

El marketing ecológico y su incidencia en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná

Ecological marketing and its Impact on ecotourism development in the Lomas de Quilmaná

Kiara Fiorella Alcalá Sánchez¹
Universidad Nacional de Cañete, Perú
alcalasanchezkiara@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0290-0286>

Guina Yerica Napanga Yalle
Universidad Nacional de Cañete, Perú
yericany@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1380-5663>

Nelly Beatriz Bautista Tomairo
Universidad Nacional de Cañete, Perú
nellytomairo.29@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6414-1924>

Betsabe Abadesa Peñafiel Huamaní
Universidad Nacional de Cañete, Perú
betsabebeabadesa@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2613-1573>

Marco Antonio Chuquihuamani Chipana
Universidad Nacional de Cañete, Perú
capu.marco.chuquihuamani@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3981-7179>

Liz Andrea Quispe Fernández
Universidad Nacional de Cañete, Perú
andreaqf112002@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6792-3227>

Jerson Daniel Flores Guzmán
Asociación de Exportadores, Perú
df130365@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2073-1244>

Richard Alfredo Yactayo Sánchez
Universidad Nacional de Cañete, Perú
yactayosanchezrichard64@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7683-7902>

Raquel Huamán Payano
Universidad Nacional de Cañete, Perú
huamanpayanoraquel@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9461-7348>

Marinela Yulisa Yallico Huamán
Universidad Nacional de Cañete, Perú
marinelaiyallico@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1413-1477>

Recepción: 23/09/2021

Aceptación: 12/01/2022

Publicación: 30/12/2022

Resumen

El turismo en el Perú ha experimentado un crecimiento sostenible y considerable en los últimos diez años, por la diversidad que tiene este territorio, que va desde su riqueza natural hasta su gastronomía. Las áreas naturales, como las lomas que se encuentran en la costa del Perú, deben contar con un plan de marketing que ayude a contribuir en el desarrollo económico y social de la población aledaña a dicha zona. El objetivo del presente trabajo de investigación es demostrar si el marketing ecológico incide en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná, para poder elaborar un plan de marketing que ayude a incrementar la visita de turistas y genere un desarrollo económico en esta zona. La presente investigación es cuantitativa, siendo la principal fuente de información la encuesta online que se realizó a 50 personas para conocer las opiniones acerca de las Lomas de Quilmaná. También se ejecutó un trabajo de campo, mediante una visita presencial para evaluar el estado en el que se encuentra dicha zona; los resultados muestran el descuido que se tiene en el cuidado de conservación de

¹ Autor de correspondencia

las Lomas, la falta de señalización, poca difusión por redes sociales, la contaminación, entre otras. Se evidencia que la aplicación del marketing ecológico si incide en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná, a medida que se promocióne la zona, el ecoturismo también se irá incrementando.

Palabras clave: marketing ecológico, desarrollo, ecoturismo, Lomas de Quilmaná

Abstract

Tourism in Peru has experienced a sustainable and considerable growth in the last ten years, due to the diversity that this territory has, which ranges from its natural wealth to its gastronomy. Natural areas, such as the hills found on the coast of Peru, must have a marketing plan that helps contribute to the economic and social development of the population surrounding that area. The objective of this research work is to demonstrate whether ecological marketing affects the development of ecotourism in the Lomas de Quilmaná, in order to develop a marketing plan that helps increase tourist visits and generates economic development in this area. The present investigation is quantitative, being the main source of information the online survey that was carried out to 50 people to know the opinions about the Lomas de Quilmaná. A field work was also carried out, through a face-to-face visit to evaluate the state of said area; The results show the discovery that is taken in the care of conservation of the Lomas, the lack of signage, little diffusion through social networks, pollution, among others. It is evident that the application of ecological marketing does affect the development of ecotourism in the Lomas de Quilmaná, as the area is promoted, ecotourism will also increase.

Keywords: ecological marketing, development, ecotourism, Lomas de Quilmaná.

1. Introducción

El Ministerio de Ambiente (2017), manifiesta que en el Perú se encuentra en el top 10 de los países más mega diversos mundialmente, cuenta con 84 de 117 zonas de vida y 28 de 32 tipos de clima del planeta, razón por el cual somos ricos en biodiversidad.

