



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Con el fin de lograr un entendimiento claro del presente documento y el fin de evitar ambigüedades en la interpretación del mismo, se definirán y conceptualizarán todos aquellos términos que se consideren necesarios para tal fin. Además de esto, se dividirá dicho marco en tres partes para así lograr una mejor explicación.

2 Primera Parte. Marco Teórico Conceptual

1.1 Concepto del Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible surge en un momento indispensable para la sociedad, donde se necesita combinar la actividad económica con la protección y resguardo de la naturaleza, para que al mismo tiempo que se estén generando recursos económicos, el ambiente y los recursos naturales se preserven y puedan seguirse aprovechando en el futuro.

“Estamos en un momento crítico de la historia de la Tierra, en el cual debe elegir su futuro. A medida que el mundo se vuelve cada vez más



interdependiente y frágil, el futuro depara a la vez grandes riesgos y grandes promesas. Para seguir adelante, debemos reconocer que en medio de la magnífica diversidad de culturas y formas de vida, somos una sola familia humana y una sola comunidad terrestre con un destino común. Debemos unirnos para crear una sociedad global sostenible fundada en el respeto hacia la naturaleza, los derechos humanos universales, la justicia económica y una cultura de paz. En torno a este fin, es imperativo que nosotros, los pueblos de la Tierra, declaremos nuestra responsabilidad unos hacia otros, hacia la gran comunidad de la vida y hacia las generaciones futuras”.

Carta de la Tierra¹ (2000).

Este tipo de acepciones son las que en las últimas décadas han ido aumentando debido a la presente situación mundial, sobre todo social, económica o ecológicamente hablando.

Pero según Novo (2003), la sociedad moderna comenzó a finales de los años noventa a darse cuenta de las atrocidades que venían ocurriendo en la naturaleza. Descubrieron ecosistemas en pleno desequilibrio, extinción de algunas especies de flora y fauna, contaminación extendida del aire, entre otras situaciones que han obligado a los hombres y mujeres actuales a pensar en forzosas e inaplazables soluciones para mejorar el deterioro causado.

¹ Carta de la Tierra es una declaración de principios fundamentales que tiene el propósito de formar una sociedad justa, sustentable y pacífica en el siglo 21. <http://www.cartadelatierra.org/>



Uno de los conceptos que surgieron durante ese periodo como búsqueda alternativa para al menos frenar el avance nocivo, es el concepto de la palabra internacionalmente conocida como “*desarrollo sostenible, sustentable o perdurable*”, la cuál se encuentra en el documento llamado Informe Brundtland (1987)², resultado de los trabajos de la Comisión del Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, creado en la Asamblea de Naciones Unidas en 1983. Dicha definición se asumiría en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992)³: “*Aquel desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades*” (Riechmann, 1995, p. 4).

De la misma manera Fernández (2004) precisa que:

El desarrollo sostenible expresa dos ideas muy claras: el uso racional de los recursos naturales y la protección del ecosistema mundial en las figuras de los ciudadanos (respeto al medio, cambio de hábitos), ciencia (conocimientos y soluciones) y poderes públicos (legislación y cooperación con otros países).

Por otro lado, McIntyre (1993) señala que, el desarrollo sostenible considera de forma general tres principios:

²Informe Brundtland. Informe socio-económico, elaborado en 1987 para la ONU por una comisión encabezada por la doctora Harlem Brundtland. Originalmente, se llamó *Nuestro Futuro Común (Our Common Future*, en inglés). En este informe, se utilizó por primera vez el término desarrollo sostenible.

³ Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el desarrollo, 1992. Esta declaración fue adoptada por los gobiernos participantes en la Cumbre de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, en junio de 1992.



1 La sostenibilidad ecológica garantiza que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos biológicos.

2 La sostenibilidad social y cultural garantiza que el desarrollo aumente el control de los hombres sobre sus propias vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas afectadas, y mantenga y fortalezca la identidad de la comunidad.

3 La sostenibilidad económica garantiza que el desarrollo sea económicamente eficiente y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.

