y tranquilidad a los huéspedes y, asimismo, cuenta con gastronomía típica, cocina vegetariana y hace uso de ingredientes de cultivo propio, naturales y orgánicos para preparar la diversidad de platillos; además, el edificio es considerado eco amigable, debido a que fue construido con materiales naturales, cuenta con un sistema de resguardo de aguas residuales y un programa de tratamiento para ellas, y mediante

esto autogenerar energía y disminuir su consumo. Todo esto permite la creación de un ambiente sostenible y ecológico (Villa Armena, s/f).

Otro ecolodge internacional destacado es el Hotel Sturm Garten & Spa, ubicado en Baviera en pleno Parque Natural de Rhon Bávaro, por lo que es considerada por los huéspedes y turistas la opción ideal para realizar y disfrutar turismo rural y ecológico. Se caracteriza por haber sido construido con maderas naturales del lugar, y por tener pequeñas construcciones de estilo rural, situadas frente a un estanque natural; además, todos los platillos y bebidas del hotel son realizados con insumos orgánicos, cuenta con saunas interiores y exteriores, jardines con abundante vegetación, garantizando una estadía agradable y emocionante para los turistas y visitantes (Hotel Sturm, s/f).

1.2 Definición de términos básicos

Para lograr la mejor comprensión y con el fin de evitar ambigüedades en el uso de los términos se procede a conocer las definiciones de las siguientes palabras:

1.2.1 Turismo

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2011) define “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año”.

1.2.2 Ecoturismo

El ecoturismo es:

Una alternativa para practicar el turismo sin ocasionar impactos negativos al medio ambiente, disfrutando del entorno maravilloso que la naturaleza nos ofrece; el cual es definido como “El viaje responsable a las áreas naturales

para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales”. (Marca Perú, s/f).

1.2.3 Bionegocios

Cabe resaltar que los bionegocios están definidos como:

Aquellas actividades económicas rentables basadas en el aprovechamiento rentable de productos de la diversidad biológica y los diferentes ecosistemas que la integran, teniendo en cuenta el criterio de sostenibilidad del recurso y el respeto a los conocimientos tradicionales, donde nuestra Amazonía cuenta con un gran potencial. (Morales, 2012)

1.2.4 Ambiente

El autor define que el ambiente:

Hace referencia a un sistema, es decir, a un conjunto de variables biológicas y fisicoquímicas que necesitan los organismos vivos, particularmente el ser humano, para vivir. Entre estas variables o condiciones tenemos, por ejemplo, la cantidad o calidad de oxígeno en la atmósfera, la existencia o ausencia de agua, la disponibilidad de alimentos sanos, y la presencia de especies y de material genético, entre otras. (Legislación Ambiental, s/f).

Asímismo, González-Gaudiano (s/f) define al Ambiente como: “todos aquellos factores que nos rodean y afectan directamente a los organismos”

1.2.5 Consumidor

Según Sánchez (2015) define al consumidor como “una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado”.

1.2.6 Consumidores Verdes

Según Zhang (2010) “el consumidor verde es aquel que tiene iniciativa a buscar mejor calidad de vida, mostrando preocupación por la supervivencia del planeta, cuidado del ambiente, relaciones humana y naturaleza”.

Asímismo, Zhang (2010) menciona “el consumidor verde se orienta a objetivos que tomen en cuenta la preocupación por el ambiente, en un intento por lograr cambios en la sociedad”.

1.2.7 Ecolodge

El Ecolodge es aquel establecimiento que es clasificado por categorías acordes a lo establecido, así mismo este tiene la función de brindar el servicio de alojamiento. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)

Así mismo Mincetur (2004) afirma que “El Ecolodge es aquel establecimiento que desarrolla las actividades en espacios naturales, el cual debe ser operado en armonía con respeto y protección al ambiente”. (p 4).

1.2.8 Hotel

Según Ríos (2004) define “el hotel es el establecimiento comercial que logra proporcionar un alojamiento al viajero, ofreciendo alimentos y en algunos casos entretenimiento y servicios personales”.

Mincetur (2004) “afirma que el hotel es el establecimiento que cuenta no con menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o por parte del mismo independizado, constituyendo una estructura homogénea”.

1.2.9 Green Leaders

El autor define:

Los Green Leader o también conocidos como Ecolíderes son todos los hoteles y Ecolodges, que desde precios económicos a lujosos se encuentran

comprometidos a eco prácticas como el reciclaje, los alimentos locales y orgánicos y las estaciones de carga eléctrica para autos. (Tripadvisor Perú, s/f)

1.2.10 Tripadvisor

Según Tripadvisor (s/f) menciona que “es el sitio web de viajes más grande del mundo, ayuda a los viajeros a aprovechar el máximo potencial de cada viaje”.

1.3 Bases teóricas

1.3.1 Bionegocios

Según el Ministerio del Ambiente (s/f) menciona que los “bionegocios son aquellos negocios basados en el aprovechamiento rentable de productos de la diversidad biológica teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica”.

1.3.1.1 Criterios del biocomercio

Según Promperú en el Manual de Bionegocios (2013) nos menciona los criterios del biocomercio donde señala 7 principios los cuales podremos observar a continuación en la Tabla 3

Tabla 3. Criterios de Comercio

PRINCIPIOS	
Principio N°1	Conservación de la biodiversidad
Principio N°2	Uso sostenible de la biodiversidad
Principio N°3	Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad
Principio N°4	Sostenibilidad socioeconómica de gestión productividad, gestión financiera y gestión de mercado
Principio N°5	Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
Principio N°6	Respeto a los derechos de los actos involucrados en el biocomercio
Principio N°7	Claridad sobre la tenencia de la tenencia, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos

Fuente: Manual de Bionegocios (2013)

Como se puede observar en la Tabla 3, para poder estar adecuados a los bionegocios y trabajar adecuadamente, es necesario cumplir con los principios ya mencionados.

1.3.1.2 Categorías de los Bionegocios en el Perú

El autor define categorías de bionegocios:

Entre las categorías de bionegocios están los productos hidrobiológicos, en este sector se toma en consideración a todo en el nivel marino; productos maderables, aprovechamiento de la madera de los árboles; productos orgánicos y naturales, dentro de esta categoría se tiene una gran variedad de frutos y vegetales que se desarrollan en buenas condiciones agro ecológicas las cuales favorecen la producción orgánica, la mayoría de ellos son los siguientes: granos, cereales, tubérculo, raíces, aguaje, camu camu, sachá inchi, banano, palto, cítricos, etc.; plantas medicinales y aromáticas, existen diversas variedades de plantas nativas con propiedades curativas, en su mayoría estas plantas se desarrollan en la parte sierra y selva, teniendo como ejemplo a la menta, manzanilla, toronjil, sangre de grado, uña de gato, etc.; productos fotoquímicos y farmacéutico, dentro de los más representativos se encuentra la cochinilla (tinte) y tara (goma y polvo) los cuales son utilizados con fines cosméticos, colorantes, Industria alimentaria y otros; zocria de animales, tiene como objetivo el poder conservar especies en peligro de extinción, también permite realizar algunas investigaciones en estas ya que algunas de ellas son de gran importancia en la medicina; el ecoturismo, es aquel tipo de turismo que busca ser ambientalmente responsable al viajar o visitar áreas naturales, sin realizar disturbios y disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna

silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, promoviendo la conservación, y propiciando el involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.” (CEBALLOS LASCURÁIN: 1998) (Universidad Agraria La Molina, 2002); y artesanía, estos trabajos se encuentran compuestos de: fibras, maderas, pelos, semillas, plumas y entre otros, presentados como cerámica, bisutería, textil, Adornos, etc. (Grupo Recursos, s/f)

1.3.1.3 Turismo

Para la presente investigación se considera importante el tener en cuenta los siguientes datos relevantes con respecto al Turismo:

a) Importancia del Sector:

Debido a que el Perú es uno de los países que cuenta con mayor patrimonio cultural y distintos microclimas, somos considerados un atractivo turístico para vacacionar.

b) Crecimiento del PBI

Según Promperú (2016) “el Turismo representó un 3, 8% del PBI entre el 2007 y el 2013, lo cual indica que este es uno de los sectores que más aporta al crecimiento y desarrollo económico de nuestro país”.

Otro dato importante es que el 52% del turismo extranjero es recreativo en el Perú, por lo tanto, el mayor ingreso por parte del Turismo se encuentra en los viajes por vacaciones y relajación, llegando a ser una ventaja para la oferta de Ecolodge, ya que estos centros de alojamiento brindan todas las facilidades para el correcto turismo recreativo, vivencial, etc.



Figura 1. La economía en el cambio climático en el Perú: Impactos en el Sector Turismo (Promperu, 2016)

1.3.1.4 Tipos de Turismo

Como se puede apreciar en los términos básicos, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual. En la Figura 2 se puede apreciar los diferentes tipos de turismo y la rama a la que pertenecen; en tal sentido nuestra investigación se basa en el turismo sostenible, siendo este una nueva opción más atractiva para el consumidor, ya que dentro de éste se puede realizar otras actividades relacionadas con el turismo vivencial, de aventura, etc.

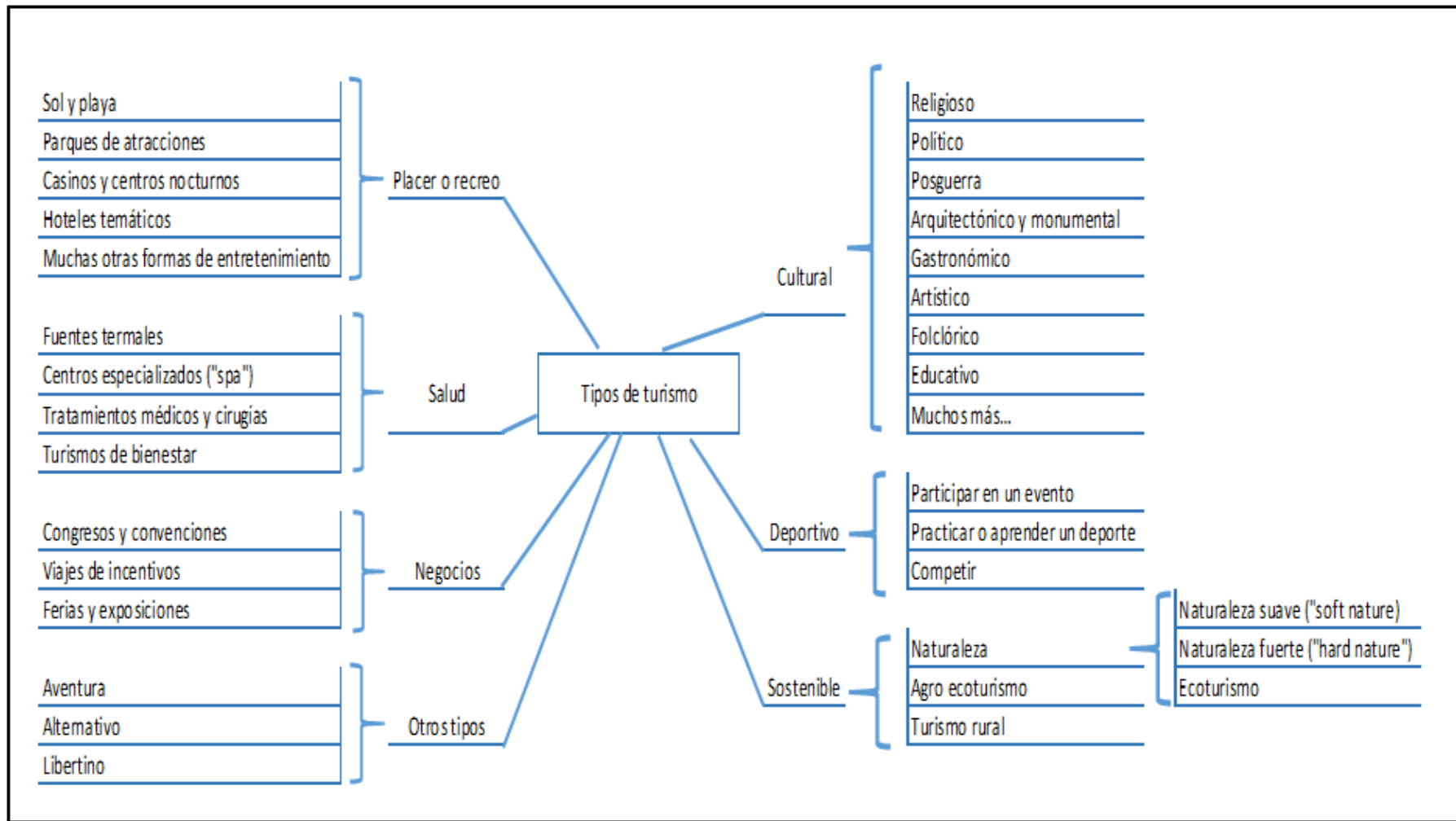


Figura 2. Tipos de Turismo (Elementos del turismo,2010)

En este caso, los Ecolodge se encuentran dentro de la rama de turismo Sostenible, en la sub rama de Naturaleza – Ecoturismo, ya que una de las características del Ecolodge a diferencia de los hoteles es que se tiene una mayor interacción con la naturaleza.

1.3.1.4.1 Servicios que ofrece el Turismo Sostenible

- Guía cultural: este servicio se caracteriza por brindar al turista la información de distintas culturas del lugar que visita, historia, costumbres, creencias, gastronomía, además de conocer cómo otras personas viven, se interrelacionan, etc. (Quesada Castro, 2010)
- Actividades de recreación: Esta actividad genera una multitud de intereses, pero teniendo como fin principal el divertirse y disfrutar de las vacaciones, realizar actividades que promuevan la recreación y relajación de los turistas. (Florencia Román, 2009)
- Actividades vivenciales y ecoamigables: Este servicio permite a los turistas el relacionarse con la naturaleza, conocer la flora y fauna del lugar de manera responsable, concientizando a las personas sobre el cuidado ambiental y el impacto que este tiene. (Quesada Castro, 2010)
- Deportes de aventura: Brinda la oportunidad a los turistas de practicar actividades físicas y pasatiempos de aventura que se realizan la localidad que visitan. (Quesada Castro, 2010)

1.3.1.4.2 Ecoturismo

El Estado Peruano en el Decreto Supremo N° 018-2015-MINAGRI ha establecido una definición para el ecoturismo que dice así: “Ecoturismo. - “Desarrollo de actividades vinculadas a la recreación y turismo de naturaleza, ecológicamente responsable, en zonas donde es posible disfrutar de la naturaleza y apreciar la flora

y fauna silvestre y los valores culturales asociados contribuyendo de este modo a su conservación y generando beneficios para las comunidades locales”

1.3.1.4.2.1 Principios Básicos del Ecoturismo

El autor menciona lo siguiente:

Para el ecoturismo se debe considerar actuaciones determinadas como el disminuir los impactos perjudiciales tanto en el ambiente como en las poblaciones locales, promover la comprensión y cuidado del área natural y el área cultural, contribuir a conservar la biodiversidad directa o indirectamente, potencializar la participación de las poblaciones locales en las decisiones y en los beneficios económicos, logrando a su vez que aprendan acerca de los atractivos que los turistas vienen a conocer y los valoren, no sólo económicamente, considerar la actividad turística como un complemento de la actividad económica tradicional de la población local e interesarse en que el visitante adquiera conocimiento sobre la localidad y los procesos ecológicos esenciales y la cultura con la que ha tomado contacto mientras toma conciencia de la importancia de la conservación. (Promperú, 2002)

1.3.1.4.2.2 Casos exitosos de Ecoturismo en el Perú

Un autor menciona como ejemplo varios casos exitosos:

Entre los casos que tuvieron éxito entre esta Inkaterra, Inkaterra Asociación, Cajamarca Travel y Tambo Blanquillo Lodge – Manu, entre otras. Cabe mencionar que se toma como ejemplos de Ecoturismo que manejan reglas de Biocomercio, a tres empresas líderes que mantienen estándares de Calidad y Responsabilidad en el Perú, las cuales son ampliamente reconocidas

internacionalmente. Estas son Explorandes, Mountain Lodges of Perú, e Inkaterra. (Bryce,s/f)

a) Explorandes – Tour Operador: Según Bryce (s/f) “la empresa en mención cuenta con base en la ciudad de Cusco. Han podido analizar cómo se lleva a cabo una operación turística dentro de una ruta andina, con los estándares de calidad óptima”.

b) Mountain Lodges of Perú:

El autor menciona que Mountain Lodges of Perú:

Es la empresa tuvo sus inicios doce años atrás, como un refugio de montaña en la Población de Santiago de Viñak, en la Sierra del Departamento de Lima. Desde ese momento se creó el producto que siete años más tarde sería mostrado en Cusco, en la ruta del Salkantay. Esta ruta ofrece una aventura de siete días, combinando las noches de relax y lujo con una ruta a través de quince biozonas, a través de puertos de montaña impresionantes. Los lodges han sido construidos bajo la influencia de técnicas tradicionales de construcción inca. (Bryce, s/f)

c) Inkaterra: Según Bryce (s/f) es “considerada como una pionera de turismo sostenible en el Perú. Su objetivo es el de conservar el patrimonio natural y cultural de este país, protegiendo sus recursos y el medioambiente en peligro, manteniendo y enriqueciendo a sus comunidades rurales”.

1.3.1.4.3 Ecoturista

El autor menciona que el ecoturista:

Es el consumidor final del producto o servicio ecológico. Puede ser definida como aquella persona que viaja con intención de aprender y disfrutar de la

naturaleza. El poder comprender sus expectativas, necesidades y preferencias resulta fundamental para establecer los lineamientos y metas de una estrategia ecoturística. Asimismo, se pueden detectar múltiples intereses dentro de los ecoturistas, los que permiten establecer nichos de mercado interesantes, para los cuales se pueden diseñar productos específicos y claramente diferenciados. (Promperu, 2002)

Cabe resaltar que Promperú (2002) “hace hincapié que no solo el ecoturista realizar visitas a destinos ecoturísticos, que también existen otros tipos de turistas que, ya sea por casualidad, curiosidad o cualquier otro motivo, deciden realizar alguna actividad ecoturística o visitar algún destino ecoturístico”.

Según The International Ecotourism Society (TIES) (2002) “ha elaborado un perfil del ecoturista a partir de la información obtenida de las encuestas elaboradas en 1994 por dos consultoras de consumidores de viajes norteamericanos (HLA y ATRA)19”:

El autor menciona algunas características:

Edad 35-54 años, aunque varía según la actividad y los gastos, 50% femenino y 50% masculino, aunque se distinguen diferencias por actividades, 82% son graduados universitarios, 60% de los turistas experimentados 20 afirman que prefieren viajar en parejas, mientras que sólo 15% prefiere hacerlo en familia y 13%, sólo, el 50% de los ecoturistas experimentados prefiere los viajes de 8 a 14 días, los turistas experimentados tienden a gastar más que los turistas convencionales y el 26% está dispuesto a gastar entre US\$1,001 a US\$1,500 dólares por viaje: los ecoturistas experimentados consideran como elementos importantes del viaje, ambientes inhóspitos, escenarios de vida silvestres, hiking/trekking.

Las motivaciones para tomar su siguiente viaje son disfrutar del escenario/naturaleza y nuevas experiencias/lugares. (The International Ecotourism Society [TIES], 2002)

1.3.2 Establecimientos de hospedaje

Según el MINCETUR (2004) “en el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, menciona que en los establecimientos de hospedaje se dividen en las siguientes categorías”:

Tabla 4. Categorías de Hoteles

Clases	Categoría
Hotel	Una a cinco estrellas
Apart – Hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Resort	Tres a cinco estrellas
Ecolodge	-
Albergue	-

Fuente: MINCETUR, 2004

Según el MINCETUR (2004) indica las siguientes definiciones:

- a) Hotel: aquel establecimiento que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como hoteles de 1 a 5 estrellas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)
- b) Apart-Hotel: Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hoteles pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)

- c) Hostal: Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de hospedaje para ser categorizados como Hostales de 1 a 3 estrellas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)
- d) Resort: Establecimiento de hospedaje ubicado en zonas vacacionales, tales como playas, ríos y otros de entorno natural, que ocupa la totalidad de un conjunto de edificaciones y posee una extensión de áreas libres alrededor del mismo. Los Resorts pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)
- e) Ecolodge: Establecimiento de hospedaje cuyas actividades se desarrollan en espacios naturales, cumpliendo los principios del Ecoturismo. Debe ser operado y administrado de una manera sensible, en armonía con el respeto y protección del medio ambiente. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)
- f) Albergue: Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines, que determinarán la modalidad del mismo. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2004)

Todos los establecimientos deben cumplir con el reglamento especificado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004) “en el Decreto Supremo N° 029-2004 para poder obtener la categorización”, depende del cumplimiento obtener las categorías mencionadas anteriormente.