En este contexto, en el Perú se puede observar un área ecológica impresionante, que tienen la forma de islas ubicadas en el centro de grandes arenales, los mismos que se conocen como Lomas, ubicada en el distrito de Quilmaná, Provincia de Cañete. El Ministerio de Ambiente (s.f.) manifiesta que se tiene alrededor de 67 Lomas en la costa peruana, este es un espacio peculiar "ambiental", donde podemos visualizar el área verde, el cual inicia en las estaciones de mediados del invierno su temporada y va culminando cuando llega el verano, suceso que por el intenso calor hace que las plantas se sequen. Debido a una lluvia fina y ligera, que se conoce como "Garúa" se da formación de este verdor en los cerros, que da origen a una variedad de plantas que crecen y sin fuente de alimento para algunos animales mamíferos que llegan a la zona, como también reptiles, aves, entre otros (Ministerio de Ambiente, s.f.).

Según el Ministerio de Ambiente (s.f.), estos lugares son únicos en la costa del Perú y también podemos

observarlas al norte de Chile. En Perú las lomas más relevantes las de Trujillo, Yuta, Lachay, Chancay, Arantes, Chancayllo, Chilca, Pongo o Acarí, Arantes y Casma. Las mismas que cuentan con aproximadamente 38 especies de flora, más de 70 de aves, 245 de mamíferos, 7 especies de reptiles y una gran variedad de invertebrados.

Como antecedente de la investigación, se considera a Sorzona (2018) que determinó que las aplicaciones de técnicas de marketing ecológico influyen positivamente en el desarrollo turístico y económico de Santa Ana.

Los resultados de las investigaciones de Valle (2017) evidenciaron que al no realizar un marketing constante de la zona arqueológica de Rúpak, varios turistas no lo conocían por lo que no podían potenciar su economía como localidad. Por su parte, Córdova *et al.* (2017) determinó que la comunidad de Tupe contaba con los recursos naturales necesarios para el turismo, lo que les brindaría la oportunidad de generar recursos para desarrollarse y crecer económicamente.

En la provincia de Cañete se tiene a Las Lomas de Quilmaná, se encuentra en la provincia de Cañete que limita en el norte con la Pampa Imperial y por el sur con el valle de Asia. El reconocido y admirado

botánico Augusto Weberbauer exploró esta zona ecológica entre los 200 y 550 msnm, donde observó diversas especies de cactus, helechos terrestres, tilandsias, arboles de Tara que tienen propiedades medicinales, congongas, amancaes y líquenes (Perú Ecológico, s.f).

Por lo tanto, en este trabajo se planteó siguiente interrogante ¿De qué manera el marketing ecológico incide en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná?, con el objetivo de demostrar si el marketing ecológico incide en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná

2. Materiales y métodos

La zona de estudio fueron las lomas costeras tal como se muestra en la Figura 1, que están ubicadas en el distrito de Quilmaná, provincia de Cañete, región Lima en Perú y la posición geográfica, que según getamap.net (s.f) es: 12°52'0" S, 76°25'60" W.