En relación con este estudio de factibilidad, la puesta en práctica del concepto requiere de alguna forma evaluar el progreso hacia el desarrollo sostenible. Algunos de los indicadores de sostenibilidad que han sido propuestos y que se tendrán en cuenta durante la elaboración de este estudio, consisten en: reducir los impactos que tiene la actividad humana sobre el medio ambiente, en especial la exagerada utilización de los recursos renovables y no renovables, no superar la capacidad de carga de los recursos naturales y ecosistemas, integrar los objetivos de largo plazo económicos, sociales y ambientales, y preservar la diversidad biológica, cultural y económica (Bergh y Jeroen, 1996).



2.1.2 *Conceptualización del Turismo Sostenible*

El turismo presente en todo el mundo, demuestra que es una industria global y con oportunidades de crecer. Pero para que el crecimiento sea benéfico y perdurable se debe tomar en cuenta una nueva manera de turismo, uno que vaya directamente enfocado al desarrollo sostenible:

"La protección, enriquecimiento y mejoramiento de los diferentes componentes del medio ambiente del hombre son las condiciones fundamentales del desarrollo armónico del turismo..."

-Acuerdo conjunto entre el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo-

De manera similar que el concepto anterior, el concepto de Turismo Sostenible surge por la necesidad de aproximar el turismo a perspectivas críticas y medioambientales. Sin embargo, no es hasta la década de los noventa cuando se plantea la sostenibilidad en el turismo.

De acuerdo con López (2001, p. 193):

El turismo sostenible fue descrito como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos; integrando las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación



de los valores naturales y culturales. Así mismo, el autor propone que el turismo es uno de los pocos sectores económicos identificados en la Declaración de Río y el Programa 21⁴, aprobado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro en 1992, por su potencial para un aporte positivo a la salud del planeta.

El potencial del sector turismo como motor del desarrollo económico y social sostenible ha sido desde entonces reconocido por varias entidades políticas nos dice López (2001), con posterioridad, el World Wildlife Fund (WWF), el Tourism Concern y la Unión Europea, incluyen al turismo como uno de los sectores clave hacia el que deben de encaminarse todas las medidas en materia de medio ambiente y de desarrollo sostenible.

Por otro lado, en el año 1993 fue la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* la que definió el concepto de Turismo Sostenible:

"El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".

⁴ Programa 21 ó Agenda 21: Es un plan de acción de la Organización de las Naciones Unidas que engloba todas las cuestiones del desarrollo sostenible.



Al año siguiente la OMT (1994) consideró fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos los siguientes requisitos:

- La minimización de los residuos.
- Conservación y gestión de la energía.
- Gestión del recurso agua.
- Control de las sustancias peligrosas.
- Transportes.
- Planeamiento urbanístico y gestión del suelo.
- Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos.
- Diseño de programas para la sostenibilidad.
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible.

La Carta Mundial del Turismo Sostenible (1995)⁵ establece 18 principios que tratan de poner los fundamentos para una estrategia turística mundial basada en el desarrollo sostenible. La Carta de Lanzarote supone la acepción definitiva de los lazos de la sostenibilidad, la conservación y el desarrollo de los recursos, y el papel central del turismo para el desarrollo de muchas localidades a nivel de la geografía mundial y muy particularmente de los países menos desarrollados con una variada riqueza de flora, fauna, paisajes y elementos culturales.

En términos más simples, la Organización de los Estados Americanos en su XVII Congreso Interamericano de Turismo sobre *la Sostenibilidad del turismo mediante la gestión de sus recursos naturales y culturales*, celebrado en San José Costa Rica en abril de

⁵ Carta del Turismo Sostenible: Resultado de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizado en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 24 al 29 de Abril, 1995.



1997; reconoce cada vez más claramente que la ordenación sostenible de los recursos será conducente a una conservación aceptable y al desarrollo de productos turísticos de mayor calidad. Se reconoce asimismo que, en su mayor parte, los seres humanos tienen cierto control sobre el uso y la modificación del entorno de manera positiva (y negativa). En pocas palabras, el turismo puede ser un instrumento para mejorar el medio ambiente, o para destruirlo.

Por tanto, no hay ninguna razón para creer que el turismo declinará como actividad internacional en el futuro. Todo se inclina a suponer que aumentará para convertirse en un aspecto significativo del desarrollo económico y social en muchos países. El desafío, pues, es asegurar que ese crecimiento pueda acomodarse dentro de una estructura sostenible.