1.3.2.1 Clasificación y Categorización de hoteles

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004) menciona que “en el Decreto Supremo N° 029-2004-MINCETUR, especifica los requisitos mínimos que deben cumplir los hoteles para obtener la clasificación y ser categorizados en base a los servicios que ofrecen”. En la Tabla 5 se pueden observar los requisitos mínimos que debe tener un Hotel, los cuales son:

Tabla 5. Clasificación y categorización de Hoteles

Requisitos Mínimos	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella
N° de Habitaciones	40	30	20	20	20
N° de ingresos de uso exclusivo de los Huéspedes (separado de servicios)	1	1	1	-	-
Salones (m2 por N° total de habitaciones):	3m2	2.5m2	1.5m2	-	-
El área techada útil en conjunto no debe ser menor a:					
Bar independiente	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Comedor - Cafetería (m2, por N° total de habitaciones)	1.5m2	1.25m2	1m2	-	-
Deben estar techados, y en conjunto no ser menores a: (separados)					
Habitaciones (incluyen en el área un closet o guardarropa)	1.5 x 0.7 closet	1.5 x 0.7 closet	1.2 x 0.7 closet	Closet o guardarropa	Closet o guardarropa
m2 mínimo:					
Simples (m2)	13m2	12m2		9m2	8m2
Dobles (m2)	18m2	16m2	11m2	12m2	11m2
Suites (m2 mínimo, si la sala está integrada del dormitorio)	28m2	26m2	14m2	-	-
Suites (m2 mínimo, si la sala está separada del dormitorio)			24m2		
	32m2	28m2		-	-
			26m2		
Habitaciones (servicios y equipos)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Aire acondicionado frío (3)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Calefacción (3)	Obligatorio en la	Obligatorio en la	-	-	-
Agua fría y calientes las 24 horas (no se aceptan sistemas activados por el huésped)	ducha y lavatorio	ducha y lavatorio			
Alarma, detector y extintor de incendios	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Tensión 110 y 220 v	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

Televisor a color	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio (no en el baño)	-	-
Teléfono con comunicación nacional e internacional (en el dormitorio y en el baño)					
Servicios Generales	Obligatorio a	Obligatorio a	Obligatorio a	Obligatorio a	Obligatorio a
Servicio de ascensor de uso público (excluyendo sótano)	partir de 4 plantas	partir de 4 plantas	partir de 5 plantas	partir de 4 plantas	partir de 4 plantas
Atención a habitaciones (24 horas)	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Ascensores de servicios distintos a los de uso público (con parada en todos los pisos y excluyendo sótano)	Obligatorio a	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas como mínimo	partir de 4 plantas Diario (5)	Obligatorio a partir de 4 plantas Diario (5)	- Diario (5)	- 2 veces por semana	- 2 veces por semana
Requisitos Mínimos	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella
Cambio regular de toallas como mínimo	Diario (5)	Diario (5)	Diario (5)	Diario (5)	Diario (5)
Alimentación eléctrica de emergencia para los ascensores	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Custodia de valores (individual o con caja fuerte común)					
Estacionamiento privado y cerrado (porcentaje por el N° de habitaciones)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Estacionamiento frontal para vehículos en tránsito	30%	25%	20%	-	-
	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Generación de energía eléctrica para emergencia	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Guardarropa – custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Limpieza diaria del hotel y habitaciones	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Oficio(s) que permita garantizar la limpieza de todas las habitaciones	Obligatorio	Obligatorio		-	-

			Obligatorio, pero sin teléfono		
Personal calificado (1)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado (las 24 horas)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Recepción y consejería (1)	Obligatorio- separados	Obligatorio- separados	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Sauna, baños turcos o hidromasaje	Obligatorio	-	-	-	-
Servicios de despacho de correspondencia	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de facsímil	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado (4)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de llamadas, mensajes internos, y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicios higiénicos públicos	Obligatorio diferenciado por sexos	Obligatorio diferenciado por sexos	Obligatorio diferenciado por sexos	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de peluquería y salón de belleza					
Teléfono de uso público	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de atención de primeros auxilios	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
Cocina (porcentaje del comedor)	60%	50%	40%	-	-
Zona de Mantenimiento	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-

CONSIDERACIONES GENERALES

- Los bienes muebles, acabados, espacios comunes, equipos mecánicos y la calidad de los servicios del hotel deben guardar relación con su categoría.

-
- Las condiciones relativas a: Ventilación, zonas de seguridad, escaleras, salidas de emergencia, etc. se cumplirán conforme a las disposiciones municipales y del Instituto Nacional de Defensa Civil según corresponda.
 - Los de 5 Estrellas deben tener un mínimo de suites correspondiente al 5 % de sus habitaciones.
 - No se podrá dejar de brindar a los huéspedes los servicios de recepción, comedor y cafetería, Si estas áreas se utilizan para eventos como congresos, reuniones. u otros similares.
 - El área mínima corresponde al área útil y no incluye el área que ocupan los muros.
 - Los servicios higiénicos públicos se ubicarán en el hall de recepción o en zonas adyacentes al mismo.
 - Cuando los establecimientos de hospedaje de Una (1) y Dos (2) Estrellas cuenten con servicios higiénicos privados, la medida mínima exigidas es 2.00 m².
 - La edificación deberá guardar armonía con el entorno en el que se ubique el establecimiento de Hospedaje.
 - Cuando el Establecimiento de Hospedaje ofrece el servicio de transporte a los huéspedes de los terminales al establecimiento o hacia otros lugares, las unidades deberán cumplir con los requisitos técnicos y de seguridad exigidos en las normas vigentes sobre la materia.
 - Cuando los Establecimientos de Hospedaje estén obligados a tener estacionamientos privados, en caso no contar con estos, deberán contratar una Playa de Estacionamiento a su local.

(1) Definiciones contenidas en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje.

(2) En el caso Hoteles de una y dos estrellas el revestimiento de las paredes que no corresponda al área de ducha será de 1.20

(3) Se tomará en cuenta la temperatura promedio de la zona.

(4) En el mismo local o prestado a través de terceros.

(5) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

Fuente: MINCETUR (2014)

1.3.3 Ecolodge

Según Chàvarry (2015) define los Ecolodge como un “Establecimiento de hospedajes clasificado y categorizado donde se presta habitualmente el servicio de alojamiento no permanente, al efecto que sus huéspedes o usuarios pernoctan en dicho local, cuyas operaciones son turísticamente dependientes de la naturaleza y el paisaje, reuniendo y aplicando los principios del Ecoturismo. Básicamente debe ofrecer al huésped o usuario, una experiencia educacional y participativa, debiendo ser operado y administrado de una manera sensible a todo lo relacionado con el cuidado y protección del medio ambiente.”

Seguidamente se aprecia en la Tabla 6 las características de los diversos servicios ofrecidos por los Ecolodges más representativos de Perú en comparación con hoteles de 2 y 3 estrellas ubicados en la misma localidad.

Tabla 6. Servicios de los Ecolodges y Hoteles en Perú

PUERTO MALDONADO								
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Ecolodges	Wasai Puerto Maldonado Eco Lodge	X	X		X	X		X

PUERTO MALDONADO								
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Hotel 1 estrella	El Huerto	X			X			
Hotel 2 estrellas	La Torre Valsai	X			X	X		X
Hotel 3 estrellas	Hotel Cabaña Quinta	X			X	X	X	X

Fuente: Wasai Puerto Maldonado, Booking (s/f)

CUSCO

Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Ec lodges	La Quinta Ecohotel		x	x	x		x	x

CUSCO

Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Hotel 1 estrella	La Casa del Inka				x	x		
Hotel 2 estrellas	Amaru Valle Hotel	x			x	x		
Hotel 3 estrellas	Hotel Arcángel	x			x	x		
Hotel 4 estrellas	Wayquey Lodge	x			x	x		x
Hotel 5 estrellas	Casa Andina Premium Cusco	x			x	x		x

Fuente: La Quinta Eco Hotel, Booking (s/f)

AREQUIPA - VALLE DEL COLCA

Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Ec lodges	Killawasi Lodge Colca Perú		x	x	x	x		x

AREQUIPA - VALLE DEL COLCA

Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Hotel 1 estrella	Kollawas Home In				x	x		x
Hotel 2 estrellas	Miskiwasí Bed & Breakfast				x	x		x
Hotel 3 estrellas	Tradición Colca				x	x	x	x
Hotel 4 estrellas	Colca Lodge Spa & Hot Springs				x	x	x	x
Hotel 5 estrellas	Belmond las casitas				x	x	x	x

Fuente: Killawasi Lodge Colca, Booking (s/f)

CANETE								
N° Estrellas	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Ecolodges	Hotel Ecológico de Lima - Casa Verde		x	x	x	x	x	x

CANETE								
N° Estrellas	Nombre del Hotel	Servicios						
		Traslado Aeropuerto Gratis	Vista de Paisajes	Preserve la Naturaleza	Wifi Gratis	Desayuno Incluido	Piscina	Parking Gratis
Hotel 1 estrella	Puesta de Sol				x	x		x
Hotel 2 estrellas	Las Palmeras de Asia				x	x	x	

Fuente: Hotel Ecológico de Lima - Casa Verde, Booking (s/f)

Los servicios ofrecidos en los Ecolodge cuentan con un factor diferenciador, el cual permite al huésped mantener contacto directo con la naturaleza, y de esta manera formen parte del cuidado y la preservación del ambiente.

Tabla 7. Lista de Precios de Ecolodges y Hoteles en Perú

N°	Nombre Ecolodge	Precios			
		Simple	Doble	Triple	Precio Promedio
1	La Torre Valsai	S/	S/	S/	S/
		115.00	131.00	164.00	136.67
2	La Quinta Ecohotel	S/	S/	S/	S/
		300.00	360.00	450.00	370.00
3	Killawasi Lodge Colca Perú	S/	S/	S/	S/
		351.00	378.00	469.00	399.33
4	Hotel Ecológico de Lima - Casa Verde	S/	S/	S/	S/
		189.00	189.00	236.00	204.67

N°	Nombre Hoteles	Precios			
		Simple	Doble	Triple	Precio Promedio
1	Wasai Puerto Maldonado Eco Lodge	S/	S/	S/	S/
		219.00	279.00	-	166.00
2	Hotel Cabaña Quinta	S/	S/	S/	S/
		115.00	180.00	279.00	191.33
3	Amaru Valle Hotel	S/	S/	S/	S/
		174.00	224.00	274.00	224.00
4	Wayqey Lodge	S/	S/	S/	S/
		299.00	495.00	537.00	443.67
5	Miskiwas Bed & Breakfast	S/	S/	S/	S/
		176.00	240.00	304.00	240.00
6	Tradición Colca	S/	S/	S/	S/
		164.00	210.00	246.00	206.67
7	Las Palmera de Asia	S/	S/	S/	S/
		112.00	124.00	-	78.67
8	Puesta de Sol	S/	S/	S/	S/
		72.00	85.00	154.00	103.67
9	Cusco Oblitas Casa Hotel	S/	S/	S/	S/
		191.00	243.00	296.00	243.33
10	Hotel Arcángel	S/	S/	S/	S/
		279.00	214.00	279.00	257.33

Fuente: Booking (s/f)

Vale la pena resaltar La Quinta Eco Hotel Urubamba (s/f), el cual en base a la lista de los 15 Ecolodges en Perú que se encuentran en la Tabla 7, es el que cuenta con un precio promedio, siendo este accesible para los consumidores. Además, unos de los servicios que ofrecen se encuentran “ agradables habitaciones que poseen una hermosa vista, algunas zonas tienen rampas de acceso y otras tienen cómodas

escaleras de peldaños pequeños, restaurante en el que se puede degustar exquisitos platos de la gastronomía peruana así como de la cocina internacional preparados con insumos ecológicos, salón de juegos y esparcimiento así como dos piscinas una para niños y otra para adultos, una de ellas techada y climatizada, jacuzzi, duchas, gimnasio sauna, salón de masajes terapéuticos y geoterapia, todo esto complementado con baños ubicados de manera estratégica por toda la propiedad, cuenta con una granja ecológica, al servicio de los huéspedes, el hotel cuenta con un área de estacionamiento gratuito para más de 50 vehículos, zona de camping, con parrillas para sus parrilladas al aire libre, el hotel se encuentra rodeado de árboles frutales, donde es posible hacer caminatas, y también se puede observar el cultivo de plantas ornamentales, hortalizas así como de hierbas medicinales”.

1.3.3.1 Requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodges

Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004) “el Reglamento de Establecimiento de Hospedaje Decreto Supremo N°029-2004-MINCETUR menciona los requisitos básicos que deben cumplir los establecimientos de hospedaje para ser considerados Ecolodges”.

En la Tabla 8 se detalla cuáles son los requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodges, según el Decreto Supremo en mención.

Asimismo, es importante resaltar que, según el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y el Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción (2006) en el Reglamento Nacional de Edificaciones en el Decreto Supremo N°11-2006-Vivienda en la Norma A.30 Capítulo V, artículo 8 menciona que para la edificación de los establecimientos en mención es necesario lo siguiente:

“En el caso de los Ecolodges, estos deben ser edificados con materiales naturales propios de la zona, debiendo guardar estrecha armonía con su entorno natural. La generación de energía preferentemente debe ser de fuentes renovables, como la solar, eólica, entre otras. De la misma forma los Ecolodges deben de contar con un sistema que les permita el manejo de sus residuos”.

Es decir que adicional al Decreto Supremo N°029-2004-MINCETUR, se debe tomar en cuenta el Decreto Supremo N°11-2006-Vivienda. Complementando de esta manera para la construcción de los Ecolodges, y que esta cumpla en la contribución de la protección del medio ambiente.

Tabla 8 Requisitos mínimos para la clasificación de Ecolodges

Nº de Cabañas o Bungalows independientes	12
Ingreso suficientemente amplio para el tránsito de huéspedes y personal de servicio o	obligatorio
Recepción (1)	obligatorio
Dormitorios simples (m2)	11 m2
Dormitorios dobles (m2)	14 m2
Terraza	6 m2
Cantidad de servicios higiénicos por cabaña o Bungalows (tipo de baño) (1)	1 privado - con ducha
Área mínima (m2)	4 m2
Las paredes del área de ducha deben estar revestidas con material impermeable de calidad comprobada	1.80 m de altura
Cabañas o Bungalows (servicios y equipos)	obligatorio
Ventilador	obligatorio
Estufa (2)	obligatorio - 1 por cabaña o Bungalows
Linterna grande portátil operativa	obligatorio
Tacho para desperdicios en general	obligatorio
Tacho para residuos y/o material reciclable (identificado con símbolo)	
Servicios Generales	obligatorio
Agua debidamente procesada	obligatorio

Agua caliente de acuerdo al horario establecido y excepcionalmente a pedido del huésped (no se aceptan sistemas activados por el usuario)	obligatorio
Servicios higiénicos públicos diferenciados por sexos	diario
Cambio regular de sábanas y mínimo (3)	diario
Cambio regular de toallas y mínimo (3)	obligatorio
Custodia de valores (individual o con caja fuerte común)	obligatorio
Guardarropa - custodia de equipaje	obligatorio
Generación de energía eléctrica para emergencia en los lugares que cuentan con red de energía eléctrica	obligatorio
Limpieza diaria de los Bungalows o cabañas del Ecolodge	obligatorio
Extintores de incendios ubicados en áreas debidamente señalizadas	obligatorio
Oficio central	obligatorio
Personal calificado (1)	obligatorio
Personal uniformado (las 24 horas)	obligatorio
Guías especializados en Ecoturismo, conocedores de las comunidades nativas, la fauna y la flora locales	obligatorio
Sala de interpretación	obligatorio
Código de Ética a disposición de los huéspedes	obligatorio
Servicio de gastronomía priorizando la local	obligatorio

Botiquín de primeros auxilios, incluyendo sueros antiofídicos y otros animales ponzoñosos	obligatorio
Equipo de comunicaciones para casos de emergencia	
CONSIDERACIONES GENERALES	
- El área mínima corresponde al área útil y no incluye el área que ocupan los muros	
- Los servicios higiénicos públicos se ubicarán en el hall de recepción o en zonas adyacentes al mismo	
- La edificación deberá guardar armonía con el entorno en el que se ubique el establecimiento de Hospedaje	
- El Ecolodge debe ser construido con materiales naturales propios de la zona, debiendo guardar estrecha armonía con su entorno natural, con especial énfasis en la generación de energía, que preferentemente debe ser de fuentes renovables, como la solar, eólica, etc., así como implementar el manejo de sus residuos.	
- Los operadores de Ecolodges, son responsables de las aguas negras y la disposición de desechos que se produzcan como resultado de los residuos comerciales generados en sus instalaciones, de acuerdo a lo contemplado en la Ley N° 27314 Ley General de Residuos Sólidos	
- En lugares que no cuenten con red de energía eléctrica se podrá exonerar el uso de artefactos eléctricos.	
(1) Definiciones contenidas en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje	
(2) Se tomará en cuenta la temperatura promedio de la zona	
(3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios medioambientales y otros.	

1.3.4 Disponibilidad a pagar

El Diccionario de Economía (s/f) define “la disposición a pagar (DAP) como un concepto que expresa la cantidad máxima que pagaría un consumidor por adquirir un determinado bien, o un usuario para disponer de un determinado servicio”.

1.3.4.1 Método de valoración contingente (MVC)

Para poder entender mejor la disponibilidad a pagar, se hace mención al Método de Valoración Contingente:

Es un método directo o hipotético que se basa en la información que proporcionan las mismas personas cuando se les pregunta sobre la valoración del bien que se estudia. Este método permite estimar valores económicos para una amplia gama de bienes no mercadeable, puesto que el método busca determinar los beneficios sociales generados por el acceso a un bien ambiental. El procedimiento consiste en preguntar a los agentes involucrados su disposición a pagar por un cambio en la provisión del bien público en cuestión, la elaboración del cuestionario es una de las partes más esenciales ya que de esta depende el éxito del estudio de valoración y así evitar el sesgo en la información obtenida, para lo cual es importante considerar tres secciones: Información general del encuestado, escenario de valoración y pregunta sobre la disponibilidad a pagar. A su vez se puede usar diferentes formatos para conocer la disponibilidad a pagar de las personas encuestadas siendo: formato abierto, formato subasta y formato referéndum. Esta técnica de valoración es también conocida con el nombre de construcción de mercados hipotéticos o de construcción de preferencias busca averiguar el valor que asignan las personas a bienes ambientales y

recursos naturales a partir de la respuesta a preguntas de disponibilidad a pagar. (Cayo, 2014)

1.3.5 Preocupación Ambiental

Según Bermúdez (s/f) define a la preocupación ambiental “como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, comprender cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y cómo esto afecta el futuro de nuestro espacio”.

Por lo explicado anteriormente, se entiende a la preocupación ambiental, al entendimiento de la protección del ambiente. Además, Según González (2002) define a la preocupación ambiental como “la actitud de carácter general hacia el ambiente o al conjunto de orientaciones más o menos específicas que los seres humanos mantenemos hacia los diferentes temas o sucesos medioambientales”.

Es decir que la preocupación ambiental es la actitud que se toma ante una situación de carácter ambiental.

El Autor González (s/f), hace referencia:

Que la preocupación ambiental se analiza a través de tres dimensiones: la percepción de los problemas ambientales, la implicación de las conductas ecológicas y el apoyo a la regulación medio ambiental. Haciendo referencia a estos aspectos, la preocupación ambiental se toma en consideración para tratar de prevenir y luchar con los problemas ambientales. (Samdahl y Robertson, 1989)

Según González (2002) menciona que “existe una serie de factores que son incluidos en la preocupación ambiental, los cuales se detallan en el siguiente cuadro”.