Figura 1

Paisaje de las Lomas de Quilmaná

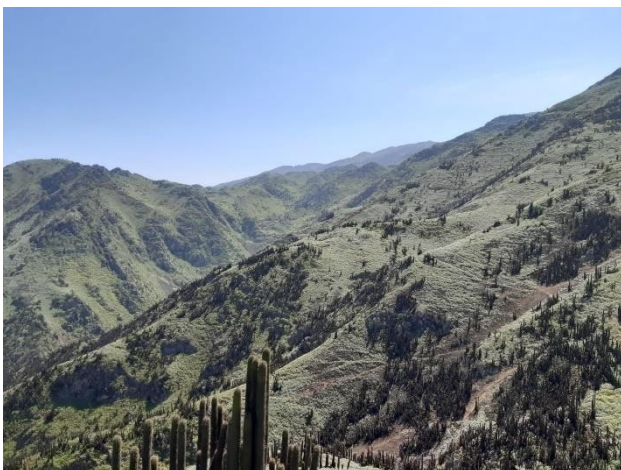
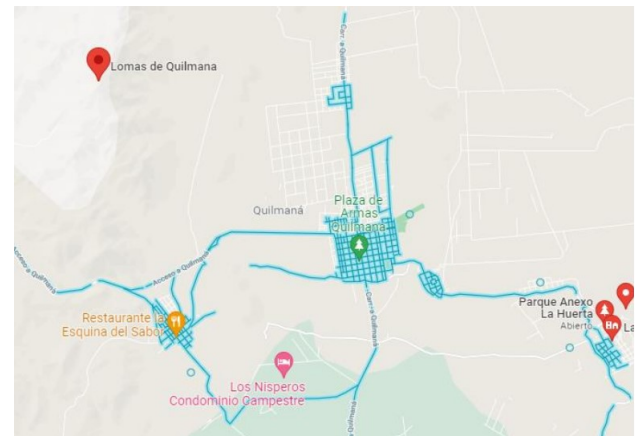


Figura 2

Mapa de la ubicación geográfica de las Lomas de Quilmaná en la provincia de Cañete (Google Maps, 2022)



Se realizó una entrevista a uno de los encargados de las Lomas para determinar el conocimiento del lugar por visitantes locales como foráneos, la época del año donde las Lomas recibe la mayor cantidad de visitantes, quienes se encargaban del cuidado y la conservación de las Lomas, si este lugar estaba considerado como lugar protegido y quienes se encargaban de promoverlo turísticamente.

Instrumento de recolección de datos

Fuente de información

El principal método para la recolección de los datos fue la encuesta online realizada a una población de 75 turistas, con una muestra de 50, por consiguiente, se obtuvo una información detallada de la opinión de aquellas personas, respecto a las Lomas de Quilmaná. La encuesta que se elaboró es de preguntas con respuestas cerradas, lo cual ayudó a que los resultados de las opiniones de los encuestados sean organizados en gráficas y tablas, para realizar un análisis profundo de este distintivo lugar de Cañete.

Para la realización de la investigación también sea realizado un trabajo de campo para observar el estado actual de las Lomas (conservación) y ver qué tan adecuado está el lugar para los visitantes, el cual

consistía en realizar una visita presencial a finales de agosto del 2021.

Para poder realizar la recolección de datos, se precisó un formulario con las preguntas que se formuló, partiendo de los indicadores, marketing ecológico y desarrollo.

3. Resultados

Evidencias del trabajo de campo

Se observó que los caminos no están señalizados correctamente, y hay varios caminos por lo cual es posible que los visitantes lleguen a perderse. No hay tachos donde depositar los residuos, lo cual puede incidir en la contaminación de las Lomas, los caminos son peligrosos por tramos y el trayecto es muy largo

y agotador para los visitantes. La poca preocupación de las autoridades locales, la poca difusión de este lugar hace que el lugar no sea tan conocido, sin embargo, los pobladores del lugar están enfocados en conservar y promover turísticamente la zona, para conservar las Lomas, el pastoreo y otras actividades hacen que las zonas verdes de las Lomas se estén degradando en el tiempo.

Se estima que las áreas verdes se han reducido en un 30% en los últimos meses, debido al pastoreo y otro tipo de actividades que afectan a la vegetación que crece en las Lomas de Quilmaná (J. Alca, comunicación personal, 21 de agosto del 2021).

Los datos procesados de la encuesta realizada a 50 turistas se ilustran en la Tabla 1.

Tabla 1

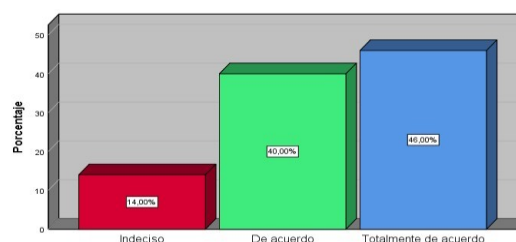
Distribución de frecuencias de la encuesta de las Lomas de Quilmaná.

