



UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
DIRECCIÓN DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MAGISTER ECONOMÍA DE LOS RECURSOS NATURALES Y
DEL MEDIO AMBIENTE

**EFFECTO DE LA INFORMACIÓN ECOLÓGICA, EN EL COMPORTAMIENTO DE
LOS TURISTAS PARA LA PROTECCIÓN DE LOS PINGÜINOS DE HUMBOLDT**



FELIPE MONTEALEGRE BUSTOS
CONCEPCIÓN – CHILE
2015

Tesis para optar al grado de Magíster en Economía de los Recursos Naturales y
Del Medio Ambiente

Profesor Guía: Felipe Vásquez Lavín, PhD.
Dpto. de Economía,
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad de Concepción

RESUMEN

Este estudio aplica el método de experimento elección para evaluar las preferencias del comportamiento de los turistas, cuando estos tienen información de los posibles impactos ecológicos que genera su visita. Usando la experiencia del turista al visitar la reserva natural del pingüino de Humboldt, el estudio evalúa si las personas con información sobre los impactos de los visitantes sobre el pingüino, optan por quedarse más lejos de los ellos, aunque este comportamiento reducirá su bienestar de la experiencia turística. Los resultados muestran que, independientemente de las diferencias sociodemográficas, los visitantes con información eran más propensos a seleccionar alternativas que reducen el estrés de los pingüinos. Los resultados son alentadores ya que apoyan la afirmación de que campañas educativas y de información puede tener efectos importantes sobre el comportamiento de las personas en áreas de interés para la conservación. La entrega de información ecológica puede convertirse en una herramienta importante para fomentar un comportamiento conservacionista, especialmente en las zonas donde el apoyo a la aplicación es débil.

ABSTRACT

This study applies the choice experiment method to assess tourists' behavioral preferences when faced with information from the possible ecological impacts of their visitor experience. Using visitors experience when visiting a Humboldt penguin coastal reserve, the study assesses whether people with information on visitor impacts will choose to stay farther away from the penguins even though this behavior will reduce their wellbeing from the tourism experience. Results show that, irrespective of socio-demographic differences, visitors with information were more prone to select alternatives that reduce penguins stress. Results are encouraging since they support the claim that well defined educational and informational campaigns can have important effects on the way people behave in areas of interest for conservation. Granting ecological information can become an important tool to encourage conservation behavior, especially in areas where support for enforcement is weak.