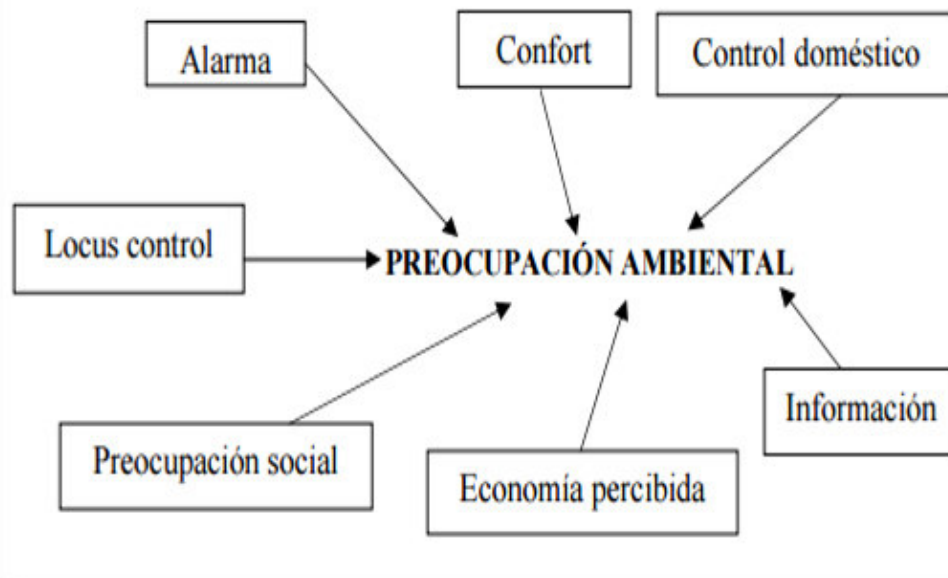


Figura 3. Factores implicados en la preocupación ambiental (González, 2000)

1.3.6 La Teoría de la Acción Razonada

Según Reyes. L (2007) menciona “La teoría de la acción de la acción razonada, es una teoría general de la conducta humana que trata de la relación entre creencias, actitudes, intenciones y comportamiento, los cuales se encuentran relacionados con la toma de decisiones a nivel conductual” (p 69)

Asímismo, Reyes (2007) afirma que “la formulación básica de la teoría de la acción razonada parte del supuesto de que los seres humanos son esencialmente racionales y que esta cualidad les permite hacer uso de la información disponible para el ejercicio de las acciones o conductos emprendidas. Con esa información intentan realizar o no determinada conducta social. Agregan que la volición de los individuos determina estas conductas sociales. De tal suerte que la intención, voluntad y razonamiento, generalmente, dirigen la mayoría de las acciones sociales de los individuos. Fishbein y Ajzen no aprueban el punto de vista que afirma que la conducta social es controlada por motivos inconscientes o deseos irresistibles, conductas caprichosas e irreflexibles, la teoría asevera que es posible predecir las conductas desde las actitudes, las intenciones conductuales y las creencias en

relación a la influencia social y a la predisposición del sujeto hacia esta última. Esto es: el sujeto evalúa los atributos o consecuencias de ejecutar la conducta objeto de la actitud. La TAR afirma que la intención de una persona para llevar a cabo o no una conducta es la determinante inmediata de una acción. De esta forma la teoría se relaciona con la predicción y el entendimiento de los factores que llevan a formar y cambiar las intenciones conductuales” (p 69)

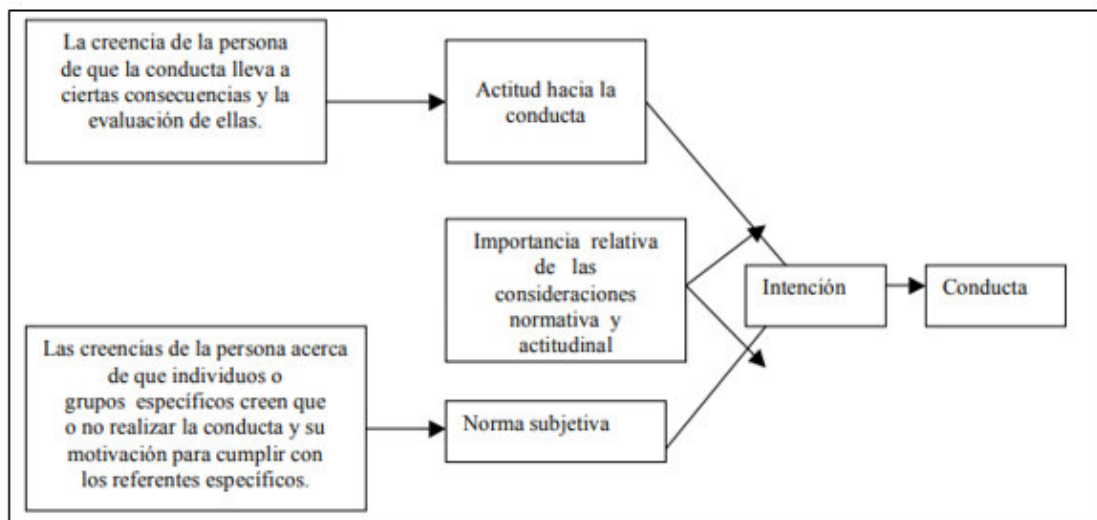


Figura 4. La teoría de la acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes (Reyes. L, 2007)

Fishbein (1980) explica que las flechas que se encuentran en la Figura 4 indican la dirección de la influencia.

Según Reyes. L (2007) “El modelo de la teoría de la acción razonada puede exponerse de forma un tanto esquemática en la Figura 4 que se presentó. La figura muestra cómo la Teoría de la acción razonada a través de una serie de constructos intervinientes, encuentra el origen de la conducta detrás de las creencias del individuo. Cada paso sucesivo en esta secuencia desde la conducta hasta las creencias proporciona una explicación más comprensiva de las causas determinantes de la conducta.” (p 71)

Según Reyes. L (2007) “La teoría de la acción razonada representa una importante aportación al estudio del comportamiento humano, ofreciendo un modelo completo

de investigación que toma en cuenta factores que en otras teorías se consideran de manera aislada, asimismo, esta teoría constituye una alternativa que involucra aspectos que se mezclan adquiriendo importancia dependiendo del momento en el que se encuentren la investigación, ya que involucra factores como las creencias, dividiéndolas en conductuales cuando son particulares a cada sujeto y normativas, cuando son manifiestas de los grupos de pertenencia: así como las actitudes, las normas subjetivas, la motivación para cumplir esas creencias y normas, y la intención hacia la realización de una conducta.” (p 66)

Según Reyes. L (2007) hace referencia al modelo propuesto por Fishbein y Ajzen (1980) mencionado que el “modelo es sumamente completo y permite obtener mayor seguridad en la medición de los factores determinantes de la conducta. Factores que suelen ser identificados por la psicología social simplemente dentro de la categoría actitud, pero que en esta teoría aparecen discriminados. Se toman en cuenta factores individuales como grupales, siendo esta, una de las principales ventajas técnicas. Otra ventaja consiste en abordar el contexto donde tienen lugar estos factores con la suficiente flexibilidad para permitir distinguirlos y medir su ocurrencia.” (p 66)

Cabe resaltar que Reyes. L (2007) menciona que “La teoría de la acción razonada, consiste en elaborar un índice de probabilidad de la intención hacia la conducta que relaciona la actitud con las creencias del individuo. La teoría de la acción razonada, es un predictor, un juicio probabilístico en el que puede estimarse la intención hacia la conducta directamente mediante una escala de probabilidad. La teoría de la acción razonada, puede ser utilizada para explicar diferentes comportamientos en contextos disímiles, como puede ser la salud la cultura, el ámbito laboral o el propiamente social.” (p 66)

Según lo explicado anteriormente, al poder utilizar la teoría de la acción razonada en diferentes contextos, facilita al estudio de los individuos mediante el uso de esta. Reyes (2007) resalta que “la teoría de acción razonada posibilita igual forma de oportunidad para aquellos investigadores interesados en indagar el comportamiento específico de personas y grupos en situaciones actuales” (p 67).

1.3.6.1 Creencias

Según Reyes (2007) “la creencia acerca de un objeto proporciona la base para la formación de una actitud. Es por esto que Ajzen y Fishbein hablan de tres tipos de creencias: Creencias descriptivas, inferenciales e informativas” (p 67)

Reyes (2007) hace referencia a los autores Ajzen y Fishbein (1975) que “definen la creencia como la probabilidad subjetiva de una relación entre el objeto de la creencia y algún otro objeto, concepto, valor o atributo. La formación de la creencia implica la unión entre dos aspectos determinados del mundo de un individuo, esto tiene el propósito de conseguir el entendimiento de sí mismo y de su medio ambiente” (p 67)

Reyes (2007) define a las “creencias descriptivas como aquellas que se obtienen de la información directa de un objeto dado por el individuo. En cambio, la interacción que mantiene el individuo con otra persona posibilita la formación de creencias inferenciales o de las características inobservables como la audacia de una persona. Brunner (1965 en Ajzen y Fishbein, 1980) afirman que existen dos modos de adquirir creencias no observables. La persona puede hacer uso de relaciones aprendidas previamente o recurrir a sistemas de codificación formal de la lógica. La formación de creencias inferenciales tiene su origen en las creencias descriptivas realizadas con antelación y se basan principalmente en relaciones probabilísticas entre las creencias, las cuales siguen los lineamientos del

razonamiento silogístico. Una vía muy conocida en la adquisición de creencias es la información obtenida de otros acerca de un objeto, o creencias informativas.” (p 67 – 68)

1.3.6.2 Actitudes

Reyes (2007) afirma que “una actitud se adquiere automáticamente hacia un objeto en cuanto se aprenden las asociaciones de este con otros objetos, objetos de los cuales ya se tienen actitudes previas. Estas actitudes son evaluaciones del atributo y son una función de la creencia que unen un nuevo tributo a otras características y a las evaluaciones de dichas características. Dentro de este orden de ideas al adquirir una creencia hacia un objeto, automática y simultáneamente se adquiere una actitud hacia dicho objeto. Algunas creencias con más duraderas que otras en el tiempo. Las creencias acerca de la conducta de alguien o de ese alguien suele ser pasaderas, en cambio son más estables las que se refieren a la Iglesia, el Estado o la banca, es decir aquellas que son propiamente instituciones. El modelo de expectativa – valor TAR sirve para explicar la relación entre un grupo de creencias y la actitud. Específicamente proporciona una descripción de la forma en que las creencias diferentes, y de sus respectivas evaluaciones de atributos, son combinadas e integradas en la evaluación del objeto. La evaluación del atributo contribuye a definir la actitud del individuo en proporción a la fuerza de sus creencias. Esto es, si el individuo cree con más fuerza que la realización de una conducta x le traerá consecuencias positivas, entonces no solo su actitud será positiva sino más positiva en proporción a la fuerza de su creencia.” (p 68)

Según Albarracín, Johnson y Zanna (2010) citan a los autores Eagly y Chaiken (1993) los cuales definen a la actitud como “una tendencia psicológica que se

expresa al evaluar una entidad particular con algún grado de aprobación o desaprobación”.

Asimismo, se observa que según Briñol, Falces y Becerra (s/f) “las actitudes están conformados por tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual.”

Los componentes a tomar en consideración son el componente cognitivo, es el que está compuesto por los pensamientos y creencias de la persona hacia el objeto de actitud, componente afectivo, es aquel que agrupa los sentimientos y emociones asociados hacia el objeto de actitud, y componente conductual, que consiste en recolectar todas las intenciones o disposiciones, así como los comportamientos dirigidos hacia el objeto de actitud. (Briñol, Falces y Becerra, s/f)

1.3.6.2.1 Actitudes para la elección de hoteles ecológicos

Según Jarque (2013) “no se puede garantizar una actitud predeterminada de cada turista, más se toma en consideración diferentes aspectos como la consciencia con respecto a la protección del ambiente, el respeto hacia las culturas, la aspiración hacia un turismo responsable y consiente, el cual le permita un intercambio de valores”.

1.3.6.3 Normas Subjetivas

Entre las definiciones sobre las normas subjetivas se encuentra que “La norma subjetiva es una percepción subjetiva sobre las presiones sociales para realizar la conducta e incluye, tanto la percepción de las creencias conductuales que las personas relevantes poseen acerca de si se debe o no realizar una acción, como la motivación del individuo en satisfacer dichas expectativas. Los referentes pueden ser desde un individuo que resulte relevante para la persona, como un grupo social, una comunidad, etc.” (Grupo809, 2010)

1.3.6.3.1 Tipos de Normas Subjetivas

Las normas subjetivas varían dentro de una sociedad a otra y suelen cambiar con el paso tiempo. (Grupo809, 2010)

Algunos autores definen que existen 2 tipos de normas subjetivas:

Normas injuntivas, que hacen referencia a la percepción del sujeto sobre lo que sus referentes significativos piensan con respecto a la realización de la conducta, y las normas descriptivas, hace referencia a la percepción del sujeto sobre la realización de la conducta por parte de sus referentes significativos. (Grupo809, 2010)

1.3.6.3.2 Factores que conforman las Normas Subjetivas

Las normas subjetivas están conformadas por dos factores (Anónimo, 2009):

1. Las creencias normativas, que es lo que la persona cree que las demás personas o grupos importantes para ella piensa que ella realice esa conducta. Por ejemplo: los que mis padres piensan sobre que yo estudie psicología.
2. La motivación, es decir, lo que influye en ti para cambiar o no esa conducta dependiendo de lo que esas personas o grupos piensen. Por ejemplo: la opinión de un conocido no te haría cambiar de opinión, pero lo que te diga tu pareja hace que cambies esa conducta.

1.3.6.4 Conducta

Reyes (2007) menciona que “para distinguir si una conducta es independiente del contexto situacional se hace necesario construir un concepto operacional de la conducta de interés diferenciado entre una conducta y su resultado, así como reconocer las diferencias entre una acción simple específica, y un conjunto de acciones (categoría conductual). La diferencia es importante pues solo las acciones

simples, en grado relativo o rango de conducta, son observables y medibles empíricamente hablando, no así, los resultados de la conducta ni un confuso conjunto de conductas. A la diferenciación entre unos y otros conceptos Fishbein y Ajzen denominan criterio conductual. Parece que estos autores dan en el clavo, cuando aciertan a definir operativamente las categorías y conceptos de análisis reduciéndolos a acciones simples y específicamente observables. Antes de proceder a medir la conducta de interés también debemos considerar 1) Acción, el tipo de conducta. 2) Objeto, respecto a donde está dirigida. 3) Contexto o lugar en el cual se realiza. 4) Tiempo en el que ocurre. Es necesario agregar que para cada uno de estos cuatro elementos tienen igualmente rangos que van desde lo simple a lo complejo, y pueden definirse para hacer corresponder la medición de la conducta con el criterio de interés.” (p 71 – 72)

1.3.6.4.1 Control Conductual

Según García-Allen (s/f) se define al control conductual como “variable de la personalidad, relativamente estable, que representa la atribución que una persona lleva a cabo sobre si el esfuerzo que realiza es o no contingente a su conducta”.

1.3.6.4.1.1 Causas próximas de la conducta

Según Bernardo (s/f) las causas próximas a la conducta son las siguientes:

- El estímulo, gracias a que estos ocasionan a que se desencadenen ciertas respuestas.
- El organismo, dentro del organismo se encuentra la motivación y las emociones, considerados factores que implican que se genere una serie de conductas en las personas.
- Ontogenia de la conducta, estos rasgos serán resultados de la interacción entre el ambiente y la persona.

1.3.6.5 Obligación moral percibida

La Real Academia Española (s/f) define a la Obligación como “Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos”.

También define a la moral (s/f) como “Pertenciente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva. Basado en el entendimiento o la conciencia, y no en los sentidos”.

Se puede entender como obligación moral percibida a la necesidad de notar acciones coherente y consecuente, en referencia a los valores personales.

1.3.6.5.1 Características de la Obligación Moral

Se toma en consideración como las características de la obligación moral:

- Surge de la misma persona
- No es castigado legalmente
- Implica que las personas tengan la necesidad de cumplir, sin necesidad del establecimiento de alguna norma legal.

1.3.6.6 Intención

Según la Real Academia Española (s/f) define a la Intención como “Determinación de la voluntad en orden a un fin.”

1.3.6.6.1 La Intención de Compra

Según Torres & Padilla (2013) definen la intención de compra como “la proyección futura del comportamiento del consumidor que va a contribuir significativamente a configurar sus actitudes”.

Es decir que la intención de compra permite conocer la conducta de compra posterior o sucesiva. Cabe mencionar que también se considera como intención de compra a la disposición que tiene la persona encuestada en adquirir un producto o servicio.

Además, según Marketing Directo (s/f) la intención de compra “es la preferencia por una marca o producto por encima del resto de las opciones competidores”.

También se toma en consideración que “La intención de compra se define como qué tan susceptible es un encuestado a comprar un producto o concepto” (como se cita en Torres & Padilla, 2013)

La intención de compra vendría a ser una proyección de lo que el consumidor desea adquirir a futuro, permitiendo así el poder determinar si el consumidor adquirirá un nuevo producto y/ servicio del mercado. (Torres & Padilla, 2013)

1.3.6.7 El precio

El precio se debe tomar en consideración al momento de optar por la elección de algún producto y/o servicio, según Sulser & Pedroza (2004) define al precio como “la cantidad de unidades monetarias que pagamos por adquirir un producto o servicio. Es una medida cuantitativa, que nos indica el valor de un producto o servicio”, según la Real Academia Española preferencia es “la elección de alguien o algo entre varias personas o cosas”

Los potenciales consumidores necesitan comparar la diferencia de precios que existe entre un Ecolodge y un hotel tradicional, por ello en la Tabla 9 se detallan, a continuación, los precios de un Ecolodge comparado a un Hotel que se encuentra ubicado en su misma zona local.

Tabla 9. Cuadro de Precios de los Ecolodges y Hoteles del Perú

PUERTO MALDONADO						
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios				
		Simple		Doble	Triple	
Ecolodge	Wasai Puerto Maldonado	S/	219.00	S/	279.00	S/ -
	Eco Lodge					
PUERTO MALDONADO						
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios				
		Simple		Doble	Triple	
Hotel 1 estrella	El Huerto	S/	66.00	S/	92.00	S/ 128.00
Hotel 2 estrellas	La Torre Valsai	S/	115.00	S/	131.00	S/ 164.00
Hotel 3 estrellas	Hotel Cabaña Quinta	S/	115.00	S/	180.00	S/ 279.00
CUSCO						
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios				
		Simple		Doble	Triple	
Ecolodge	La Quinta Ecohotel	S/		S/		S/
			300.00		360.00	450.00
CUSCO						
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios				
		Simple		Doble	Triple	
Hotel 1 estrella	La Casa del Inka	S/		S/		S/
			33.00		76.00	104.00
Hotel 2 estrellas	Amaru Valle Hotel	S/		S/		S/
			174.00		224.00	274.00
Hotel 3 estrellas	Hotel Arcángel	S/		S/		S/
			179.00		214.00	279.00
Hotel 4 estrellas	Wayquey Lodge	S/		S/		S/
			299.00		495.00	537.00
Hotel 5 estrellas	Casa Andina Premium	S/	-	S/	-	S/
	Cusco					630.00
AREQUIPA - VALLE DEL COLCA						
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios				
		Simple		Doble	Triple	
Ecolodges	Killawasi Lodge Colca Perú	S/		S/		S/
			351.00		378.00	469.00

AREQUIPA - VALLE DEL COLCA				
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios		
		Simple	Doble	Triple
Hotel 1 estrella	Kollawas Home In	S/ 66.00	S/ 105.00	S/ 155.00
Hotel 2 estrellas	Miskiwasí Bed & Breakfast	S/ 176.00	S/ 240.00	S/ 304.00
AREQUIPA - VALLE DEL COLCA				
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios		
		Simple	Doble	Triple
Hotel 3 estrellas	Tradición Colca	S/ 164.00	S/ 210.00	S/ 246.00
Hotel 4 estrellas	Colca Lodge Spa & Hot Springs	S/ -	S/ 614.00	S/ 697.00
Hotel 5 estrellas	Belmond las casitas	S/ -	S/ 1,480.00	S/ 1,726.00
CANETE				
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios		
		Simple	Doble	Triple
Ecolodges	Hotel Ecológico de Lima - Casa Verde	S/ 189.00	S/ 189.00	S/ 236.00
CANETE				
Tipo de Establecimiento	Nombre del Hotel	Precios		
		Simple	Doble	Triple
Hotel 1 estrella	Puesta de Sol	S/ 72.00	S/ 85.00	S/ 154.00
Hotel 2 estrellas	Las Palmeras de Asia	S/ 112.00	S/ 124.00	S/ -

Fuente: Booking (s/f)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principales y específicas

Hipótesis general

La población del Sector “A” de Lima metropolitana tiene una intención favorable en un 60% de alojarse en un Ecolodge.