Preguntas	P1		P2		P3		P4		P5		P6		P7		P8		P9		P10		P11		P12	
Alternativas de las preguntas	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	2	0	0
En desacuerdo	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	7	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Indeciso	7	14	3	6	1	2	2	4	6	12	12	24	7	14	5	10	1	2	1	2	4	8	1	2
De acuerdo	20	40	18	36	25	50	22	44	23	46	15	30	17	34	20	40	21	42	22	44	28	56	23	46
Totalmente de acuerdo	23	46	29	58	24	48	25	50	21	42	16	32	26	52	24	48	28	56	27	54	17	34	25	50
Total	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P1: ¿Considera que el Marketing Ecológico fomenta la conservación de recursos naturales de las Lomas de Quilmaná?, el 46 % de las personas encuestadas consideran estar totalmente de acuerdo que el marketing ecológico fomenta la conservación de recursos naturales de las Lomas de Quilmaná, estos resultados son avalados por el 40% de las personas encuestadas que afirman estar de acuerdo con lo propuesto. Por otro lado, se evidencia que el 14% aún se encuentra en una posición dudosa frente a esta iniciativa, como también se observa en a Fig. 3.

Figura 3

Opinión de los turistas sobre el marketing ecológico para la conservación de los recursos naturales de las Lomas de Quilmaná.



De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P2: ¿Considera que el Marketing Ecológico es importante para difundir turísticamente las riquezas naturales de las Lomas de Quilmaná?, el 58% de las personas encuestadas señala estar totalmente de acuerdo en que el marketing ecológico es importante para difundir turísticamente las riquezas naturales de las Lomas de Quilmaná, esto se ve respaldado por el 36% de los encuestados que afirman también estar de acuerdo con ello. Sin embargo, el 6 % de los encuestados se encuentran indecisos al considerar difundir el marketing ecológico.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P3: ¿Considera que el Ecoturismo promueve el desarrollo de las pequeñas empresas y de la localidad?, el 50% de los encuestados indicaron que el ecoturismo promueve el desarrollo de las pequeñas empresas y de la localidad, esto es respaldado con el 48% donde manifestaron que el ecoturismo es de gran ayuda para el crecimiento de los negocios, así como también para el progreso de la comunidad. Por otra parte, el 2% mostraron una posición indecisa frente a la interrogante planteada.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P4: ¿Considera usted que el Ecoturismo fomenta la conservación de los recursos naturales? El 50% de las personas encuestadas afirmaron que el ecoturismo estimula el cuidado de los recursos naturales, esto es avalado con el 44% donde indicaron que el ecoturismo es un gran promotor para la protección de las riquezas naturales, el 4% se mostraron indecisos y el 2% señalaron que el ecoturismo no incentiva en lo absoluto la conservación de los recursos naturales.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P5: ¿Cree usted que los servicios Ecoturísticos que se ofrecen por el internet repercutirán en el número de turistas en las Lomas de Quilmaná? El 46% de las personas encuestadas indicaron que los servicios ecoturísticos a través de la web influyen considerablemente en la cantidad de turistas en las Lomas de Quilmaná, estos resultados son respaldados con el 42% donde señalan que ofrecer actividades de ecoturismo por los medios digitales resultan de gran ayuda, y por otro lado el 12% manifestaron una posición dudosa, es decir no están

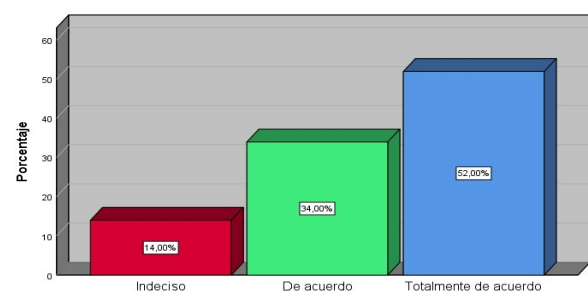
seguros si el internet puede repercutir con relación al número de turistas.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P6: ¿Considera usted que se promueve el desarrollo sostenible de las Lomas de Quilmaná? El 32% de los encuestados manifestaron que dentro de la zona si se fomenta la conservación de las Lomas de Quilmaná, el 30% también consideran que existe un impulso al desarrollo sostenible de las lomas, el 24% expresaron no estar seguros del incentivo a su sostenibilidad y el 14% indicaron que no se estimula el progreso sostenible de las lomas.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P7: ¿Considera usted que se debería impulsar el Ecoturismo en las Lomas de Quilmaná? El 52% de los encuestados indicaron que debe impulsarse el ecoturismo en las Lomas de Quilmaná, asimismo los resultados mencionados anteriormente son apoyados con el 34% la cual manifestaron la importancia de promover actividades ecoturísticas como las lomas, por otra parte, el 14% se muestra indeciso con respecto a si se debe fomentar el ecoturismo en las lomas, como también se observa en la figura 4.

