
ÍNDICE DE CONTENIDO**CAPITULO I****INTRODUCCIÓN**

1.1 Marco Contextual	7
1.2 Planteamiento del Problema	8
1.3 Objetivo General	10
1.4 Objetivos Específicos	10
1.5 Metodología	10
1.6 Justificación	11
1.7 Alcances y Limitaciones del Estudio	13

CAPITULO II**MARCO TEÓRICO**

2.1 Ecoturismo	14
2.2 Marketing	31
2.3 Segmentación	36
2.3.1 Criterios de Segmentación	38
2.4 Diferenciación	41
2.4.1 Tipos de Diferenciación	42
2.5 Posicionamiento	43
2.5.1 Estrategias de Posicionamiento	45
2.5.2 Posicionamiento de Destinos Ecoturísticos	46

CAPITULO III**METODOLOGÍA**

3.1 Introducción	54
3.2 Tipos de Investigación	55
3.2.1 Estudio Descriptivo	55
3.2.2 Enfoque Cuantitativo	55
3.3 Instrumento de Medición	56
3.4 Prueba Piloto	56
3.5 Tamaño de la Muestra	57
3.6 Procedimiento de Aplicación	58

CAPITULO IV**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1 Introducción	59
4.2 Análisis de la Información	59
4.3 Análisis de Frecuencias	60
4.3.1 Perfil Sociodemográfico de la Muestra Poblacional	60
4.3.1.1 Lugar de Origen de los Encuestados	60
4.3.1.2 Edad y Sexo	61
4.3.1.3 Destinos Turísticos	61
4.3.1.4 Actividades que realizan	63
4.3.1.5 Aspectos importantes antes de Seleccionar un Destino Turístico	64
4.3.2 Actividades Turísticas en la República Mexicana	65

4.3.3 Atracción de la Naturaleza como Destino Ecoturístico	66
4.3.4 Percepción del Ecoturismo	67
4.3.4.1 Frases vinculadas al Ecoturismo	67
4.3.4.2 Actividades relacionadas con el Ecoturismo	68
4.3.5 Ecoturismo en México	69
4.3.5.1 Destinos Ecoturísticos	69
4.3.5.2 Promoción de Destinos Ecoturísticos	72
4.3.5.3 Posicionamiento de Destinos Ecoturísticos	72
4.3.5.3.1 Perfil del Ecoturista	74
4.3.5.4 Muestra Poblacional que no ha visitado un Destino Ecoturístico	79
4.3.5.4.1 Perfil del Posible Ecoturista	80
4.4 Análisis de Medias y Desviación Estándar	82
4.4.1 Destino Ecoturístico Visitado	82
4.4.1.1 Actividades que deberían realizarse en Destinos Ecoturísticos	82
4.4.1.2 Aspectos importantes de destinos Ecoturísticos	84
4.4.2 Percepción del Posible Ecoturista	85
 CAPITULO V	
CONCLUSIONES	
5.1 Introducción	87
5.2 Conclusiones	88
5.2.1 Inclinación del Mercado hacia la Oferta Ecoturística	88

UDLAP	Índice
5.2.2 Percepción de Destinos Ecoturísticos	89
5.2.3 Posicionamiento del Ecoturismo	89
5.2.4 Elementos para Posicionar la Oferta Ecoturística	91
Referencias Bibliográficas	92
Anexo A	96
Anexo B	103

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Áreas Naturales Protegidas	20
Tabla 2.2 Perfil del Ecoturista	21
Tabla 2.3 Actitudes que deben tomar en cuenta las empresas que ofertan ecoturismo ..	23
Tabla 2.4 Algunos Sellos Ambientales y su descripción	26
Tabla 2.5 Proceso de Segmentación	38
Tabla 2.6 Principales Criterios de Segmentación	40
Tabla 4.1 Perfil Sociodemográfico	61
Tabla 4.2 Factores que intervienen en la selección de un destino	65
Tabla 4.3 Actividades relacionadas con el Ecoturismo	69
Tabla 4.4 Destinos Ecoturísticos en México	71
Tabla 4.5 Destinos Ecoturísticos Visitados	73
Tabla 4.6 Criterios a Evaluar antes de seleccionar un Destino Ecoturístico	76
Tabla 4.7 Actividades que más se realizan en Destinos Ecoturísticos	79
Tabla 4.8 Perfil del Posible Ecoturista	81
Tabla 4.9 Actividades Ecoturísticas	83
Tabla 4.10 Aspectos Importantes	84
Tabla 4.11 Medidas Ambientales	85
Tabla 4.12 Características de Lugares Ecoturísticos	86

INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Proceso de Marketing	33
Figura 2.2 Etapas del proceso de segmentación, selección y posicionamiento.....	35
Figura 2.3 Factores que intervienen en la selección de destinos de viaje	47
Figura 2.4 Distribución de la Oferta Ecoturística en México	49
Figura 2.5 Regiones Potenciales de Actividad Ecoturística y Turismo de Aventura ..	52
Figura 4.1 Distribución de Edades	62
Figura 4.2 Destinos Turísticos de Preferencia	63
Figura 4.3 Actividades de Preferencia	64
Figura 4.4 Actividades Turísticas en México	66
Figura 4.5 Percepción del Ecoturismo	67
Figura 4.6 Factores de Atracción	75
Figura 4.7 Medio de Publicidad	77
Figura 4.8 Días promedio de estancia	78