Hipótesis específicas

1. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la preocupación ambiental en un 40% para alojarse en un Ecolodge.
2. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la obligación moral en un 50% para alojarse en un Ecolodge.
3. El 60% de la población del Sector “A” de Lima metropolitana tiene una disponibilidad a pagar entre S/.200.00 y S/.300.00 equivalente a un Hotel de 4 Estrellas.

2.2. Variables y definición operacional

a) Intención

1. Dimensiones

- Intención de alojarse en un Ecolodge

2. Indicadores

- Porcentaje de intención de alojamiento en un Ecolodge

3. Instrumento

- Cuestionario

b) Preocupación Ambiental

1. Dimensiones

- Normas subjetivas

2. Indicadores

- Porcentaje de influencia de la preocupación ambiental.

3. Instrumento

- Cuestionario

c) Obligación Moral Percibida

1. Dimensiones

- Normas Subjetivas

2. Indicadores

- Porcentaje de influencia de la obligación moral percibida

3. Instrumento

- Cuestionario

d) Disponibilidad a pagar

1. Dimensiones

- Actitud

2. Indicadores

- Disponibilidad a pagar medida a través del precio

3. Instrumento

- Cuestionario

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

2.1. Diseño metodológico

El autor resalta que:

El Diseño Descriptivo Simple permite especificar las propiedades, características o perfiles con los que cuentan un grupo de personas, consumidores o muestra para determinar la inclinación o preferencia hacia un bien o servicio; además se trabaja con muestras medianas, a las que se aplica el instrumento de recolección de datos. (Vara, 2012)

Por ello, la presente investigación utiliza un Diseño Descriptivo Simple porque permitirá determinar el efecto de la preocupación ambiental en la intención de compra de los potenciales consumidores del Sector “A” de Lima metropolitana hacia los Ecolodge.

2.2. Diseño muestral

2.2.1. Potenciales consumidores

Según García-Uceda Mariola (2011) los potenciales consumidores son “todas aquellas personas que no son consumidores actuales, pero pueden llegar a serlo. En general todo mercado lo debemos considerar como un conjunto de consumidores potenciales, esto es como un conjunto de personas con necesidades y motivos, con dinero para gastar, y con deseo de gastarlo”.

Los consumidores potenciales son importantes en el mercado, dado que en ellos se basa el crecimiento y desarrollo del nuevo producto y/o servicio.

2.2.2. Clasificación de Clientes Potenciales

Existen dos clasificaciones para los clientes potenciales, según Gestionarios (2009), los clientes potenciales se dividen en clientes activos e inactivos, dentro de

los cuales los clientes activos se clasifican en: Cliente frecuente, posible consumidor y posible cliente influyente.

Tomando en consideración la clasificación de los clientes potenciales, se logra identificar como un factor importante el lograr captar la atención de estos, porque podrían convertirse en clientes actuales.

2.2.3. Características de Clientes Potenciales

Según Navarro (2006), los clientes potenciales cuentan con una serie de patrones que permitirán identificar a los clientes potenciales en el mercado:

- a) Patrón Socio-Cultural, en este aspecto se estudia la formación y cultura adquirida; tales como la educación, costumbres, hábitos familiares, ubicación geográfica, etc. (Navarro, 2006)
- b) Estrato Social- Económico, se puede apreciar una segmentación de clases según la situación económica las actitudes de compra serán distintas. (Navarro, 2006)
- c) El patrón social, factores tales como la edad determinan los gustos y preferencias, por ejemplo, los jóvenes prefieren la moda casual, las personas de edad madura son más sobrias y serias, como también, el estilo de un soltero, es diferente al de un casado. (Navarro, 2006)

2.2.4. Consumidores potenciales de Ecolodge

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, los potenciales consumidores de los Ecolodge pertenecerían al Sector "A" de los distritos de San Isidro, Miraflores y San Borja, ya que según la INEI (2016), estos son los distritos de Lima metropolitana que cuentan con hogares con mayor ingreso per cápita, siendo este de S/. 2192.20 a más. Cabe resaltar que estos son los distritos de Lima metropolitana que mayor población en el Sector "A" tienen.

- **Universo**

Para el presente estudio se utilizará como universo toda persona que cumpla con las siguientes características claves para ser considerado un potencial consumidor de un Ecolodge:

- Hombre o mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años
- Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles
- Cabeza de familia

Según INEI (2016) la población perteneciente al Sector económico “A” representa el 35.9 % de la población de Lima Metropolitana. Por ello, se tomó en consideración elegir los distritos que contaran con mayor presencia del Sector económico “A” en su población, siendo estos los distritos de San Isidro, Miraflores y San Borja. Otro factor que se consideró fue el poder adquisitivo para realizar viajes por vacaciones y poder optar por alojarse en un Ecolodge. Debido a que los distritos mencionados anteriormente tienen la mayoría de habitantes que pertenecen al Sector “A”, se asume que son el sector más adecuado para ser tomado como muestra. En la Figura 5, se puede observar lo anteriormente mencionado.

Distrito de San Isidro

POBLACIÓN Y MANZANAS (UNIDADES)				
ESTRATO	INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Nuevos soles)	PERSONAS	HOGARES	MANZANAS
Alto	2 192,20 a más	29 833	10 796	569
Medio alto	1 330,10 - 2 192,19	0	0	0
Medio	899,00 - 1 330,09	0	0	0
Medio bajo	575,70 - 898,99	0	0	0
Bajo	Menor de 575,69	0	0	0
TOTAL		29 833	10 796	569

Figura 5. Distrito de San Isidro a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar

Fuente: INEI,2016

Distrito de Miraflores

POBLACIÓN Y MANZANAS (UNIDADES)				
ESTRATO	INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Nuevos soles)	PERSONAS	HOGARES	MANZANAS
Alto	2 192,20 a más	53 157	20 578	635
Medio alto	1 330,10 - 2 192,19	3 097	1 022	33
Medio	899,00 - 1 330,09	42	13	2
Medio bajo	575,70 - 898,99	0	0	0
Bajo	Menor de 575,69	0	0	0
TOTAL		56,296	21 613	670

Figura 6. Distrito de Miraflores a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar

Fuente: INEI,2016

Distrito de San Borja

POBLACIÓN Y MANZANAS (UNIDADES)				
ESTRATO	INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Nuevos soles)	PERSONAS	HOGARES	MANZANAS
Alto	2 192,20 a más	67 395	20 529	657
Medio alto	1 330,10 - 2 192,19	13 867	4 039	162
Medio	899,00 - 1 330,09	1 147	291	10
Medio bajo	575,70 - 898,99	327	85	2
Bajo	Menor de 575,69	0	0	0
TOTAL		82 736	24 944	831

Figura 7. Distritos de San Borja Plano Estratificado a Nivel de Manzana por Ingreso Per Cápita del Hogar

Fuente: INEI,2016

Tabla 10. Cuadro del Ingreso Per Cápita de la Población y Manzanas de los distritos de San Isidro, Miraflores y San Borja.

Estrato	Ingreso per cápita por hogares (nuevos soles)	Personas	Hogares	Manzanas
Alto	2 192, 20 a más	150385	51903	1861
Medio alto	1 330,10 - 2, 192.19	16964	5061	195
Medio	899,00 - 1 330.09	1189	304	12
Medio bajo	575,70 - 898,99	327	85	2
Bajo	Menor de 575,69	0	0	0
TOTAL		168865	57353	2070

Fuente: INEI,2016

Elaboración: Elaboración Propia

Según el autor menciona:

Las muestras medianas son usuales en los diseños descriptivos, esta muestra está conformada entre 30 a 100 personas, estas pueden ser personas pertenecientes a gremios, emporios, empresas, etc. (Vara, 2012)

Como el estudio es descriptivo simple tomaremos en cuenta el trabajar con una muestra donde todos los encuestados cumplan con las características antes descritas y siendo un estudio exploratorio, se ha determinado que se considera una muestra censal de 45 personas.

Para la investigación planteadas, las personas seleccionan conforman parte de la empresa donde los investigadores laboran, informar que las empresas están ubicadas en los distritos de Surco y Miraflores; y las personas seleccionadas viven en los distritos ubicados en el sector de “A” de Lima Metropolitana.

- **Tipo de Muestreo**

Se realizará un muestreo no probabilístico por conveniencia. Según Espinoza (2016) menciona “es la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de Investigación”.

Así mismo, Otzen, T. & Manterola C (2017) mencionan que “El muestreo no probabilístico con intención, permite seleccionar casos característicos de una población limitando la muestra sólo a estos casos”

- **Muestra**

Según Hayes (1999) existen tres métodos de muestreo: censal, con base en el criterio personal y estadístico. La muestra censal está constituida por toda la población, este tipo de método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de todos los participantes o cuando se cuenta con una base de datos de fácil acceso.

La muestra que se toma a consideración es censal por que la conformación de la muestra son todas las personas seleccionadas previamente a la investigación, es decir que se seleccionó a los encuestados a criterio de proximidad, veracidad de información comprobada. Además, resaltar que la muestra es censal porque se seleccionó al 100% de la población escogida al considerar que es una cantidad manejable. Así mismo mencionar que Ramírez (1997) menciona que “una muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra” (p.77.)

- **Criterios de inclusión y exclusión**

- Hombres y mujeres del Sector “A”.
- Personas conocedoras del cuidado del ambiente.
- Cabezas de familia de los hogares.
- Edades comprendidas: 30 – 50 años
- Sueldo: Mayor a S/. 5,000.00

- **Unidad de Muestreo**

- Un hombre o mujer mayor o igual a 30 años y menor o igual a 50 años del Sector “A”.

- **Unidad de Análisis**

- Habitante del Sector “A”.

2.3. Técnicas de recolección de datos

En la presente investigación se empleó un cuestionario como instrumento de recolección de datos.

- **Procedimiento de recolección de datos**

La presente investigación se realizó ejecutando el siguiente procedimiento:

1. Formulación de los enunciados para realizar el cuestionario estructurado.

2. Validación de formato de preguntas con estudio previo.

Al momento de realizar el trabajo de campo:

1. Informar al encuestado sobre los Ecolodge además de brindarle un pequeño resumen sobre la encuesta.
2. Aplicación del cuestionario.
3. Una vez culminado la realización de los cuestionarios, ordenar los cuestionarios para poder realizar su respectivo análisis.
4. Pasar la información a la computadora, para obtener los gráficos donde se puedan observar los resultados.
5. Verificar si los resultados de las encuestas responden al objetivo de la investigación.
6. Luego de este proceso se procedió a transcribir la información Ms. Word

2.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Confiabilidad

El instrumento proviene de la literatura, luego de la evaluación de la validez se evalúa la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach.

Validez

La validez empleada para la presente investigación es la denominada “Validez de Contenido”.

El autor define lo siguiente:

Consiste en someter el contenido del instrumento de recolección de datos a la valoración de investigadores y expertos en el tema, con el fin de evaluar el grado de todas las variables que se desean medir. (Vara, 2012)

2.5. Aspectos éticos

Para poder lograr la realización de los cuestionarios, se tomará en consideración informar de forma resumida los objetivos del trabajo de investigación, con el fin de obtener como resultado el consentimiento de las personas en participar, se guardó absoluta confidencialidad de la información de los encuestados manteniendo en anonimato los cuestionarios.

Así mismo resaltar que la presente investigación es auténtico y original.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

3.1. Resultados de la investigación

3.1.1. Descripción de la muestra

Para la presente investigación se tomó en consideración una población finita, conformada por las cabezas de familia del sector económico “A” de Lima metropolitana, que tengan un ingreso económico mayor a S/.5000.00 (cinco mil soles) que son un total de 45 personas. El cuestionario se aplicó a una muestra de 45 personas, que se encontraban en Lima metropolitana, y en base a ello se obtuvieron los siguientes resultados detallados en la Tabla 10

Tabla 11. Descripción de la muestra

Consumidor	Mujer	Hombre
Encuestados	36.00%	64.00%

Fuente: Elaboración Propia, 2018.

a) Distribución por sexo

El total de los encuestados como se señala anteriormente corresponde a 45 personas. Dentro de las características demográficas que destacan en los encuestados es la distribución por sexo. En los cuestionarios realizados se obtuvo que los hombres tenían un mayor porcentaje de presencia con un 64% por encima de las mujeres con un 36%, tal y como lo muestra la Figura 8.



Figura 8. Distribución de los encuestados por sexo (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

3.1.2. . Fiabilidad y Validez

Según Vara (2012) “para determinar la consistencia interna, se usó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach que indica el grado de consistencia interna entre los ítems cuando este tiene valores superiores a 0.7”.

Tabla 12. Fiabilidad de escalas:
 Analisis de consistencia interna

Número de ítems	Alfa de Cronbach
45	0.79024526

Fuente: 45 cuestionarios a los potenciales consumidores que residen en Lima Metropolitana. (2018)

3.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.

3.1.3.1. La intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Tabla 13. Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
Desacuerdo	5	11,1	11,1	13,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	33,3	33,3	46,7
De acuerdo	22	48,9	48,9	95,6
Muy de acuerdo	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 14. He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
Desacuerdo	1	2,2	2,2	4,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	26,7	26,7	31,1
De acuerdo	24	53,3	53,3	84,4
Muy de acuerdo	7	15,6	15,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 15. Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	4	8,9	8,9	8,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	26,7	26,7	35,6
De acuerdo	27	60,0	60,0	95,6
Muy de acuerdo	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Según las tablas anteriores las personas si tienen la intención de hospedarse en un Ecolodge, ya que independientemente del precio las personas están disponibles y toman en consideración la opción de alojarse en un Ecolodge las veces que viajen.

Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.

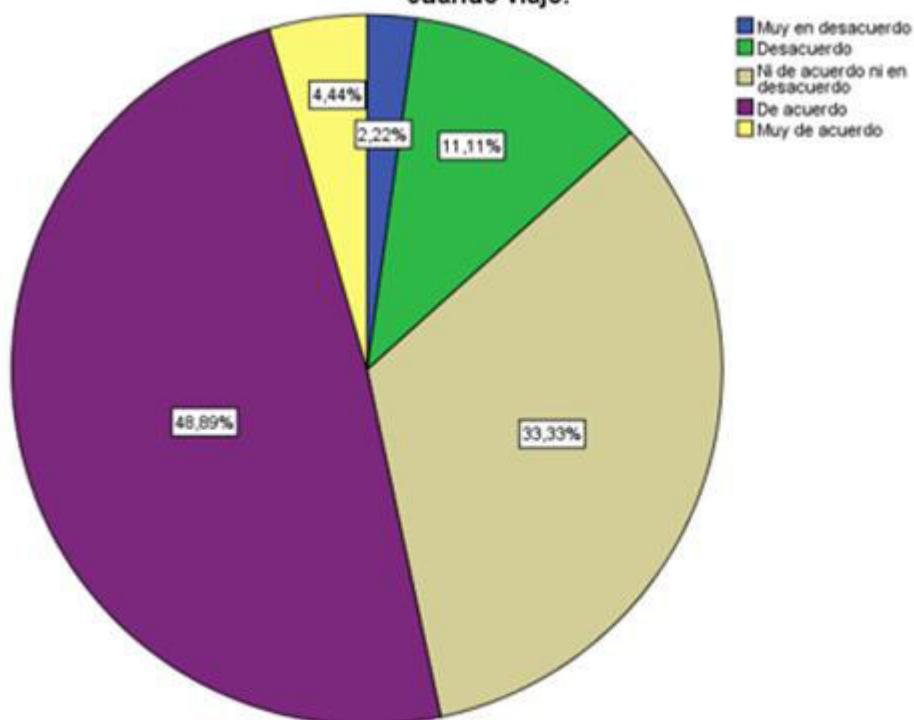


Figura 9. Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 9 se observa que independientemente del costo el 48.89% de los encuestados están dispuestos a alojarse en un Ecolodge, siendo este un porcentaje significativo en comparación al 2.2% de encuestados que consideran que el factor precio es determinante para elegir un hospedaje en las oportunidades que viajan.

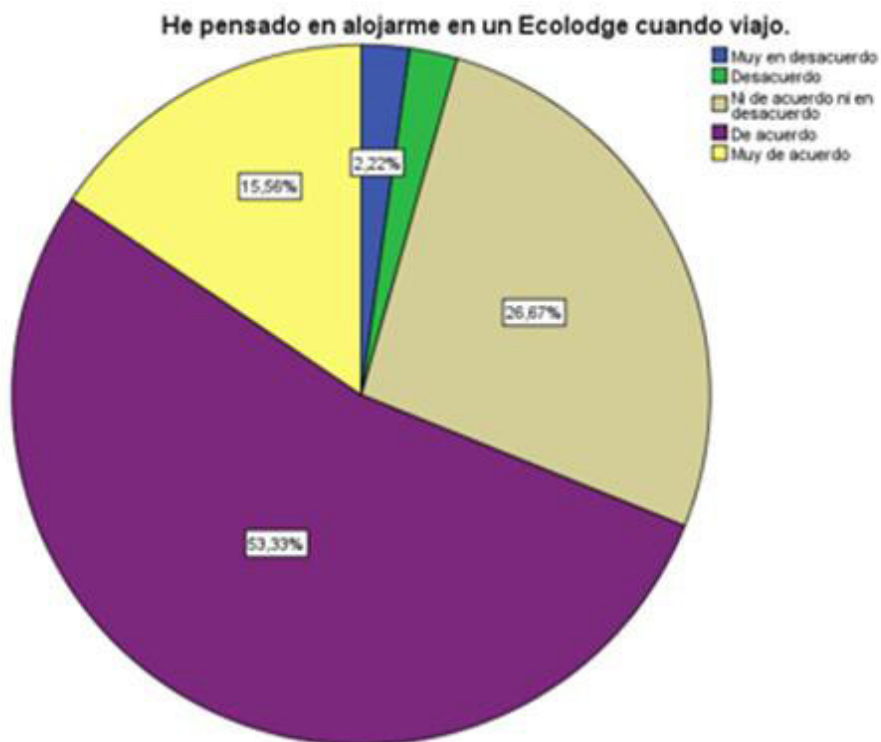


Figura 10 . He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 10 se observa que el 53.33% de los encuestados piensan en los Ecolodge como una opción de alojamiento cuando viajan, siendo indiferente el considerar a los Ecolodge como una opción de hospedaje al 26.87% de los encuestados.

Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .

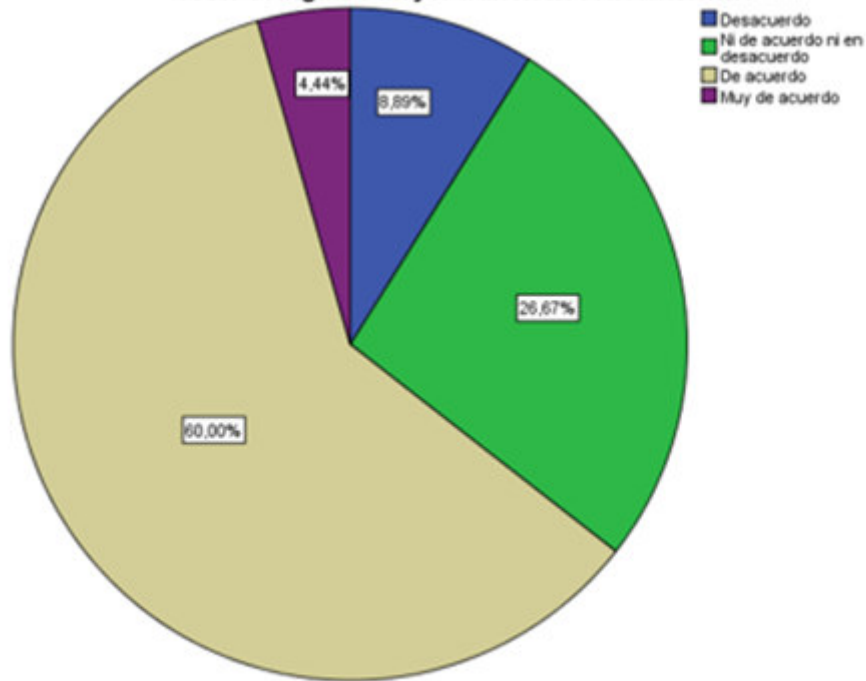


Figura 11. Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 11 se observa que el 60% de los encuestados harían un esfuerzo para alojarse en un Ecolodge aun cuando el precio del alojamiento sea igual o mayor al de un hotel convencional, mientras que el 26.67% de las personas encuestadas muestran desinterés ante esta afirmación.

3.1.3.2. La influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Tabla 16. Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	11,1	11,1	13,3
	De acuerdo	20	44,4	44,4	57,8
	Muy de acuerdo	19	42,2	42,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 17. Creo que el hombre abusa del ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	25	55,6	55,6	55,6
	Muy de acuerdo	20	44,4	44,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 18. Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	28,9	28,9	28,9
	De acuerdo	23	51,1	51,1	80,0
	Muy de acuerdo	9	20,0	20,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 19. Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	26	57,8	57,8	64,4
	Muy de acuerdo	16	35,6	35,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 20. Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	15	33,3	33,3	33,3
	Muy de acuerdo	30	66,7	66,7	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 21. Pienso que los problemas ambientales son importantes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	18	40,0	40,0	46,7
	Muy de acuerdo	24	53,3	53,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 22. Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	26	57,8	57,8	57,8
	Muy de acuerdo	19	42,2	42,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 23. Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas ambientales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
	De acuerdo	24	53,3	53,3	55,6
	Muy de acuerdo	20	44,4	44,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Según las tablas anteriores se observa que los encuestados consideran importante el cuidado y preservación ambiental, además de creer que el hombre al interactuar con la naturaleza interfiere en ella produciendo consecuencias negativas y alterando el equilibrio natural. Este factor influye directamente en los encuestados para considerar el Ecolodge como una opción de alojamiento.

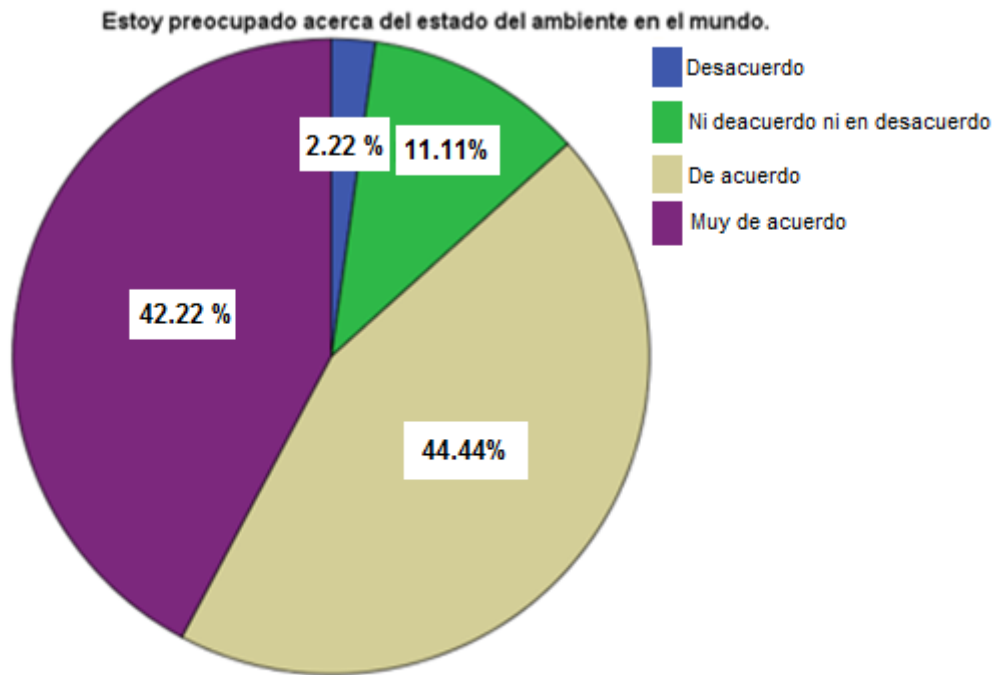


Figura 12. Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 12 el 44.44% de los encuestados muestra preocupación acerca del estado del ambiente en el mundo, además se observa que el 42.22 % de las personas encuestadas están muy preocupados por el cuidado del ambiente, obteniéndose así que el 86.66% de la muestra se preocupa por el estado ambiental del mundo, siendo este un factor determinante para ser considerados como potenciales consumidores de un Ecolodge.



Figura 13. Creo que el hombre abusa del ambiente. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 13 se observa que toda la muestra considera que el hombre abusa del ambiente, estando de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación en un 55.56% y 44.44% respectivamente.

Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.

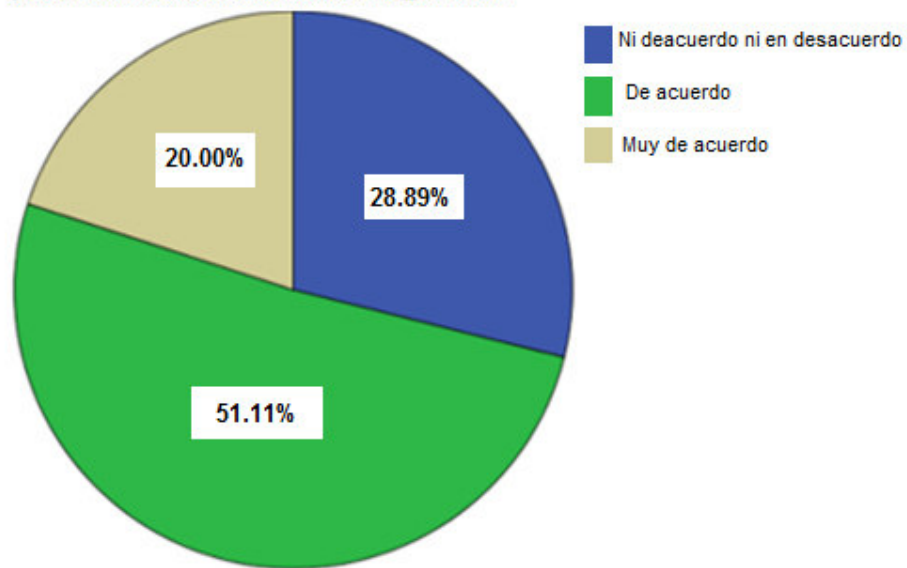


Figura 14. Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 14 se observa que el 51.11% de los encuestados considera que la interferencia del hombre con la naturaleza trae consigo consecuencias negativas para el ambiente, además se observa que al 28.89% de los encuestados les es indiferente esta afirmación, mostrando que aún existe desinterés por la población en conocer si se tiene un impacto negativo al interferir con la naturaleza.

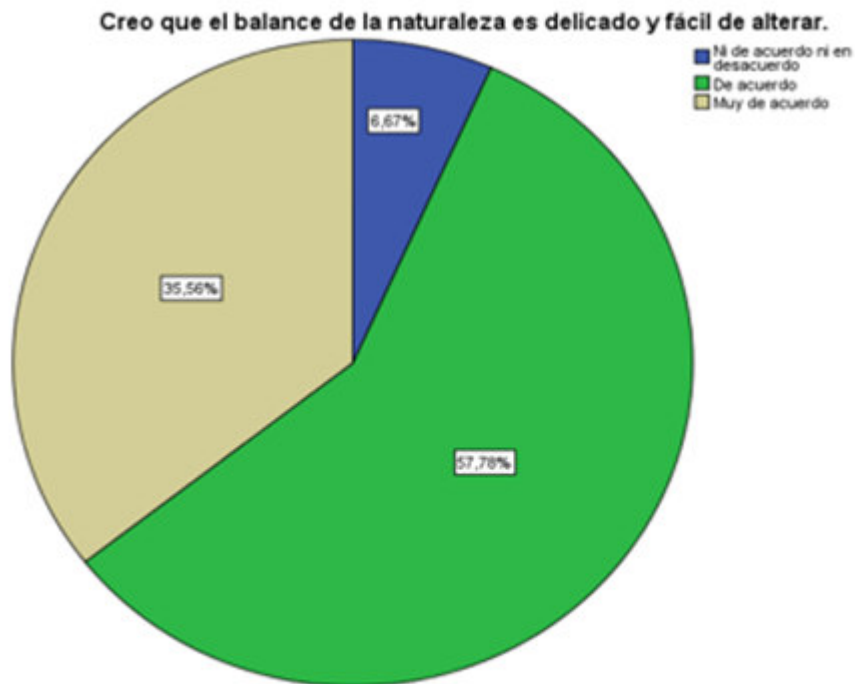


Figura 15. Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 15 se observa que el 57.78% y el 35.56% de las personas encuestadas creen que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar, estando de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación respectivamente.

Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.

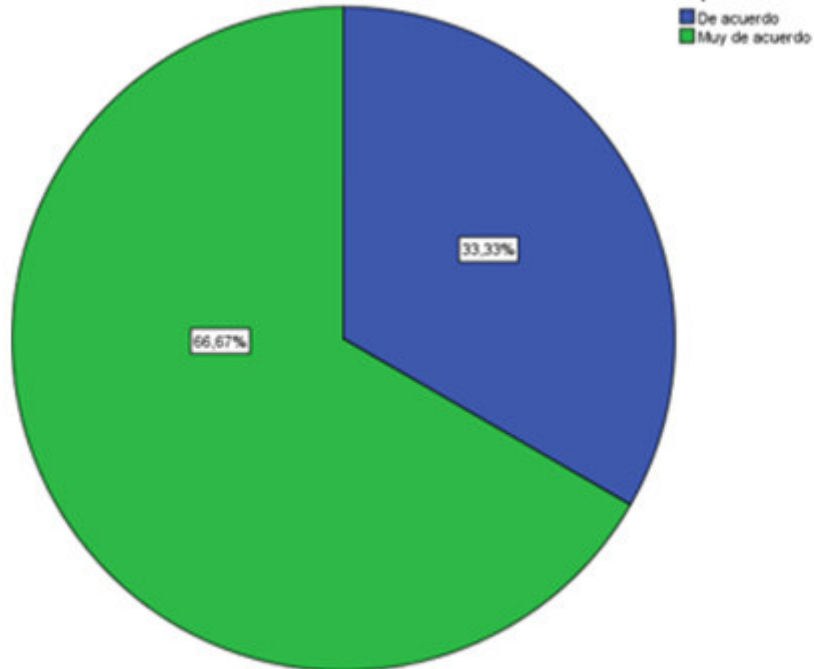


Figura 16. Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

Se observa que el 100% de la muestra considera que los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir, estando el 66.67% y 33.33% de los encuestados muy de acuerdo y de acuerdo con la afirmación respectivamente.

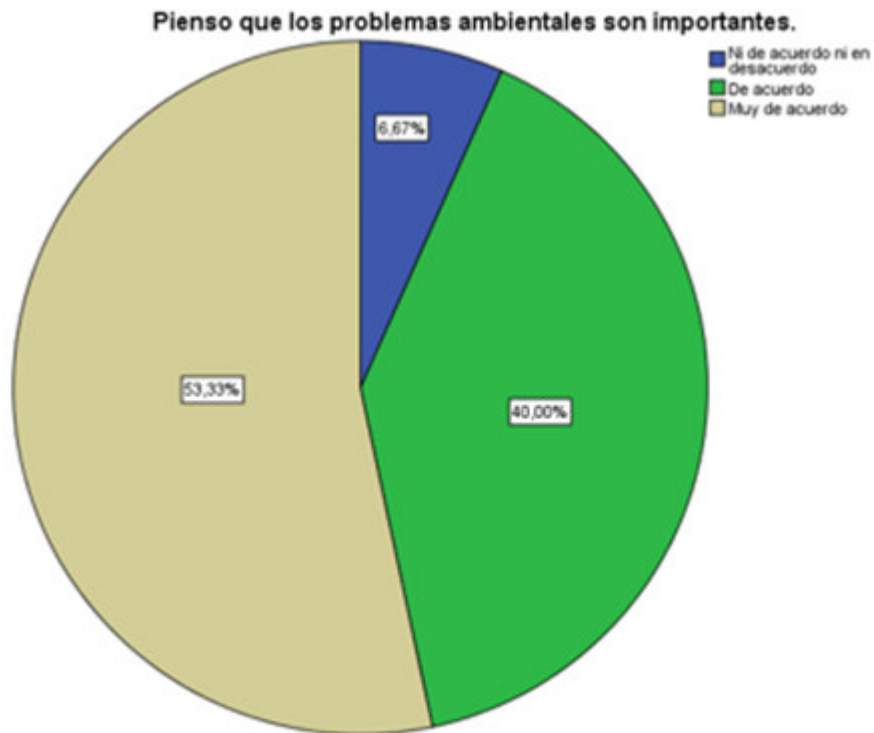


Figura 17. Pienso que los problemas ambientales son importantes.
(2018)

Fuente: Elaboración Propia.

El 53.33% de los encuestados piensa que los problemas ambientales son importantes, además se observa que un 40% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, obteniéndose que el 93.33% de la muestra piensa en los problemas ambientales como algo importante.

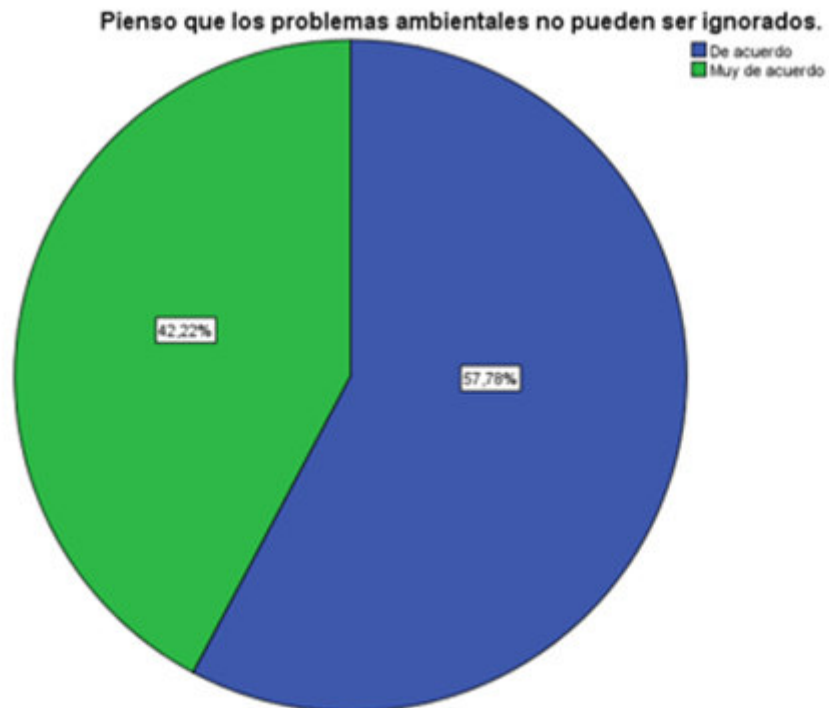


Figura 18. Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

El 100 % de la muestra piensa que los problemas ambientales no pueden ser ignorados, estando de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación en un 57.78% y 42.22% respectivamente.

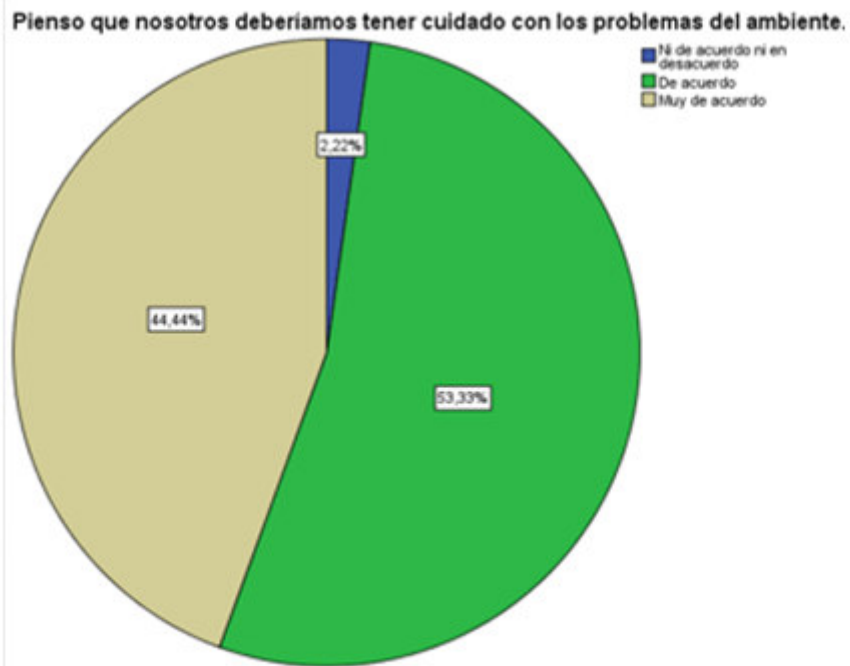


Figura 19. Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

El 53.33% de los encuestados piensa que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente, además el 44.44% de los encuestados está muy de acuerdo con esta afirmación, obteniéndose que el 97.77% de la muestra piensa que la humanidad debe tener cuidado con los problemas ambientales.

3.1.3.3. La influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Tabla 24. Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
De acuerdo	17	37,8	37,8	40,0
Muy de acuerdo	27	60,0	60,0	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 25. Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
De acuerdo	24	53,3	53,3	55,6
Muy de acuerdo	20	44,4	44,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 26. Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
De acuerdo	12	26,7	26,7	28,9
Muy de acuerdo	32	71,1	71,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Según las tablas anteriores los encuestados consideran que es obligación del ser humano el cuidar el ambiente con acciones como el realizar un turismo responsable, no botando basura en las calles y respetando los recursos naturales, por ello se considera que la obligación moral tiene influencia en la toma de decisión de hospedarse en un Ecolodge.



Figura 20. Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 20 se observa que el 60% de los encuestados está muy de acuerdo con el considerar que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales, además el 37.78% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación.



Figura 21. Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 21 se muestra que el 53.33% de los encuestados considera que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente, además se observa que 44.44% de los encuestados está muy de acuerdo con esta afirmación; obteniéndose que el 97.77% de la muestra considera al ecoturismo como una acción para cuidar el ambiente, siendo esto un factor influyente al momento de elegir un alojamiento como el Ecolodge.