Figura 4

Juicio de los turistas con relación a impulsar el Ecoturismo en las Lomas de Quilmaná.



De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P8: ¿Considera usted que Las Lomas de Quilmaná debería de pertenecer en el conjunto de las Áreas Naturales Protegidas? El 48% de los encuestados indicaron que las Lomas de Quilmaná deben ser parte de las Áreas Naturales Protegidas, esto se respalda con el 40% que también están de acuerdo con que las lomas sean preservadas por el Estado para su conservación, el

10% se muestran indecisos y el 2% consideran que las lomas no deben formar parte en el conjunto de las Áreas Naturales Protegidas.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P9: ¿Considera que la Municipalidad de Quilmaná debe impulsar el turismo de Las Lomas de Quilmaná? el 54% de los encuestados señalaron que la municipalidad de Quilmaná debe estimular el turismo en Las Lomas de Quilmaná aquellos resultados se vieron avalados con el 44% que señalan también que la municipalidad debe destinar factores políticos, económicos y administrativos en asuntos de promover el turismo. Por otro lado, el 2% manifestaron una perspectiva indecisa al respecto, es decir no están convencidos si la municipalidad deba de intervenir en impulsar el turismo de Las Lomas de Quilmaná.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P10: ¿Considera usted impulsar el Turismo en Las Lomas de Quilmaná provocaría un desarrollo en su población? El 56% de los encuestados señalaron que impulsar el turismo en Las Lomas de Quilmaná provocaría un desarrollo positivo en su población, estos resultados fueron respaldados por un 42% de las personas encuestadas, aquellos consideran que el turismo ofrece importantes posibilidades de desarrollo económico. Sin embargo, el 2% aún mantiene una posición dudosa frente a esta interrogante.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P11: ¿Estaría dispuesto a formar parte una alianza estratégica para promover el Ecoturismo en las Lomas de Quilmaná? El 34% de las personas encuestadas indicaron que están totalmente de acuerdo en formar parte de una alianza estratégica, ante estos resultados se sumaron el 56% que afirmaron estar de acuerdo. Por otro lado, se evidencia que el 8% de las personas encuestadas tienen una posición dudosa, es decir no están seguros en formar parte de una alianza y el 2% señaló que está totalmente en desacuerdo en formar parte de una alianza estratégica.

De la Tabla 1, se observa que en la pregunta P12: ¿Usted apoyaría los programas de cuidado medio ambiental en caso de llegar a ejecutarse en las Lomas de Quilmaná? El 50% de los encuestados señaló que está totalmente de acuerdo en apoyar los programas

de cuidado medio ambiental en caso de llegar a ejecutarse en las Lomas de Quilmaná, aquellos resultados coincidieron con el 46% de las personas encuestadas que también apoyarían los programas de cuidado medio ambiental. Sin embargo, el 2% manifestó una posición indecisa y el otro 2% afirmó estar en desacuerdo, es decir que no apoyarían ningún programa.

4. Discusión

Basándonos en la encuesta realizada mostrada en la Tabla 1, se puede deducir que en los resultados obtenidos se ha podido identificar que el marketing ecológico sí incide en el desarrollo del ecoturismo, sin embargo, esta no se aplica en las Lomas de Quilmaná debido a que no se promueve el cuidado especial de estas áreas y no existen políticas o normas internas que regulen el turismo responsable en dicho sector.