2.1.3 Conceptualización del Ecoturismo.

La existencia de un número creciente de definiciones sobre el ecoturismo se debe según Báez y Acuña (1998, p. 16) a que “el turismo asociado con el medio ambiente (natural y cultural) resulta en una actividad comercial de reciente desarrollo en nuestra sociedad y se caracteriza por ser sumamente dinámica y creativa”. En otras palabras, se refieren al hecho de que dicha asociación del turismo con otras actividades y sectores propicien la extensión, subjetividad y hasta evolución del concepto.

No obstante, el ecoturismo es uno de esos tantos conceptos que aparecieron hace unos 20 años y que hasta el momento sigue sin aceptarse como uno solo. Simmons (1999, p. 2) menciona el reto de definir el ecoturismo como lo describe Ziffer (1989):



“El término ha eludido la definición firme porque es una noción compleja que ambiciosamente intenta describir una actividad, establecer una filosofía y esbozar un modelo de desarrollo”.

Ahora bien, se comenzará con una definición propuesta por el Arq. Ceballos-Lascuráin (1988, p. 13 -14):

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de 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, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

Sin embargo, una definición más acertada con los propósitos de este estudio es la propuesta por la Cámara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica (2004).

El ecoturismo, es aquel segmento especializado del turismo sostenible (turismo responsable), que promueve y apoya la conservación de la naturaleza y los valores culturales de los destinos, los interpreta para el visitante, favorece el mejoramiento socioeconómico de las comunidades locales y persigue sensibilizar y satisfacer, de manera ética, a los clientes. Mantiene sus actividades con un diseño y a una escala apropiados al entorno y pone a sus clientes en contacto directo y personal con la naturaleza y la cultura local.



Esta última definición propuesta por la Cámara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica, encaja perfectamente a los propósitos que pretende alcanzar (si se lleva a cabo) este proyecto hotelero.

Después de tener conceptualizados tanto el turismo sostenible como el ecoturismo, salen a relucir ciertas similitudes y diferencias que podrán ser explicadas en la tabla 1.1:

Tabla 2.1 Turismo Sostenible y Ecoturismo

| EJES PRINCIPALES | AMBIENTAL | SOCIOCULTURAL | ECONÓMICO |
|---|---|---|---|
| Para ser considerado <i>turismo sostenible</i> (<i>sustentable</i> o <i>responsable</i>), debe cumplir con: | Minimizar desechos (aguas residuales, sólidos) Reducir consumo (insumos, electricidad, agua, combustible, etc.) | No dañar la cultura. Contribuir al desarrollo local. | Calidad de servicio (cumple con estándares mínimos), espacio, aseo y mantenimiento. Seguridad : a) En actividades turísticas b) Amenazas para los clientes c) Emergencias |
| | No contaminar (aire, agua, suelos, sonidos, visualmente) No dañar o comercializar ilegalmente o en forma no sostenible la flora y fauna. | Beneficio económico a la comunidad. Adquisición sana de propiedad. | Mercadeo honesto y comercialización ética. Buenos principios empresariales, retroalimentación de clientes y acción correctiva. |
| | Capacitación del personal de la empresa. Fortalecer <i>activamente</i> la conservación. | Capacitación del personal de la empresa. Fortalecer social y culturalmente la comunidad local. | Capacitación del personal de la empresa. Concordar con el entorno en escala y diseño, tanto para manejo de grupos como para |



| | | | estructuras. |
|---|---|--|--------------|
| Para que sea <i>ecoturismo</i> , debe cumplir con lo anterior y además: | <p>Dar interpretación ambiental para clientes.</p> <p>Poner a los clientes en contacto directo y personal con la naturaleza.</p> <p>Utilizar las mejores (ejemplares) prácticas ambientales (p. Ej. energía renovable, insumos reutilizables, etc.)</p> | <p>Dar interpretación cultural para clientes.</p> <p>Respetar la cultura y costumbres locales (tradicionales o indígenas)</p> <p>Propietarios, gerentes, ejecutivos son locales o viven en la comunidad.</p> | |

Fuente: Cámara Nacional de Ecoturismo de Costa Rica (2004).

Finalizando esta Conceptualización del ecoturismo, solo queda interpretar y concluir que, el ecoturismo puede ser una alternativa para transmitir al visitante de una manera directa el entorno en el que se encuentra; en términos más simples, darles una experiencia global en su visita, de una manera fácil, didáctica e interactiva.