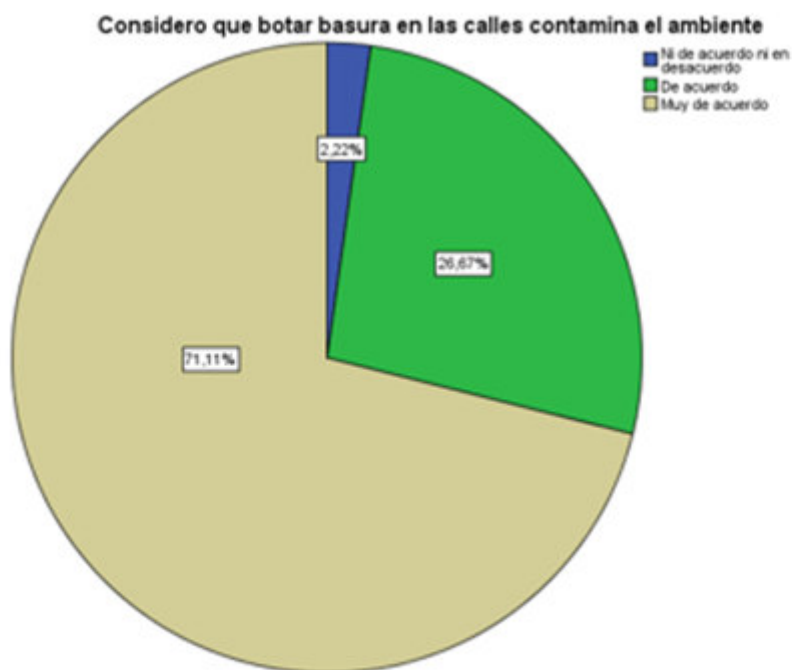


Figura 22. Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 22 se obtiene que el 71.11% de los encuestados está muy de acuerdo en considerar que el botar basura en las calles contamina el ambiente, además el 26.67% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación.

3.1.3.4. La disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Tabla 27. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 200 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	3	6,7	6,7	6,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	11,1	11,1	17,8
De acuerdo	19	42,2	42,2	60,0
Muy de acuerdo	18	40,0	40,0	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 28. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 300 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Desacuerdo	6	13,3	13,3	13,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	17,8	17,8	31,1
De acuerdo	24	53,3	53,3	84,4
Muy de acuerdo	7	15,6	15,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 29. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 400 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	1	2,2	2,2	2,2
Desacuerdo	10	22,2	22,2	24,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	33,3	33,3	57,8
De acuerdo	19	42,2	42,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 30. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 500 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	2	4,4	4,4	4,4
Desacuerdo	13	28,9	28,9	33,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	62,2	62,2	95,6
De acuerdo	2	4,4	4,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 31. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 700 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	3	6,7	6,7	6,7
Desacuerdo	31	68,9	68,9	75,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	24,4	24,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Tabla 32. Estoy dispuesto a pagar hasta S/. 1000 por noche para hospedarse en un Ecolodge.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	3	6,7	6,7	6,7
Desacuerdo	39	86,7	86,7	93,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,7	6,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración SPSS 24, 2018.

Según las tablas anteriores se observa que los encuestados están dispuestos a pagar como máximo S/300.00 (trescientos soles) para hospedarse en un Ecolodge, definiendo así que las personas indistintamente de contar con ingresos superiores, aún consideran que, para poder tomar la opción de hospedarse en un Ecolodge el precio no debería ser muy costoso.

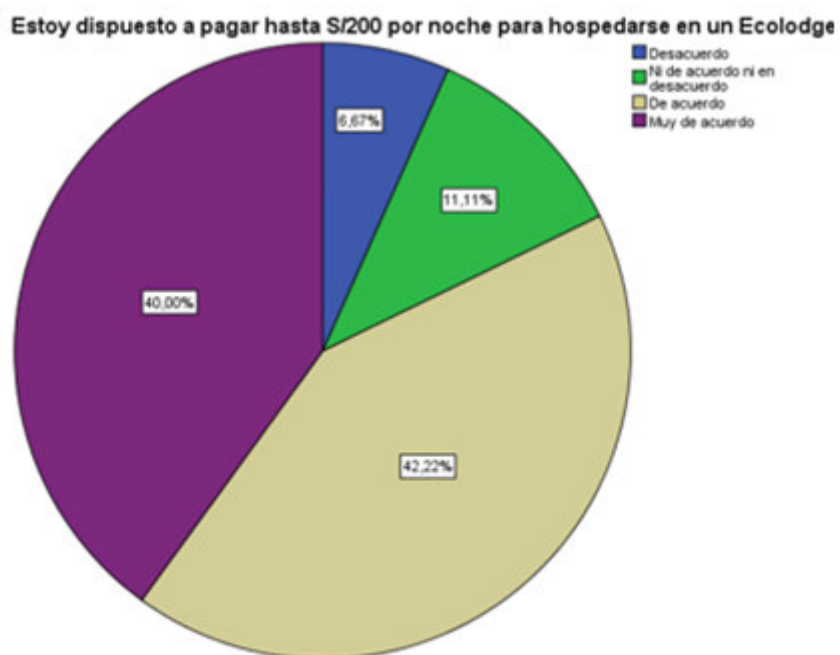


Figura 23. Estoy dispuesto a pagar S/.200.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 23 se observa que el 42.22% de los encuestados están dispuestos a pagar hasta S/.200.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge, además el 40% de los encuestados está muy de acuerdo con el precio ofrecido en esta afirmación.

Estoy dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge

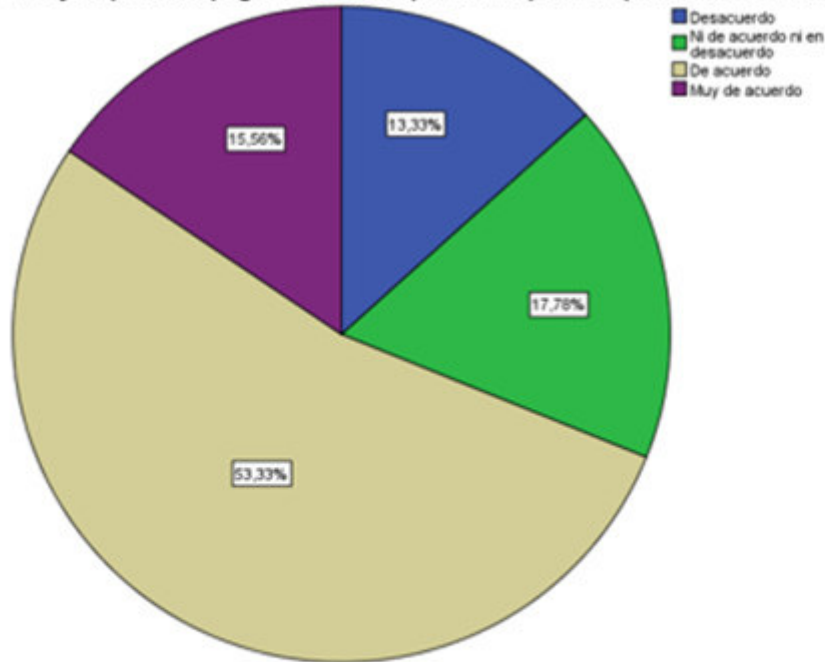


Figura 24. Estoy dispuesto a pagar S/.300.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 24 se observa que el 53.33% de los encuestados está dispuesto a pagar hasta S/.300.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. Además, se observa que 17.78% de los encuestados les es indiferente este precio establecido por noche para alojarse en un Ecolodge.

Estoy dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge

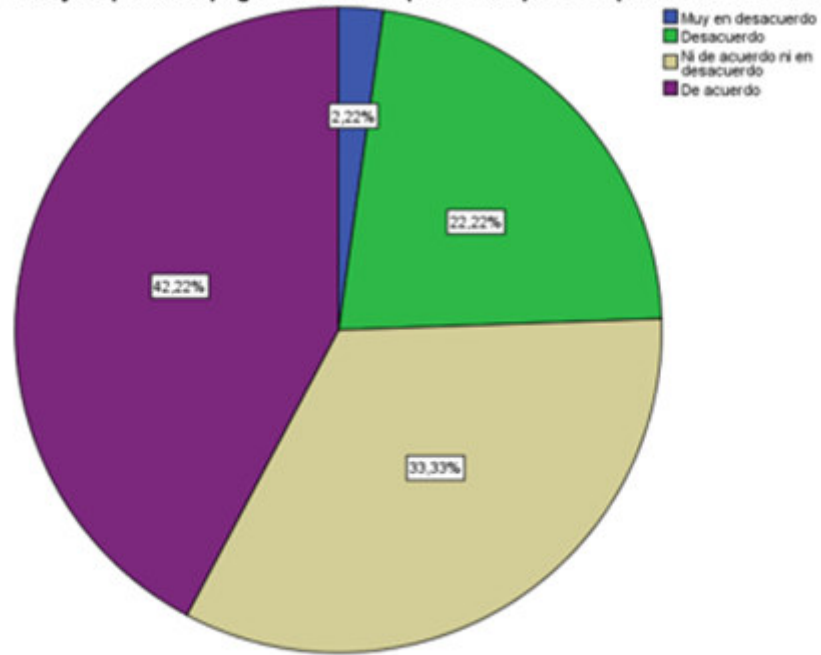


Figura 25. Estoy dispuesto a pagar S/.400.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 25 se observa que el 42.22% de los encuestados está dispuesto a pagar hasta S/.400.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. Además, se observa que el 22.22% de los encuestados no está de acuerdo con este precio, considerándolo elevado.



Figura 26. Estoy dispuesto a pagar S/.500.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)
Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 26 se observa que el 62.22% de los encuestados no está de acuerdo ni en desacuerdo con pagar hasta S/.500.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge, sin embargo, aún el 28.89% de la muestra está dispuesta a pagar este precio por noche para hospedarse en un Ecolodge.

Estoy dispuesto a pagar hasta S/700 por noche para hospedarse en un Ecolodge

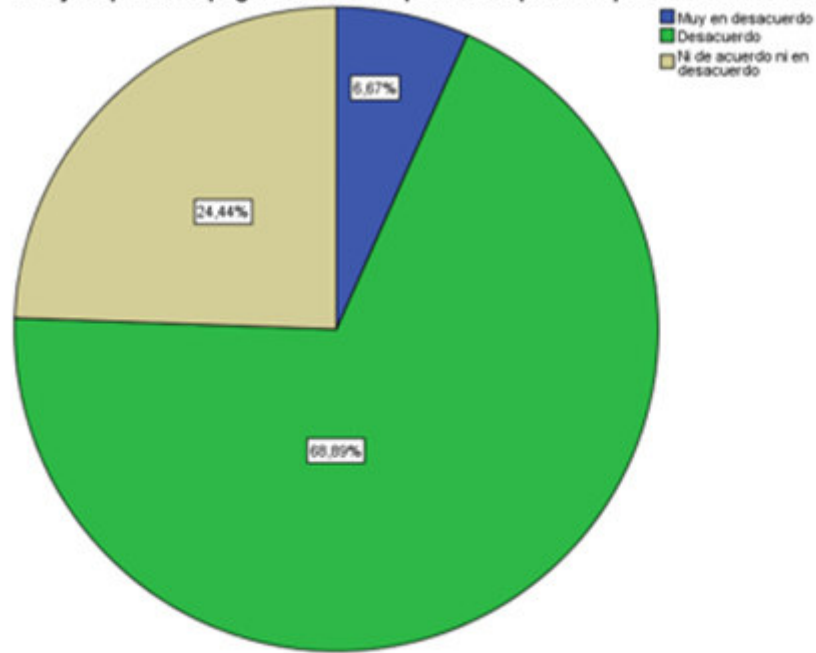


Figura 27. Estoy dispuesto a pagar S/.700.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 27 se observa que el 68.89% de los encuestados no está dispuesto a pagar hasta S/.700.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge, además se observa que ningún encuestado se encuentra de acuerdo con esta información por lo que se deduce que consideran que es un precio excesivo por este tipo de establecimiento.

Estoy dispuesto a pagar hasta S/1000 por noche para hospedarse en un Ecolodge

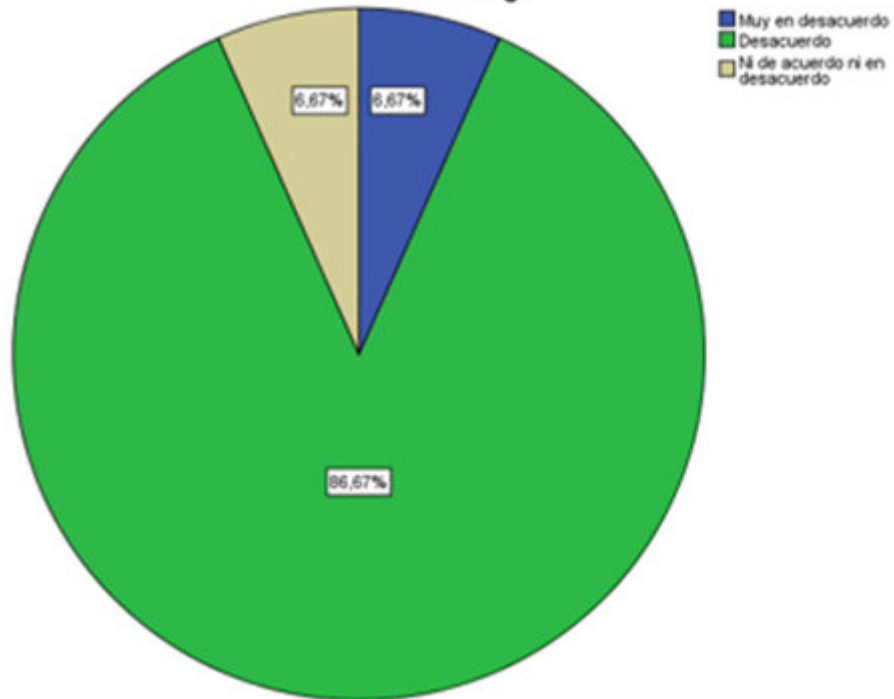


Figura 28. Estoy dispuesto a pagar S/.1000.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge. (2018)

Fuente: Elaboración Propia.

En la figura 28 se observa que el 86.67 % no está dispuesto a pagar hasta S/.1000.00 por noche para hospedarse en un Ecolodge, obteniéndose que el 93.34% del total de la muestra considera que el precio establecido en esta afirmación es excesivo para alojarse en un Ecolodge.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

4.1. Discusión de resultados

4.1.1. Los resultados indican que la intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva

Según García-Uceda Mariola (2011) define a los potenciales consumidores como “todas aquellas personas que no son consumidores actuales, pero pueden llegar a serlo. En general todo mercado lo debemos considerar como un conjunto de consumidores potenciales, esto es como un conjunto de personas con necesidades y motivos, con dinero para gastar, y con deseo de gastarlo”.

Sin duda, los Ecolodge son una nueva opción de alojamiento, que además de brindar servicios similares y muchas veces superiores a los hoteles de lujo convencionales, tienen como Plus el tema del cuidado ambiental, por ello los consumidores habituales de los hoteles de lujo hoy en día están optando por vivir nuevas experiencias al hospedarse en un Ecolodge, dando así origen a los llamados consumidores verdes.

Por tal motivo, se puede afirmar que existe una intención e inclinación positiva por parte de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

4.1.2. Los resultados indican que la influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva.

En el estudio del Impacto de un Ecolodge en el desarrollo socioeconómico de las comunidades cercanas a Rupac, se evidencio que el 97% de los encuestados (72) les gustaría alojarse en un Ecolodge cercano a la comunidad de Rupac (De Casia

Barco, 2017). El objetivo del presente trabajo es determinar la influencia de la preocupación ambiental en la intención que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

La preocupación ambiental es un tema que viene tomando fuerza con el pasar de los años, ya que ahora el ser humano se da cuenta del gran daño que se ha venido cometiendo contra la naturaleza y las consecuencias que estas acciones están trayendo; es por ello que la preocupación ambiental viene influyendo en la mentalidad de los consumidores, generando una nueva conducta en ellos y una inclinación por consumir los bienes y servicios que sean eco amigables con el ambiente. Lo anteriormente mencionado se refleja en nuestros resultados, encontrando que la preocupación ambiental influye positivamente en la elección por parte de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

4.1.3. Los resultados indican que la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge es positiva.

En el estudio del Proyecto de Inversión para la creación de un Ecolodge en el distrito de Bagua Grande – Utcubamba, Amazonas Perú, 21% del turista nacional prefiere viajar en grupo de amigos o en familia (García, 2016). El objetivo del presente trabajo es determinar la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Los resultados que se obtuvieron en la investigación de García indican la influencia que tiene el entorno amical y familiar en el turista nacional al momento de decidir

viajar y decidir por un alojamiento, sin embargo, no se determinó si tenían algún impacto en el aspecto moral del consumidor.

Nuestros estudios indican que la obligación moral ejercida por la misma sociedad de una u otra forma crea nuevos nichos de mercado enfocados al cuidado del ambiente como es el caso del Ecolodge.

4.1.4. Los resultados indican que la disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana influye en la decisión para alojarse en un Ecolodge.

En el estudio del Impacto de un Ecolodge en el desarrollo socioeconómico de las comunidades cercanas a Rupac, se evidenció que el 30% de los encuestados (72) está dispuesto a pagar menos de S/.500.00 soles por día de viaje, incluyendo el alojamiento en el Ecolodge (De Casia Barco, 2017). El objetivo del presente trabajo es determinar la disponibilidad a pagar de los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.

Los resultados que hemos obtenido contrastan con el autor antes mencionado, ya que se halló que los potenciales consumidores del Sector A de Lima metropolitana, presentan una inclinación y una disponibilidad a pagar por un servicio que contribuya con el cuidado del ambiente, en este caso un Ecolodge, la disponibilidad a pagar no supera los S/500.00 soles; por lo que se puede inferir que si bien es cierto existe una preocupación hacia el ambiente, este no es lo suficientemente importante como para pagar más de S/500.00 soles por una noche de alojamiento en los Ecolodge.

4.2. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

4.2.1. Contrastación de Hipótesis

4.2.1.1. Hipótesis específicas

1. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la preocupación ambiental en un 40% para alojarse en un Ecolodge.

Los resultados de la investigación muestran que la hipótesis se cumple, porque el 93% se encuentra influenciada favorablemente por la preocupación ambiental, es decir que la mayoría de las personas, están influenciadas en alojarse en un Ecolodge por la preocupación que tienen hacia el ambiente.

Por tal razón, se confirma la hipótesis específica 1.

2. La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la obligación moral en un 50% para alojarse en un Ecolodge.

Los resultados de la investigación muestran que la hipótesis se cumple, porque el 98% se encuentra influenciada favorablemente por la obligación moral para alojarse en un Ecolodge.

Por tal razón, se confirma la hipótesis específica 2.

3. El 60% de la población del Sector “A” de Lima metropolitana tiene una disponibilidad a pagar entre S/.700.00 a S/.1000.00 equivalente a un hotel de 4 Estrellas.

Los resultados de la investigación muestran que la hipótesis no se cumple, ya que solo el 31.11% está muy desacuerdo y desacuerdo en pagar S/.700.00 (setecientos soles), mientras que el 68.89% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, además que el 86.67% está en totalmente desacuerdo en pagar S/.1000.00 (mil

soles) para poder hospedarse en un hotel ecológico equivalente a 4 estrellas. La investigación muestra que el 53.33% de los encuestados están de acuerdo en pagar hasta S/.300.00 (trescientos soles) para hospedarse en un hotel ecológico.

Por tal razón, se niega la hipótesis específica 3.

4.2.1.2. Hipótesis principal

La población del Sector "A" de Lima metropolitana tiene una intención favorable en un 60% de alojarse en un Ecolodge.

Los resultados de la investigación muestran que existe una intención favorable en un 62% de alojarse en un Ecolodge. Dentro de este porcentaje los encuestados han pensado en alojarse en un Ecolodge cuando viajan, y harían un esfuerzo poder alojarse en un Ecolodge.

Por tal razón, se confirma la hipótesis general.