Según lo especificado por Villegas (2013) quien indica “Bajo la visión ecológica, el marketing ecológico debe contribuir a la creación de algunas ofertas comerciales que permitan el desarrollo sostenible de las familias que habitan cerca de una zona turística”. Por ello, consideramos que, si se aplica un turismo responsable en las Lomas, esta podría generar un desarrollo en la zona, ya que mediante la creación de empresas que se dediquen al desarrollo de actividades turísticas, las familias podrán obtener un ingreso que les permita tener una mejor calidad de vida.

En la actualidad estos ecosistemas se encuentran en riesgo a causa de actividades antropogénicas como el pastoreo, tráfico de terrenos, invasiones para viviendas y actividades de minería metálica y no metálica desregulada (Ipanaqué, 2019). Teniendo como zona de estudio a las Lomas de Quilmaná, estas han sido perjudicadas principalmente por el pastoreo, la contaminación y la invasión de terrenos para viviendas, afectando de esta manera el 30% del total manifestado por uno de los encargados de la zona, lo que dentro de 15 años podría provocar que esta área sea extinguida, según los encargados de dicha área (J. Alca, comunicación personal, 21 de agosto del 2021).

Un manejo irresponsable del turismo local puede generar contaminación y daño a la propiedad cultural y ambiental. Como sucede en muchos casos, Las

Lomas se han visto afectados por la irresponsabilidad no solo de los turistas, sino también de aquellos que incentivan su visita, pero no su conservación. En las Lomas de Quilmaná, se promueve de manera expansiva el turismo, sin controles ni políticas que regulen comportamientos dentro de ella.

De acuerdo con Pulido (s.f.), la economía medioambiental busca cuantificar estas pérdidas (daño a la salud, deterioro de recursos naturales y reducción del disfrute de la naturaleza) y determinar el camino más eficiente para reducirlas, así como comparar el coste del daño ambiental con el coste de la mitigación. Para analizar los costes y beneficios de reducir el daño medioambiental, los economistas deben comparar cambios en el bienestar económico actual con cambios en este bienestar a futuro.

Según el Servicio de Parques de Lima (2014), en el Perú, de forma tradicional se conocen 67 lomas: 9 en la costa norte, 23 en la costa central y 35 en la costa sur. Mediante el cuidado de esta área se puede obtener agua por medio de atrapanieblas, lo que puede ser una alternativa de solución para aquellos pueblos de difícil acceso que no tienen servicios de agua potable.

Claros (2013) expresa que, La Reserva Nacional de Lachay es la única ANP por el estado a nivel Nacional, Región Lima y Local que, protege y conserva una muestra representativa del ecosistema de lomas en el Perú. Al igual que las Lomas de Lachay, las 67 lomas que existen en el Perú deben ser protegidas por el Estado ya que son propiamente de la naturaleza y que, como tal, podrían obtenerse grandes beneficios.

Una vez puesta en marcha el ecoturismo a través del turismo comunitario fomenta el desarrollo socioeconómico de los residentes locales e incentiva el respeto y la conservación de la cultura y el medio ambiente, esta funciona como una herramienta de lucha contra la pobreza en países en vías de desarrollo, garantizando así el desarrollo sostenible (Orgaz & Cañero, 2015) entonces el ecoturismo involucra a las comunidades a ser partícipe de cada proceso turístico, aprendiendo así a conocer lo positivo que traería la actividad ecoturística.

Como es el caso de las lomas de Amancaes, Del Castillo et al. (2018) señalan que una organización local denominada Protectores Ambientales de la Flor

y Loma de Amancaes (PAFLA) ha venido desarrollando desde el 2013 la motivación al cuidado de las Lomas una iniciativa de conservación comunitaria que tiene como mecanismo de intervención principal el llamado Circuito Ecoturístico Lomas de Amancaes, además de otras como la restauración ecológica.