2.1.4 Conceptualización del Eco Hotel

Para continuar uniendo los conceptos indispensable para este proyecto, es necesario realizar la descripción del concepto de Eco hotel.

“El ecoturismo sin eco-hotelería, es como el Mar sin agua”.

Eberhardt H. Rues. (1995)

En la actualidad los turistas están acostumbrados a un cierto tipo de infraestructuras turísticas que se han impuesto desde el inicio del diseño de hoteles; simples edificios verticales con formas variadas dependiendo del lugar y la moda del momento. Son



edificaciones similares en todas partes sin importar el clima, la ubicación geográfica, el entorno directo en que se encuentran, ni siquiera la influencia arquitectónica del lugar (Deffis Casso, 1998).

Para poder justificar los beneficios e intereses de este proyecto, específicamente los que se refieren al concepto de eco-hotel, es necesario tomar en cuenta dos vertientes complementarias y de vital importancia que a continuación se mencionan y posteriormente se describen:

1. Normas de diseño y construcción.
2. Eco-administración.

Se debe considerar la parte física de los eco – alojamientos como un complemento inicial de la eco – administración. Esto se debe a la necesidad obligada de que el establecimiento debe cumplir primero con una serie de requisitos de diseño y construcción ambientalmente concientes, para posteriormente operar bajo las medidas que establezca la eco – administración.

Diversas instituciones y/o corporaciones como la Corporación Internacional de Finanzas con sus siglas en inglés IFC (International Finance Corporation) parte a su vez del World Bank Group; han desarrollado diversos estudios e investigaciones. Como ejemplo se tiene, el estudio realizado por la IFC (Ecolodges, 2004) el cuál en su apartado llamado *Prácticas Ambientales y Sociales en Eco – Alojamiento*, sugiere tomar en cuenta los siguientes lineamientos:



- Predesarrollo e impacto de construcción (minimizar el uso de sustancias y materiales nocivos).
- Los materiales deben ser apropiados y de procedencia local, así como los albañiles empleados en la construcción deben de ser de procedencia local.
- Planos físicos del establecimiento
- Fuentes de energía.
- Procedencia y consumo del agua.
- Manejo y deposito de material sólido.
- Apoyar la conservación.
- Trabajar con comunidades locales.
- Actividades de carácter natural y cultural.

A partir de estos puntos se puede comenzar a definir perfectamente la dirección que va a tomar el proyecto. No obstante, los puntos descritos se tratarán posteriormente en el desarrollo del estudio, ya que para fines de este marco teórico basta con mencionarse.

La administración ecológica de un hotel busca que todas las operaciones del establecimiento, junto con sus empleados en todos los niveles (dueños, gerentes, supervisores y trabajadores), así como con sus colaboradores externos (proveedores, outsourcing, etc.) y sus visitantes, promover y sensibilizar por lo menos, a todo aquel que tenga contacto directo o indirecto con la empresa.

Para enfatizar más el párrafo anterior, Rues (1993) indica que el hotel que se enfoca al ecoturismo no se limita, si no que se abre a nuevos mercados; mercados actuales con



tendencias que participan en pro al medio ambiente, de esta manera dichas acciones promueven directamente la conservación en los empleados y clientes. Asimismo, la subsistencia del medio ambiente no quiere decir frenar el crecimiento, mejor dicho significa una necesidad para el mercado económico del planeta. Por eso el hotel orientado ecológicamente, puede lograr un nuevo mercado y poseer una ventaja importante ante la competencia que sólo piensa económica y cuantitativamente.

Además de la nota anterior el autor propone 4 objetivos principales para la concientización ambiental en la administración de hoteles:

1. Contribución hacia la preservación y conservación del ambiente.
2. Educación hacia la conservación.
3. Eficiencia en el consumo de energía, agua y residuos.
4. Eco – mercadeo.

De igual forma la IFC (Ecolodges, 2004) precisa que los Ecolodges (eco-alojamiento) son de particular interés para el desarrollo sustentable de la comunidad. Ya que, son pequeños, medianos y micro-empresas que pueden generar una variedad de impactos positivos en el desarrollo económico, sobre todo en lugares rurales con amplia biodiversidad, donde otro tipo de desarrollo en construcción o en consideración son con frecuencia perjudiciales al ambiente.