CONCLUSIONES

1. En esta tesis se determinó el efecto de la preocupación ambiental en la intención de compra de los potenciales consumidores de Ecolodge en Lima metropolitana, demostrando que la preocupación ambiental influye sobre la intención de compra de hoteles ecológicos, y que efectivamente las personas optan por elegir un Ecolodge en caso viajen y necesiten hospedarse.
2. Se determinó el efecto de la obligación moral de los encuestados influyen en la elección de Ecolodge al momento de viajar, ya que el 52% y 36% están de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente, los potenciales consumidores consideran que están obligados en cuidar los recursos, realizar ecoturismo y hospedarse en Ecolodge.
3. Se determinó que no existe una disponibilidad a pagar un monto mayor a S/300.00 (trescientos soles) para poder hospedarse en un Ecolodge al momento de viajar
4. Se determinó que hay intención en alojarse en un Ecolodge por parte de los potenciales consumidores, pero al momento de consultar por los precios cambian de decisión, porque a pesar de encontrar obligación moral, preocupación por el ambiente no se encuentran dispuestos a pagar precios demasiados altos, lo que generaría que existe la intención más esta no se concreta al momento de consultar los precios, porque si estos superan el monto máximo pensado de S/300.00 (trescientos soles) en promedio ya no se encuentran dispuestos a hospedarse en un Ecolodge.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar una investigación similar a la planteada en el presente trabajo de tesis, pero más ampliada y a nivel nacional, con el fin de contribuir al crecimiento del sector hotelero y turístico en el marco de cuidado ambiental.
2. Se recomienda que las empresas dedicadas al rubro hotelero tomen en cuenta la presente investigación y la importancia del cuidado ambiental, por ello es importante dirigir este sector a la perspectiva ecológica, debido a que existe demanda en este sector y podría ser considerado como un nuevo nicho de mercado o un mercado en crecimiento, realizado el análisis adecuado. Además de resaltar que solo se ha considerado el mercado de turismo nacional de la capital.
3. Se debería seguir promoviendo el cuidado ambiental en la sociedad, así como en las políticas públicas planteadas por el gobierno, ya que, si bien la concientización de cuidado ambiental, está presente en los ciudadanos, aún existen personas que consideran los temas ambientales como asuntos triviales. Indistintamente de obtener ingresos económicos superiores al mínimo.
4. Es necesario que los gobiernos locales, regionales y el gobierno nacional concierten acciones y afirmen recursos para implementar políticas de apoyo al sector hotelero en lo que respecta a investigación, el fortalecimiento de políticas ambientales y brindar una asistencia de orientación hacia el cuidado del ambiente de forma ágil y oportuna, de esta manera promover turismo sostenible en el Perú.
5. Se debería de agregar al Decreto Supremo que regula las características que debe tener un Ecolodge, el correcto uso de energía, agua y recursos, de igual manera como se encuentra reglamentado a nivel urbano.

FUENTES DE INFORMACIÓN

LIBRO IMPRESO

1. Berenguer, J., & Corraliza, J. (2000). Preocupación ambiental y comportamientos ecológicos. *Psicothema*.
2. Bigné Alcañiz, J. E., Andreu Simó, L., Chumpitaz, R., & Swaen, V. (2005). Efectos de las variables ambientales y atribución en las emociones en centros comerciales. Una aplicación en la compra de perfumería y cosmética. *Revista Española de Investigación de Marketing ESEC*.
3. Chavarry.D (2015) Ecolodge en Cajamarca (tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.
4. Chen, M.-F., & Tung, P.-J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 221-230.
5. García-Uceda, M. (2011). *Las Claves de la Publicidad* (7 ed.). Madrid: ESIC Editorial.
6. Hayes, B. (1999). *Diseños de un encuestados, usos y métodos de análisis estadístico*. México: Edit. Oxford.
7. Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
8. Reyes. L (2007). *La teoría de la acción razonada: Implicaciones para el estudio de las actitudes*. Durango. Universidad Pedagógica de Durango.
9. Ríos, M (2004). *Del mesón al hotel en la Puebla de los Ángeles* (tesis de pregrado). Escuela de Negocios, Universidad de las Américas Puebla, México.

10. Sulser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). Exportación Efectiva - Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. México: ISEF Empresa Líder.
11. Torres, E & Padilla, G. (2013). Medición de la intención de compra con base en un modelo de regresión logística de productos de consumo masivo. (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
12. Vara, H. A. (2012). 7 Pasos para una tesis exitosa Desde la idea inicial hasta la sustentación. Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres
13. Zhang, J. (2010). Green Marketing Strategy Analysis of Real Estate Based on Low-Carbon Economy. International Journal of Business and Management, 5 (12), 177-179

LIBRO ELECTRÓNICO

14. Bravo, F. (2013). Punto Edu - PUCP. Recuperado de <http://puntoedu.pucp.edu.pe/opinion/existe-una-conciencia-ambiental-en-el-peru/>
15. Bryce Moncloa, M. (s/f). PERFIL SECTORIAL DEL ECOTURISMO.
16. Judith Villacorta V.; Edwin Villacorta V.; María I. Vásquez V.; Gil R. Reátegui T.; Agustín Ruiz R.; Walter Vásquez V...Alan Flores R. (2008). Actitudes hacia la conservación del medio ambiente de padres de familia, docentes y estudiantes de la zona urbana y rural de Belén – 2008. Recuperado de <http://dspace.unapiquitos.edu.pe/www/oficinas/investigacion/descargas/2008/ARTICULO-JUDITH%20VILLACORTA.pdf>
17. Quesada Castro, R. (2010). Elementos de Turismo. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a distancia.

TESIS

18. García, Y. (2016) Proyecto De Inversión para la Creación de un Ecolodge en el Distrito de Bagua Grande-Utcubamba, Amazonas-Perú. (Tesis de titulación profesional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Amazonas - Perú)

TESIS ELECTRÓNICAS

19. De Casia, L. (2017) Impacto de un Ecolodge en el Desarrollo Socioeconómico de las Comunidades cercanas a Rúpac, Lima-Perú. (Tesis de titulación profesional, Universidad Ricardo Palma, Lima - Perú). Recuperado de <http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/1442/1/DE%20CASIA%20BARCO%20LARRABURE%20LUIS-ECO-17.pdf>

LEY

20. Decreto Supremo N°029. Diario el Peruano, Lima, Perú, 25 de noviembre de 2004.
21. Decreto Supremo N°11- 2006- Vivienda, Lima, Perú, junio 2006.
22. Legislación Ambiental (s/f) El concepto de medio ambiente. Recuperado http://www.legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=4709.

PÁGINA WEB

23. Amantica Lodge. (s.f.). Amantica Lodge. Recuperado de <http://amanticalodge.com/experiencia.html>
24. Anónimo (2016) Demanda por lodges en Perú supera las 50 mil personas. Portal del Turismo. Recuperado de <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/noticia/4961-demanda-por-demanda-lodges-en-peru-supera-las-50-mil-personas>

25. Baz, J. Hotel Peru News. (s.f). Recuperado de <http://hotelperunews.com/hoteles-sostenibles-una-necesidad-de-la-hoteleria-del-siglo-xxi-por-juan-carlos-ruiz/#more-630>
26. Bermúdez, J (s/f). Conciencia Ambiental. Recuperado de http://www.academia.edu/31039557/Conciencia_Ambiental_DEFINICI%C3%93N
27. Booking (s/f). Hotel Cabaña Quinta. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/cabana-quinta.es.html>
28. Booking (s/f). La Torre Valsai. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/la-torre-valsai.es.html>
29. Booking (s/f). Palmera de Asia. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/las-palmeras-de-asia.es.html>
30. Booking (s/f). Puesta de Sol. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/puesta-de-sol.es.html>
31. Booking (s/f). Tradicion Colca. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/tradicion-colca.es.html>
32. Booking (s/f). Wasai Puerto Maldonado Lodge. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/wasai-puerto-maldonado-eco-lodge.es.html>
33. Booking (s/f). Wayqey Lodge. Recuperado de <https://www.booking.com/hotel/pe/wayqey-lodge.es.html>
34. Casa Verde. (s.f.). Casa Verde Ecolodge. Recuperado de <http://www.casaverde.pe/>
35. Cayo Velásquez, N. (20 de 02 de 2014). Scielo Perú. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000200003.

36. Gestionarios. (2009). Grupo Gestionarios - SENA. Recuperado de <http://gestionariosena.blogspot.pe/2009/08/clasificacion-de-clientes-potenciales.html>
37. González- Gaudiano, E. (2015). Academia Nacional de Educación Ambiental. Recuperado de <http://anea.org.mx/docs/Gonzalez-EcologiayMedAmb.pdf>
38. González-Gaudiano, E. (s.f.). Academia Nacional de Educación Ambiental. Recuperado de <http://anea.org.mx/docs/Gonzalez-EcologiayMedioAmb.pdf>
39. Hotel Sturm. (s.f). Hotel Sturm. Recuperado de <https://www.hotel-sturm.com/biohotel-sturm/>
40. Hoteles.com (s/f). Amaru Valle Hotel. Recuperado de <https://www.hoteles.com/ho463640/?pa=1&tab=description&>
41. Hoteles.com (s/f). Cusco Oblitas Casa Hotel. Recuperado de <https://www.hoteles.com/ho515278/?q->
42. Hoteles.com (s/f). Hotel Arcangel. Recuperado de <https://www.hoteles.com/ho718287168/?q>
43. Hoteles.com (s/f). Miskiwasi Bed & Breakfast. Recuperado de <https://www.hoteles.com/ho568086?mpe=1526707952&>
44. Inkaterra. (s.f.). Inkaterra La Casona. Recuperado de <http://www.inkaterra.com>
45. Killawasi Lodge Colca Perú. (s.f.). Killawasi Lodge Colca Perú. Recuperado de <http://www.killawasilodge.com/es/>
46. La Confianza Eco Hotel. (s.f.). La Confianza Eco Hotel. Recuperado de <http://laconfianza.com.pe/politicas-ambientales>
47. La Quinta Eco hotel. (2016). La Quinta Eco hotel- Urubamba - Cusco. Recuperado de <http://www.laquintaecohotel.com/index-10.htm>

48. La Quinta Eco Hotel. (s.f.). La Quinta Eco Hotel. Recuperado de <http://www.laquintaecohotel.com/index-1.htm>
49. INEI (2013). Planos Estratificados de Lima metropolitana a Nivel de Manzana. Recuperado https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1403/index.html.
50. Marca Perú (s/f). Ecoturismo y Conservación, Ecoturismo, desarrollo de la sostenibilidad. Recuperado <https://www.peru.travel/es-es/que-hacer/naturaleza/observacion/observacion-de-aves/ecoturismo-y-conservacion.aspx>
51. Marketing Directo (s/f). Intención de Compra. Marketingdirecto.com. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/intencion-de-compra-2>
52. Ministerio de Economía y Finanzas (2011) Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil. Editorial Arkabas, Lince.
53. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). Encuesta mensual de establecimientos de Hospedaje. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Perú.
54. Navarro Pardo, M. (11 de octubre de 2006). mailxmail. Recuperado de <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-servicios-supervision/caracteristicas-cliente-potencial>
55. Normas APA. (s.f.). Normas APA a Chegg service. Recuperado de <http://normasapa.com/como-citar-referenciar-sin-autor-con-normas-apa/>

56. Olivos Jara, P., Aragonés, J., & Navarro Carrascal, O. (2013). Educación ambiental: itinerario en la naturaleza y su relación con conectividad, preocupaciones ambientales y conducta. Obtenido de Scielo.org: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlps/v45n3/v45n3a14>
57. PROMPERU. (2002). Primer Informe Situación del Ecoturismo en el Perú. Lima: Promperú - Comisión de Promoción del Perú.
58. Puente, L. (2015). Netcommerce. Recuperado de <http://info.netcommerce.mx/blog/los-3-tipos-de-clientes-potenciales/>
59. Real academia española. Real academia española (s/f)
60. Sánchez, G. (2015) Consumidor. Recuperado <http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
61. Ubillos, S., Mayordomo, S., & Páez, D. (s.f.). Universidad del País Vasco. Recuperado de <http://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+X.pdf>
62. Villa Armena. (s.f.). Villa Armena. Obtenido de <https://www.villaarmena.com/en>

PERIÓDICO O DIARIO

63. Diario Gestión. (2015). La sostenibilidad en el Perú: el perfecto equilibrio. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sostenibilidad-peru-perfecto-equilibrio-2149707>
64. Redacción EC (01 de febrero de 2018). Lanza campaña para promover cuidado ambiental en el Perú. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/lanzan-campana-promover-cuidado-ambiental-peru-noticia-493986>

DIAPOSITIVA

65.Espinoza, I. (2016) Tipos de muestreo (diapositiva). Honduras: Unidad de Investigación Científica. Facultad de Ciencias Médicas ,18 diapositiva.

ANEXO 1: Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA TESIS:		EFFECTO DE LA PREOCUPACIÓN AMBIENTAL EN LA INTENCIÓN DE COMPRA DE LOS POTENCIALES CONSUMIDORES DE HOTELES ECOLÓGICOS EN LIMA METROPOLITANA			
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN		SOSTENIBILIDAD			
AUTOR(ES):		ALVARIÑO AGUILAR LESLIE YOCELYN; TAPIA LOPEZ AYME YESENIA			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			A
¿Cuál es la influencia que presentan los potenciales	Determinar la influencia que presentan los potenciales	La población del Sector "A" de Lima metropolitana tiene una influencia	Influencia	Influencia de alojarse en un Ecolodge	Enfoque: Cuantitativo
				Normas Subjetivas	Nivel: No Experimental

consumidores de los Sectores “A” de Lima Metropolitana para alojarse en un Ecolodge?	consumidores de los Sectores “A” de Lima Metropolitana para alojarse en un Ecolodge	favorable en un 60% de alojarse en un Ecolodge.	Preocupación Ambiental		Tipo: Aplicada Diseño: Descriptivo simple Unidad de análisis: Habitantes del Sector “A” de los distritos de San Isidro, Miraflores y San Borja.
			Obligación Moral Percibida	Normas Subjetivas	
			Disponibilidad a pagar	Actitud	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	Variables	Indicadores	Medios de Certificación

					(Fuente / Técnica)
¿Cuál es la influencia que presentan los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?	Determinar la influencia de la preocupación ambiental en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la preocupación ambiental en un 40% para alojarse en un Ecolodge.			

¿Cuál es la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?	Determinar la influencia de la obligación moral percibida en los potenciales consumidores de los Sectores “A” de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	La población del Sector “A” de Lima metropolitana se encuentra influenciada favorablemente por la obligación moral en un 50% para alojarse en un Ecolodge.			
¿Cuál es la disponibilidad a	Determinar la disponibilidad a	El 60% de la población del	Preocupación ambiental	Nivel de preocupación ambiental	

pagar de los potenciales consumidores de los Sectores "A" de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge?	pagar de los potenciales consumidores de los Sectores "A" de Lima metropolitana para alojarse en un Ecolodge.	Sector "A" de Lima metropolitana tiene una disponibilidad a pagar entre S/.200.00 y S/.300.00 equivalente a un Hotel de 4 Estrellas.		Nivel de conciencia ambiental
			Control conductual percibido	Nivel conductual hacia la elección de un Hotel Ecológico Nivel de recursos (dinero, tiempo y oportunidades)
			Obligación moral percibida	Nivel de preocupación moral hacia el ambiente
			Intención de compra	Nivel de intención de compra

ANEXO 2: Matriz de Operacionalización de variables

Tabla 32. Operacionalización de la variable 1

Variable: Intención		
Definición conceptual: Según la Real Academia Española (s/f) define a la Intención como "Determinación de la voluntad en orden a un fin."		
Instrumento: Escala de Likert		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Intención de alojarse en un Ecolodge	Porcentaje de intención de alojamiento en un Ecolodge	Compuesta por 3 preguntas: 1. Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo. 2. He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo. 3. Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .

Fuente: Elaboración Propia; 2018.

Tabla 33. Operacionalización de la variable 2

Variable: Preocupación ambiental		
Definición conceptual: Según Bermúdez (s/f) define a la preocupación ambiental "como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, comprender cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y como esto afecta el futuro de nuestro espacio".		
Instrumento: Escala de Likert		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Normas subjetivas	Porcentaje de influencia de la preocupación ambiental.	Compuesta por 10 preguntas: 1. Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo. 2. Creo que el hombre abusa del ambiente. 3. Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas. 4. Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar. 5. Los humanos deberíamos vivir en

		<p>armonía con la naturaleza para sobrevivir.</p> <p>6. Pienso que los problemas ambientales son importantes.</p> <p>7. Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.</p> <p>8. Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.</p> <p>9. Las personas que considero importantes en mi entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.</p> <p>10. Las personas cuyas opiniones valoro preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración Propia; 2018.

Tabla 34. Operacionalización de la variable 3

Variable: Obligación Moral Percibida		
<p>Definición conceptual: La Real Academia Española (s/f) define a la Obligación como "Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos".</p> <p>También define a la moral (s/f) como "Pertenciente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva. Basado en el entendimiento o la conciencia, y no en los sentidos".</p> <p>Se puede entender como obligación moral percibida a la necesidad de notar acciones coherente y consecuente, en referencia a los valores personales.</p>		
Instrumento: Escala de Likert		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Obligación Moral	Porcentaje de influencia de la obligación moral percibida	<p>Compuesta por 3 preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales. 2. Considero que el ecoturismo es una

		<p>forma de cuidar el ambiente.</p> <p>3. Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración Propia; 2018.

Tabla 35. Operacionalización de la variable 4

Variable: Disponibilidad a pagar		
Definición conceptual: El Diccionario de Economía define la disposición a pagar (DAP) como un concepto que expresa la cantidad máxima que pagaría un consumidor por adquirir un determinado bien, o un usuario para disponer de un determinado servicio.		
Instrumento: Escala de Likert		
Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Actitud	Disponibilidad a pagar medida a través del precio	<p>Compuesta por 12 preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Considero que el alojarse en un Ecolodge sería sensato^o. 2. Considero que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso^o. 3. Considero que el alojarse en un Ecolodge sería divertido^o. 4. Considero que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional. 5. Estoy dispuesto a convivir con la naturaleza. 6. Estoy dispuesto a usar baños secos ecológicos.

		<p>7. Estoy dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p> <p>8. Estoy dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p> <p>9. Estoy dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p> <p>10. Estoy dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p> <p>11. Estoy dispuesto a pagar hasta S/700 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p> <p>12. Estoy dispuesto a pagar hasta S/1000 por noche para hospedarse en un Ecolodge</p>
--	--	---

Fuente: Elaboración Propia; 2018.

ANEXO 3: Instrumento de recopilación de datos

CUESTIONARIO

El propósito del estudio es conocer la intención de alojarse en un Ecolodge por parte del Sector "A" de Lima metropolitana. Al participar, le pediremos responda algunas preguntas. Su participación es voluntaria, por ello la información recogida será confidencial y sólo se usará con fines académicos. Muchas gracias por participar.

Además, se informa que se les explicará a los encuestados que es un Ecolodge, la comparación de precios entre los hoteles más característicos de cada zona frente a un Ecolodge; así como las ventajas y servicios que tiene.

Distrito donde vive:

Sexo: F () M ()

Tiene hijos:

¿Se encuentra usted en la edad de 30 a 50 años? Sí () No ()

¿Percibe usted un sueldo mayor a S/. 5000.00? Sí () No ()

Por favor, marque la puntuación que indique el grado de acuerdo o desacuerdo, de acuerdo con las afirmaciones que aparecen a continuación marcando con una **X**, de acuerdo a lo siguiente:

(1) Muy en desacuerdo

(2) Desacuerdo

(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Muy de acuerdo

		1	2	3	4	5
Preocupación ambiental						
1	Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.					
2	Creo que el hombre abusa del ambiente.					
3	Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.					
4	Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.					
5	Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.					
6	Pienso que los problemas ambientales son importantes.					
7	Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.					
8	Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.					
Actitudes hacia la elección de hoteles ecológicos						
9	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería sensato ² .					
10	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso ³ .					
11	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería divertido ⁹ .					
12	Considero que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional.					
13	Estoy dispuesto a convivir con la naturaleza.					
14	Estoy dispuesto a usar baños secos ecológicos.					

Normas subjetivas						
15	Las personas que considero importantes en mi entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.					
16	Las personas cuyas opiniones valoro preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.					
Control conductual percibido						
17	No dudo en hospedarme en un Ecolodge cuando me encuentro de viaje.					
18	Estoy seguro que deseo y puedo alojarme en un Ecolodge cuando viajo.					
19	Tengo recursos, tiempo y oportunidades para alojarme en un Ecolodge cuando viajo.					
Obligación moral percibida						
20	Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.					
21	Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.					
22	Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente					
Intención						
23	Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.					
24	He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.					

25	Haría un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .					
26	Estoy dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge					
27	Estoy dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge					
28	Estoy dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge					
29	Estoy dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge					
30	Estoy dispuesto a pagar hasta S/700 por noche para hospedarse en un Ecolodge					
31	Estoy dispuesto a pagar hasta S/1000 por noche para hospedarse en un Ecolodge					

Nota:

²**Sensato:** según la Real Academia Española (s/f) menciona que sensato es todo aquello que es “prudente, cuerdo, de buen juicio”, es todo aquello que “muestra un buen juicio y madurez a al momento de tomar decisiones”.