Es entonces que el ecoturismo permite que tanto los turistas, como los pobladores, es decir la población en general, pueda concientizarse y entender lo importante que es el ambiente en el que habitan la flora y fauna pues de esa manera se originan actitudes, valores y conocimientos que generan soluciones ambientales. El poner en marcha actividades como son la difusión y educación ambiental en la misma comunidad, en los colegios del distrito, en universidades, generan grandes cambios para las problemáticas ambientales que conlleva a las Lomas de Quilmaná a su desvanecimiento. Mayorga y Treggiari (2018) afirma que el papel que debe asumir el estado es de suma importancia porque son ellos quienes priorizaran los recursos naturales que posee las lomas debido a que son un importante ecosistema de la provincia de Cañete, dado que tienen relación cultural y socioambiental importante con los habitantes, tanto en el pasado como ahora.

Es decir, son fundamentales para el desarrollo tanto en crecimiento económico, social y para poder combatir la pobreza. Lastimosamente, estas lomas se van perdiendo por causas antropogénicas por ello se considera al ecoturismo un factor importante para crear conciencia en las comunidades sobre las especies y el entorno en el que viven.

Durante el contexto del COVID -19, para garantizar una visita segura, el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP) implementó medidas de bioseguridad. Así se tiene que la Reserva Nacional de Lachay fue una de las áreas naturales protegidas que en el 2021 reanudaron sus actividades y visitas turísticas. (SERNANP, 2021). Frente a ello las Lomas de Quilmaná se vio en la necesidad de implementar medidas sanitarias por responsabilidad y cultura propia debido a que no existe un compromiso de autoridades competentes con las Lomas de Cañete. Aun así, no se desarrolló actividades turísticas como en los años 2019.

Además, las Lomas de Lachay han sufrido un impacto negativo a causa del turismo ya que se generó 5 010 kg de residuos sólidos, de las cuales el 92% estaba relacionada con la actividad del turismo (Romero, 2016). Al igual que Lachay, Las Lomas de Quilmaná tuvo un significativo impacto relacionado con la contaminación ya que al visitar este lugar se puede apreciar la irresponsabilidad de algunos turistas que arrojan desperdicios en las zonas verdes de las Lomas.

En las Lomas De Quilmaná, el desarrollo del atractivo turístico antes de la llegada de la pandemia producida por el COVID-19 se encontraba en un estado incipiente por lo que se contaba con un nivel bajo de afluencia turística según manifiesta el encargado de la zona (D. Sánchez, comunicación personal, 21 de agosto del 2021).

5. Conclusiones

Se tiene claro que el marketing es una herramienta poderosa para hacer conocida un lugar, proyecto o hasta incluso a una persona.

El empleo del marketing incide en el desarrollo del ecoturismo en las Lomas de Quilmaná, de manera que, con la implementación de un adecuado plan de marketing se puede ayudar a que esta zona sea más conocida y logre un crecimiento sostenible sin perjudicar al medio ambiente.

El turismo responsable podría generar un avance positivo en la zona conocida como Las Lomas de Quilmaná, pues mediante la creación de empresas que se dediquen al desarrollo de actividades turísticas, las familias vinculadas a ella podrán generar ingresos que les permita tener una mejor calidad de vida.

Además, la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con apoyar la idea del marketing ecológico y el ecoturismo puede aumentar la difusión de Las Lomas de Quilmaná y su conservación, los pobladores de la zona han tratado de conservar y cuidar las Lomas.