Por tanto, los eco – alojamientos son parte actual y sobre todo vigente de la industria de la hospitalidad, este factor permite demostrar la tendencia presente de los turistas para así fomentar la necesidad de formar nuevos hoteleros enfocados más a hacia la ecología. En otras palabras y en conclusión, los nuevos profesionistas de la industria



hotelera deberán por el bien de todos enfocarse y elegir trabajar en una industria sostenible, indicando con esto y como ejemplo un eco – hotel.

2 Segunda Parte. Marco Teórico Contextual

2.2 Situación Mundial

"Cada vez son más los países que reconocen que el apetito del mundo por experimentar ambientes y culturas diferentes de los propios constituye una oportunidad económica mundial".

-John Naisbitt, Paradoja Mundial, 1994-

Según Rues (1993), la industria internacional del servicio de hospitalidad es un factor importante en la expansión de los destinos turísticos. Puede contribuir substancialmente al crecimiento planeado y divisado dentro del ecoturismo, por medio del constante refuerzo de la concientización ambiental como responsabilidad universal.

De esta manera se puede considerar que la verdadera salida o solución al presente deterioro turístico es el ecoturismo, mencionado de otra manera el autor declara que la



destrucción ocasionada por la sobre construcción de hoteles en áreas ambientalmente sensibles, exceso de desperdicios, malgasto de agua y otros típicos problemas ambientales, requieren el refuerzo de leyes existentes y la aplicación del principio de las tres R's (Reducir, reciclar, reutilizar) lo mas pronto posible. El tiempo es precioso pues lo que ha sido destruido o perdido no puedes jamás ser recuperado.

En la actualidad se puede considerar diferentes factores o situaciones reales por las que esta pasando la industria de los viajes y el turismo. Por ejemplo, si se toma en cuenta los últimos resultados y estadísticas mundiales registradas por la Organización Mundial del Turismo⁶ (2006), en su documento titulado *Datos Esenciales del Turismo edición 2006: Panorama del Turismo Internacional en 2005*, sale a relucir lo siguiente:

Terrorismo, desastres naturales, sobresaltos en el ámbito sanitario, aumentos del precio del petróleo, fluctuaciones en los tipos de cambio e incertidumbres económicas y políticas - éstas son sólo algunas de las problemáticas que hubo de sortear el sector turístico en 2005. Con todo, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superaron todas las expectativas, rebasando los 800 millones y logrando resultados nunca antes vistos. Según se estima, este aumento logró la asombrosa cifra de 42 millones más de llegadas:

17 millones en Europa, 11 millones en Asia y el Pacífico, 8 millones en América, 3 millones en África y otros 3 en Oriente Medio. Los resultados de 2005, además de constituir un incremento mundial del 5,5 %, suponen la

⁶ La Organización Mundial del Turismo, es un organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional en el campo del turismo.



consolidación del extraordinario crecimiento de 2004 (+ 10 %). Aunque el crecimiento del turismo mundial fue más moderado en 2005, se situó casi un punto porcentual y medio por encima de la tasa media anual prevista a largo plazo (el 4,1 %).

Como se muestra en la figura 2.1:

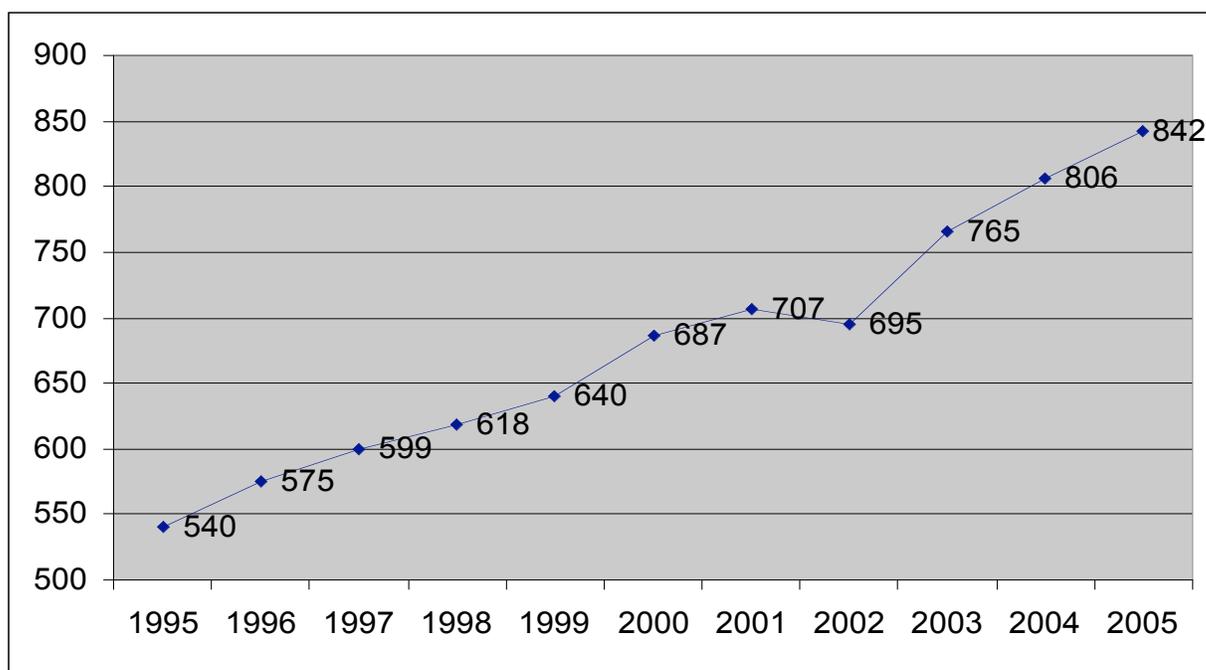


Figura 2.1 Llegadas de Turistas Internacionales (millones)

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

(Cifras procedentes de la OMT, 2006)



Gracias a la OMT (2007) y a su actividad nombrada como el *Barómetro OMT del Turismo Mundial*; este puede ser medido y evaluado a corto plazo para posteriormente proporcionar información adecuada y actualizada para todos los involucrados en el sector. Dado es el caso de este cuadro anterior el cuál a simple vista demuestra que la tendencia de viajar de manera internacional aumenta y no se detiene, pues se tienen previsiones para el futuro como la siguiente:

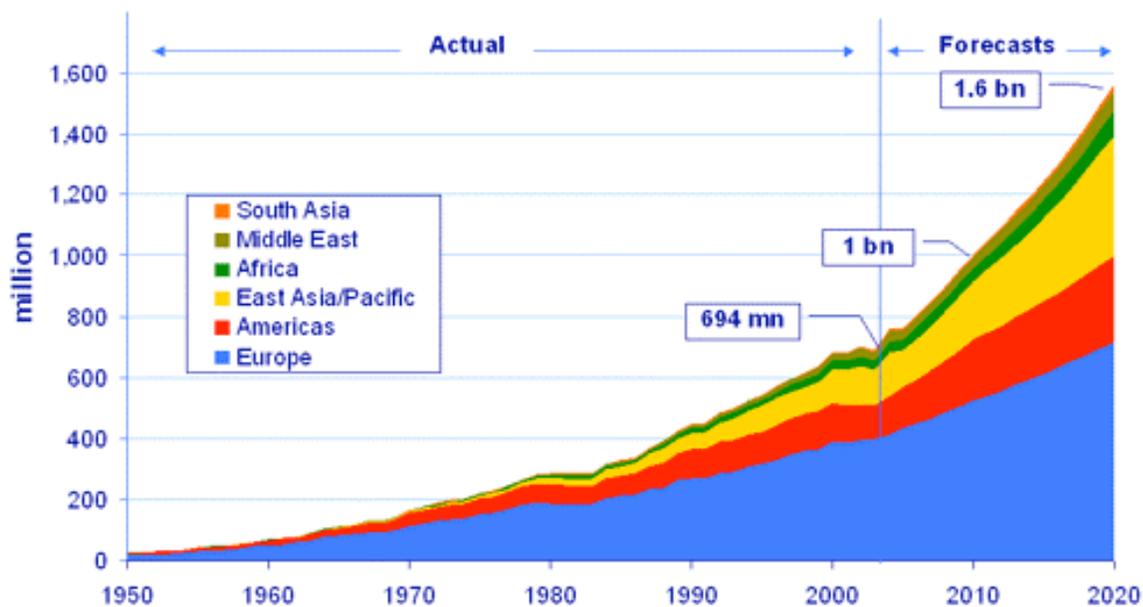


Figura 2.2 Pronósticos de la visión del turismo año 2020

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

(Cifras procedentes de la OMT, 2006)