³**Beneficioso:** según la Real Academia Española (s/f) menciona que beneficioso es todo aquello que es “provechoso y útil” y todo que “trae comodidad”.

⁹ **Divertido:** según la Real Academia Española (s/f) menciona que divertido es todo aquello que es “entretenido y recreativo” y que es todo aquello que “trae un buen humor”.

ANEXO 4: Construcción de Variables e Ítems

Tabla 32. Variables e ítems utilizados en la investigación

VARIABLE	ITEMS	REFERENCIA BIBLIOGRAFICA
Preocupación Ambiental	Estoy preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.	Adaptado de Kim and Choi (2005)
	Creo que el hombre abusa del ambiente.	
	Considero que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.	
	Creo que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.	
	Los humanos deberíamos vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.	
	Pienso que los problemas ambientales son importantes.	
	Pienso que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.	
	Pienso que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.	
		Adaptado de Fuji (2006)

	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería sensato ⁹ .	
	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso ⁹ .	
Actitudes hacia la elección de hoteles ecológicos	Considero que el alojarse en un Ecolodge sería divertido ⁹ .	Adaptado de Han et al. (2010)
	Considero que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional.	
	Estoy dispuesto a convivir con la naturaleza.	
	Estoy dispuesto a usar baños secos ecológicos.	
Normas Subjetivas	Las personas que considero importantes en mi entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.	Adaptado de Han et al. (2010)
	Las personas cuyas opiniones valoro preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.	
Control Conductual Percibido	No dudo en hospedarme en un Ecolodge cuando me encuentre de viaje.	Adaptado de Han et al. (2010)

	Estoy seguro que deseo y puedo alojarme en un Ecolodge cuando viajo.	
	Considero que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.	
Obligación Moral	Considero que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.	Adaptado de Lam (1999)
	Considero que botar basura en las calles contamina el ambiente	
	Independientemente del costo, estoy dispuesto en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.	
	He pensado en alojarme en un Ecolodge cuando viajo.	
Intención	Haria un esfuerzo para alojarme en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .	Adaptado de Han et al. (2010)
	Estoy dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge	
	Estoy dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge	

Estoy dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge
Estoy dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge
Estoy dispuesto a pagar hasta S/700 por noche para hospedarse en un Ecolodge
Estoy dispuesto a pagar hasta S/1000 por noche para hospedarse en un Ecolodge

Fuente: Elaboración Propia; 2018.

ANEXO 5: Validación Juicio de Expertos



ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (X) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo () 3. Mixto (X)

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título de la tesis:	Efecto de la Preocupación Ambiental en la Intención de Compra de los Potenciales Consumidores de Ecolodge en el Sector "A" de Lima Metropolitana
Línea de investigación	Sostenibilidad

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Alvaríño Aguilar Leslie Yocelyn	
Tapia López Ayme Yesenia	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ramírez Arroyo Rafael	


Santa Anita, 11 de octubre del 2017

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	RAFAEL GANAY DUYANSONA
Sexo:	Hombre (X) Mujer () Edad 42 (años)
Profesión:	EDUCADOR
Especialidad:	Ciencias Sociales
Años de experiencia:	17 años
Cargo que desempeña actualmente:	Jefe de Investigación USMP VIRTUAL
Institución donde labora:	USMP - VIRTUAL
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
INTENCIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 1:	Intención (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	Según la Real Academia Española (s/f) define a la Intención como "Determinación de la voluntad en orden a un fin."					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Intención de alojarse en un Ecolodge / Porcentaje de intención de alojamiento en un Ecolodge	Independientemente del costo, está dispuesto en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.	4	4	4	3	
	Ha pensado en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.	4	4	4	4	
	Haría un esfuerzo para alojarse en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .	4	4	4	4	

TABLA N° 2
PREOCUPACIÓN AMBIENTAL

Nombre del instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 2:	Preocupación Ambiental (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	Según Bermúdez (s/f) define a la preocupación ambiental "como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, comprender cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y como esto afecta el futuro de nuestro espacio".					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Normas subjetivas / Porcentaje de influencia de la preocupación ambiental	Está preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.	4	4	4	3	
	Cree usted que el hombre abusa fuertemente del ambiente.	4	4	4	4	
	Considera usted que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.	4	4	4	4	
	Cree usted que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.	4	3	4	4	
	Los humanos deberían vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.	4	4	4	4	
	Piensa que los problemas ambientales son importantes.	4	4	4	4	
	Piensa que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.	4	4	4	4	
	Piensa que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.	4	4	4	4	
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.	4	4	4	4	
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.	4	4	4	4	

TABLA N° 3
OBLIGACIÓN MORAL PERCIBIDA

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 3:	Obligación Moral Percibida (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	<p>La Real Academia Española (s/f) define a la Obligación como "Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos".</p> <p>También define a la moral (s/f) como "Perteneiente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva. Basado en el entendimiento o la conciencia, y no en los sentidos".</p> <p>Se puede entender como obligación moral percibida a la necesidad de notar acciones coherente y consecuente, en referencia a los valores personales.</p>					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Normas Subjetivas / Porcentaje de influencia de la obligación moral percibida	Considera usted que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.	4	4	4	4	
	Considera usted que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.	4	3	4	4	
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.	4	4	4	4	
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.	4	4	4	4	

TABLA N° 4
DISPONIBILIDAD A PAGAR

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 4:	Disponibilidad a Pagar (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	El Diccionario de Economía (s/f) define la disposición a pagar (DAP) como un concepto que expresa la cantidad máxima que pagaría un consumidor por adquirir un determinado bien, o un usuario para disponer de un determinado servicio.					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Actitud / Disponibilidad a pagar medida a través del precio	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería sensato?	4	4	4	3	
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso?	4	3	4	4	
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería divertido?	4	4	4	4	
	Considera que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional?	4	4	3	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge	4	4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge	4	4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge	4	4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge	4	4	4	4	



USMP
SAN MARTÍN DE PORRES

ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario () 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo () 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título de la tesis:	Efecto de la Preocupación Ambiental en la Intención de Compra de los Potenciales Consumidores de Ecolodge en el Sector "A" de Lima Metropolitana
Línea de investigación	Sostenibilidad

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Alvaríño Aguilar Leslie Yocelyn	
Tapia López Ayme Yesenia	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ramírez Arroyo Rafael	

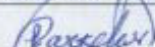
Santa Anita, 11 de octubre del 2017

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	Lucana Mariuel Paredes Díaz
Sexo:	Hombre () Mujer (X) Edad 43 (años)
Profesión:	Educador
Especialidad:	Turismo
Años de experiencia:	20 años
Cargo que desempeña actualmente:	Coordinadora Académica
Institución donde labora:	USMP Virtual
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
INTENCIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 1:	Intención (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	Según la Real Academia Española (s/f) define a la Intención como "Determinación de la voluntad en orden a un fin."					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Intención de alojarse en un Ecolodge / Porcentaje de intención de alojamiento en un Ecolodge	Independientemente del costo, está dispuesto en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.		4	4	3	
	Ha pensado en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.		4	4	4	
	Haría un esfuerzo para alojarse en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional. .		4	4	3	

TABLA N° 2
PREOCUPACIÓN AMBIENTAL

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 2:	Preocupación Ambiental (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	Según Bermúdez (s/f) define a la preocupación ambiental "como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, comprender cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y como esto afecta el futuro de nuestro espacio".					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Normas subjetivas / Porcentaje de influencia de la preocupación ambiental	Está preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.		4	4	4	
	Cree usted que el hombre abusa fuertemente del ambiente.		4	4	3	
	Considera usted que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.		4	4	4	
	Cree usted que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.		4	4	4	
	Los humanos deberían vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.		4	4	3	
	Piensa que los problemas ambientales son importantes.		4	4	4	
	Piensa que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.		4	4	4	
	Piensa que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.		4	4	4	
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.		4	4	4	
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.		4	4	3	

TABLA N° 3
OBLIGACIÓN MORAL PERCIBIDA

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 3:	Obligación Moral Percibida (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	<p>La Real Academia Española (s/f) define a la Obligación como "Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos".</p> <p>También define a la moral (s/f) como "Pertenciente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva. Basado en el entendimiento o la conciencia, y no en los sentidos".</p> <p>Se puede entender como obligación moral percibida a la necesidad de notar acciones coherente y consecuente, en referencia a los valores personales.</p>					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Normas Subjetivas / Porcentaje de influencia de la obligación moral percibida	Considera usted que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.		4	4	3	
	Considera usted que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.		4	4	4	
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.		4	4	4	
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.		4	4	3	

TABLA N° 4
DISPONIBILIDAD A PAGAR

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Escala de Likert					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 4:	Disponibilidad a Pagar (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	El Diccionario de Economía (s/f) define la disposición a pagar (DAP) como un concepto que expresa la cantidad máxima que pagaría un consumidor por adquirir un determinado bien, o un usuario para disponer de un determinado servicio.					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Actitud / Disponibilidad a pagar medida a través del precio	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería sensato?		4	4	3	
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso?		4	4	4	
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería divertido ?		4	4	3	
	Considera que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional?		4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	Debería agruparse las 4 últimas preguntas en una sola.
	Está dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	

**ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (X) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo () 3. Mixto (X)

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título de la tesis:	Efecto de la Preocupación Ambiental en la Intención de Compra de los Potenciales Consumidores de Ecolodge en el Sector "A" de Lima Metropolitana
Línea de investigación	Sostenibilidad

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Alvaríño Aguilar Leslie Yocelyn	
Tapia López Ayme Yesenia	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Ramírez Arroyo Rafael	

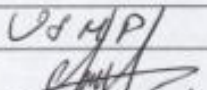
Santa Anita, 11 de octubre del 2017

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	Zeidy Edith Chunga LV
Sexo:	Hombre () Mujer <input checked="" type="checkbox"/> Edad 46 (años)
Profesión:	Lic. Administración. Mg. Desarrollo
Especialidad:	Desarrollo Humano - RSE
Años de experiencia:	7 20
Cargo que desempeña actualmente:	Area Docente. - Doc. USMP
Institución donde labora:	USMP
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
INTENCIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario <i>Escala de Likert 1 al 5 desde ¹ "totalmente en</i>					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 1:	Intención (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	Según la Real Academia Española (s/f) define a la Intención como "Determinación de la voluntad en orden a un fin."					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Intención de alojarse en un Ecolodge / Porcentaje de intención de alojamiento en un Ecolodge	Independientemente del costo, está dispuesto en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.	3	4	4	4	<i>Incrementar índice de interés de Ecolodge (lugares)</i>
	Ha pensado en alojarse en un Ecolodge cuando viaja.		4	4	4	
	Haría un esfuerzo para alojarse en un Ecolodge cuando viaje aun cuando el costo sea igual o mayor a un hotel convencional.		4	4	4	

TABLA Nº 2
PREOCUPACIÓN AMBIENTAL

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					<i>Escala de Likert ... 1 al 5.</i>	<i>mediasac. por</i>	<i>Acuerdo</i>
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung						<i>c/ la</i>	<i>forma</i>
Variable 2:	Preocupación Ambiental (Variable dependiente)							
Definición Conceptual:	Según Bermúdez (s/f) define a la preocupación ambiental "como el entendimiento que se tiene del impacto de los seres humanos en el entorno. Es decir, comprender cómo influyen las acciones de cada día en el ambiente y como esto afecta el futuro de nuestro espacio".							
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia							
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones		
Normas subjetivas / Porcentaje de influencia de la preocupación ambiental	Está preocupado acerca del estado del ambiente en el mundo.		3	4	4	<i>Redactar en la persona.</i>		
	Cree usted que el hombre abusa fuertemente del ambiente.		3	4	4	<i>Recomiendo no usar fuertemente sino que se mida en el Likert.</i>		
	Considera usted que cuando el hombre interfiere con la naturaleza, produce consecuencias negativas.		3	4	4	<i>En la persona.</i>		
	Cree usted que el balance de la naturaleza es delicado y fácil de alterar.	4	3	4	4	✓		
	Los humanos deberían vivir en armonía con la naturaleza para sobrevivir.		4	4	4	✓		
	Piensa que los problemas ambientales son importantes.		3	4	4	✓		
	Piensa que los problemas ambientales no pueden ser ignorados.		3	4	4	✓		
	Piensa que nosotros deberíamos tener cuidado con los problemas del ambiente.		3	4	4	✓		
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.		4	1	2	<i>Medir la intención.</i>		
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.		4	1	2	<i>Medir la intención.</i>		

TABLA N° 3
OBLIGACIÓN MORAL PERCIBIDA

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 3:	Obligación Moral Percibida (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	<p>La Real Academia Española (s/f) define a la Obligación como "Imposición o exigencia moral que debe regir la voluntad libre. Vínculo que sujeta a hacer o abstenerse de hacer algo, establecido por precepto de ley, por voluntario otorgamiento o por derivación recta de ciertos actos".</p> <p>También define a la moral (s/f) como "Pertenciente o relativo a las acciones de las personas, desde el punto de vista de su obrar en relación con el bien o el mal y en función de su vida individual y, sobre todo, colectiva. Basado en el entendimiento o la conciencia, y no en los sentidos".</p> <p>Se puede entender como obligación moral percibida a la necesidad de notar acciones coherente y consecuente, en referencia a los valores personales.</p>					
Población:	<p>Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años</p> <p>Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles</p> <p>Cabeza de familia</p>					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Normas Subjetivas / Porcentaje de influencia de la obligación moral percibida	Considera usted que todos están obligados en cuidar y respetar los recursos naturales.	3	4	4	4	<i>Ponerlos en la forma</i>
	Considera usted que el ecoturismo es una forma de cuidar el ambiente.		4	4	4	
	Para usted las personas que considera importantes en su entorno consideran que alojarse en un Ecolodge cuando viajan es la mejor alternativa.		4	1	2	<i>Esta variable mide la Intención</i>
	Las personas cuyas opiniones usted valora preferirían que usted se aloje en un Ecolodge cuando viaje.		4	1	2	

TABLA N° 4
DISPONIBILIDAD A PAGAR

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario					
Autor del Instrumento	Mei-Fang Chena & Pei-Ju Tung					
Variable 4:	Disponibilidad a Pagar (Variable dependiente)					
Definición Conceptual:	El Diccionario de Economía (s/f) define la disposición a pagar (DAP) como un concepto que expresa la cantidad máxima que pagaría un consumidor por adquirir un determinado bien, o un usuario para disponer de un determinado servicio.					
Población:	Hombre o Mujer mayor o igual de 30 años y menor a 50 años Ingreso mínimo mensual: S/. 5,000.00 soles Cabeza de familia					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Actitud / Disponibilidad a pagar medida a través del precio	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería sensato?	1	4	1	4	(Es Actitud) + Incluye por las otras preguntas que miden la actitud hacia el tipo de instalaciones y actividades que implica en un ecolodge
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería beneficioso?		4	1	4	
	Considera usted que el alojarse en un Ecolodge sería divertido?		4	1	4	
	Considera que alojarse en un Ecolodge es mejor que en un hotel u hostel convencional?		4	1	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/200 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/300 por noche para hospedarse en un Ecolodge	4	4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/400 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	
	Está dispuesto a pagar hasta S/500 por noche para hospedarse en un Ecolodge		4	4	4	

* Me parece que son 2 variables

1 - ACTITUD.

2 - DISPONIBILIDAD A PAGAR.

ANEXO 6: Álbum Fotográfico



Figura 1. Wasai Puerto Maldonado Eco Lodge (www.booking.com , s/f)



Figura 2. Wasai Puerto Maldonado Eco Lodge (www.booking.com , s/f)



Figura 3. La torre Valsai (www.booking.com, s/f)



Figura 4. La torre Valsai (www.booking.com, s/f)



Figura 5. Hotel Cabaña Quinta (www.booking.com, s/f)



Figura 6. Hotel Cabaña Quinta (www.booking.com, s/f)



Figura 7. La Quinta Eco Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 8. La Quinta Eco Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 9. Amaru Valle Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 10. Amaru Valle Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 11. Wayqey Lodge (www.booking.com, s/f)

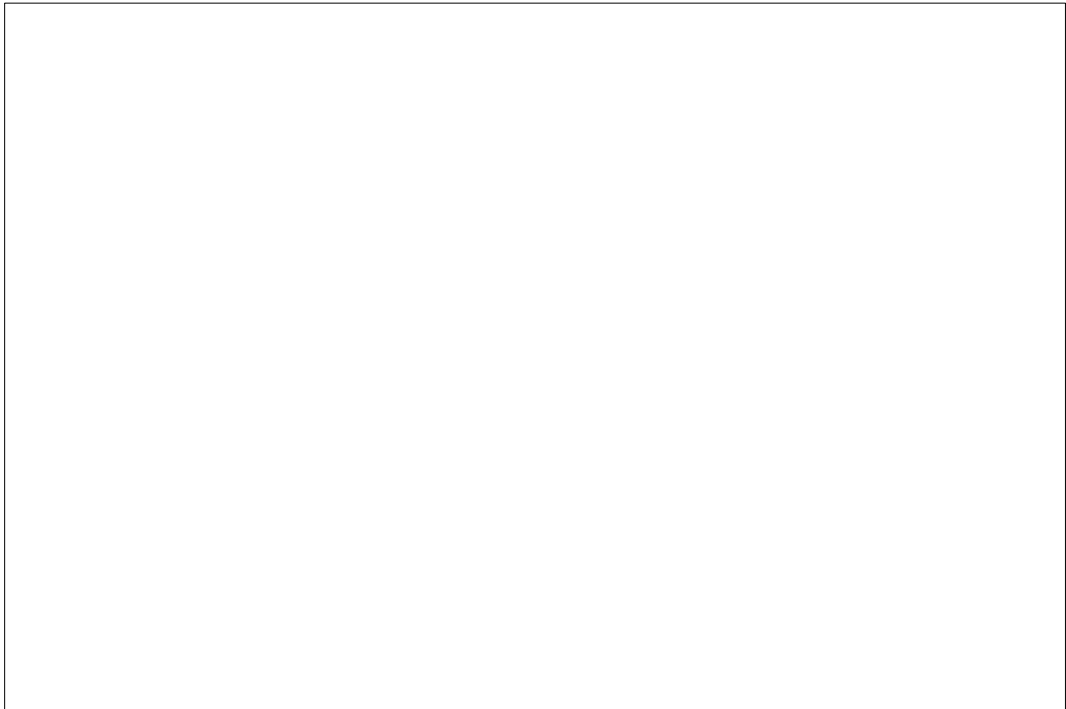


Figura 12. Wayqey Lodge (www.booking.com, s/f)



Figura 13. Killawasi Lodge Colca Peru (www.booking.com, s/f)



Figura 14. Killawasi Lodge Colca Peru (www.booking.com, s/f)



Figura 15. Miskiwasi Bed & Breakfast (www.booking.com, s/f)



Figura 16. Miskiwasi Bed & Breakfast (www.booking.com, s/f)



Figura 17. Tradición Colca (www.booking.com, s/f)



Figura 18. Tradición Colca (www.booking.com, s/f)



Figura 19. Hotel Ecologico – Casa Verde (www.booking.com, s/f)



Figura 20. Hotel Ecologico – Casa Verde (www.booking.com, s/f)



Figura 21. Las Palmeras de Asia (www.booking.com, s/f)



Figura 22. Las Palmeras de Asia (www.booking.com, s/f)



Figura 23. Puesta de Sol (www.booking.com, s/f)



Figura 24. Puesta de Sol (www.booking.com, s/f)



Figura 25. Inkaterra (www.booking.com, s/f)



Figura 26. Inkaterra (www.booking.com, s/f)



Figura 27. Cusco Oblitas Casa Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 28. Cusco Oblitas Casa Hotel (www.booking.com, s/f)



Figura 29. Hotel Arcángel (www.booking.com, s/f)



Figura 30. Hotel Arcángel (www.booking.com, s/f)