Referencias

- Claros, D. (2013). *Gestión de agua en las Lomas de Lachay*. <https://www.minam.gob.pe/cambioclimatico/wp-content/uploads/sites/11/2015/01/Gesti%C3%B3n-del-Agua-y-biodiversidad-em-Lomas-LACHAY.pdf>
- Córdova, K., Crisóstomo, M., Salazar, D. y Zárate, J. (2017). *El turismo rural comunitario y el ecoturismo como alternativas para el desarrollo local de Tupe* [tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio UPC <http://hdl.handle.net/10757/621923>
- Del Castillo, J., Cerrón, H., Janampa, C., Pérez, T., & Ccama, J. (2018) *El desafío de conciliar la ciudad y la naturaleza: Conservación local en el ecosistema peri-urbano de las lomas de Amancaes (Rímac, Lima, Perú)*. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.22809.57445>
- Getamap.net. (s.f) *Lomas de Quilmana Departamento de Lima*. Recuperado el 07 de febrero del 2022 https://es.getamap.net/mapas/peru/lima/_quilmana_lomasde/
- Google Maps (2022). [Mapa de ubicación de las Lomas de Quilmaná-Cañete]. Recuperado el 07 de febrero del 2022 de <https://www.google.com/maps/place/Lomas+de+Quilmana/@-12.9273321,-76.4632728,13z/data=!4m5!3m4!1s0x910ff67323b76c8b:0x59e58c0084599308!8m2!3d-12.9166667!4d-76.4319444>).
- Ipanaqué, C. (2019, 10 de agosto) *Lomas de Lima: Un pedazo del edén en peligro*. Diario La República. <https://larepublica.pe/sociedad/2019/08/11/lomas-de-lima-un-pedazo-del-eden-en-peligro/>
- Mayorga, C. & Treggiari, F. (2018). *Biodiversidad y conocimientos tradicionales: Perspectivas históricas, socioculturales y jurídicas*. Universidad de La Frontera. <http://bibliotecadigital.ufro.cl/?a=view&item=1575>
- Ministerio de Ambiente (2017). *¿Cuánto sabemos los peruanos sobre biodiversidad? Estudio de percepción pública en cinco regiones del país*. <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/02/%C2%BFCu%C3%A1nto-sabemos-los-peruanos-sobre-biodiversidad-Estudio-de-percepci%C3%B3n-p%C3%BAblica-en-cinco-regiones-del-pa%C3%ADs-ilovepdf-compressed.pdf>
- Ministerio de Ambiente (s.f.). *ANEXO 4: Ecosistemas únicos: las lomas costeras*. <https://www.minam.gob.pe/proyecolegios/Curso/cursos-virtual/Modulos/modulo2/3Secundaria/Actividad>



es-

Aprendizaje/CTA_1/S11/anexo11/CTA_S11_Ane
xo_4.pdf

- Orgaz, F. & Cañero, P. (2015). Ecoturismo y desarrollo sostenible. Un estudio de caso en comunidades rurales de República Dominicana. *Revista Pasos*, 13(6) 1425-1435. http://www.pasosonline.org/Publicados/13615/P50615_11.pdf
- Perú ecológico (s.f). *QUILMANÁ*. https://www.peruecologico.com.pe/lomas_quilmana.htm
- Pulido, A. (s.f.). *Relaciones entre economía y medio ambiente. Blog sobre futuro e innovación*. <http://www.antonipulido.es/documentos/con080102.pdf>
- Qualtrics (s.f). *Investigación cuantitativa*. <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>
- Romero, J. (2016). La actividad Turística y su Impacto en el Ecosistema de Lomas en la Reserva Nacional de Lachay - 2013. *Big Bang Faustiniiano*, 5(4), 30-36 <https://doi.org/10.51431/bbf.v5i4.34>
- SERNANP. (2021). *Se inicia la temporada de lomas en la Reserva Nacional de Lachay*. <https://www.gob.pe/de/institucion/sernanp/noticias/502360-se-inicia-la-temporada-de-lomas-en-la-reserva-nacional-de-lachay>
- Servicio de Parques de Lima (2014). *Las Lomas de Lima, Futuros parque de la ciudad*. Gráfica Biblos. https://periferia.pe/assets/uploads/2020/06/Lomas-de-Lima_compressed.pdf
- Sorzona, M. (2018). *El marketing ecológico y su incidencia en el desarrollo turístico del cantón Santa Ana*. [tesis de pregrado, Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí]. Repositorio Institucional ULEAM <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/2116>
- Valle, M. (2017). *Factibilidad de la promoción de marketing del complejo arqueológico Rúpac-en la provincia de Huaral, 2017* [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/31928>
- Villegas Días, M. (2013). *Marketing ecológico: propuesta para mejorar la sustentabilidad de cuatro PyME de los sectores industrial, comercio y servicios, de la ciudad de Xalapa, Veracruz*, [tesis de maestría, Universidad Veracruzana]. Repositorio Institucional UV. <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/34838/villegasdiaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>