La visión del turismo 2020 es el pronóstico a largo plazo elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) para la evaluación del desarrollo del turismo hasta los 20 primeros años del nuevo milenio. Un resultado esencial son los pronósticos



cuantitativos que cubren un período de 25 años, con pronósticos hacia 2010 y 2020. Estos pronósticos esperan que las llegadas internacionales alcancen casi 1.6 mil millones hacia el año 2020. De estas llegadas mundiales en 2020, 1.2 mil millones será intraregional y los 378 millones restantes serán viajeros intercontinentales (OMT, 2003).

Las llegadas totales turísticas por región muestran que hacia el año 2020 las tres primeras regiones de encubrimiento serán Europa (717 millones de turistas), Asia del Este y Océano Pacífico (397 millones) y América (282 millones), seguidas de África, el Oriente Medio y el Sur de Asia. (OMT, 2003).

Los viajes intercontinentales por todo el mundo aumentarán más rápido (OMT, 2003), se estima que el crecimiento sea del 5.4 por ciento por año durante el período 1995-2020, mientras que los viajes intraregionales, aumenten el 3.8 por ciento. Por consiguiente la proporción entre viajes intraregionales y viajes intercontinentales cambiará de 82/18 aproximadamente en 1995 a cerca de 76/24 en 2020.

Por tanto, se revela claramente que los pronósticos indican el aumento de viajes intercontinentales sobre los intraregionales. Esto a simple vista resulta en el aumento de turistas internacionales (No procedentes del mismo continente), lo cuál destaca la necesidad de que los destinos (Países) turísticos se deban preparar en los próximos años para la llegada de turistas más conocedores, especiales y exigentes. En todo caso, serán turistas nuevos para muchos destinos, lo cuál originará un nuevo reto para sectores turísticos que no se encuentren preparados ni concientes de las necesidades presentes y futuras de dicho sector.



Ahora bien, acompañando a estos pronósticos (FIGURA 2.2) se encuentran diversos factores que se deben tomar en cuenta según Rubio y Estaban (2003), pues es ahora que todavía hay tiempo para ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros, nuevos conceptos de turismo que cautiven y retengan turistas; a los que por ende se les debe de ofrecer servicios y productos de calidad, poco masificados, de alto contenido cultural y de alto valor agregado.

Si se toma en cuenta también que las nuevas tendencias del mercado van enfocadas a la ecología como dice la OMT (2004):

- La sustentabilidad representa una exigencia del mercado.
- Los turistas son cada vez más “verdes”, más concientes y buscan destinos más auténticos.
- Algunos operadores y mayoristas responden a esta tendencia incluyendo listas de verificación de los destinos que aparecerán en sus catálogos.
- Cada día es mayor la tendencia mundial a seleccionar empresas y destinos con alguna certificación ambiental, como la mejor opción de viaje, lo que obliga a trabajar en la mejora de prácticas ambientales.

De igual manera la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2004) en su *Estudio de coyuntura sobre sustentabilidad* manifiesta que el presente mercado tiene las siguientes inclinaciones respecto a sus viajes:

- El 85.6% de los entrevistados considera muy importante, saber que destinos y prestadores llevan a cabo prácticas de cumplimiento ambiental.



- El 54.3% piensa en las condiciones ambientales cuando toman la decisión de viaje.
- El 90% estaría dispuesto a pagar por el uso de áreas naturales.
- El 69% estaría dispuesto a pagar más en empresas y destinos, que contarán con un sello de calidad ambiental.

Finalmente se llega al punto donde la necesidad de nuevas tendencias es casi obligatoria para la subsistencia y vigencia del sector turismo. Ya que la situación actual marca periodos de grandes cambios en el ámbito social, tecnológicos, económicos y políticos. Esto no implica un cambio radical, sino progresivo, ya que la industria de los viajes avanza con la tecnología y con las nuevas necesidades de la gente. Sin embargo, en la actualidad el crecimiento del sector va ligado a una cierta necesidad de cambios en la producción turística, entre dichos cambios pueden mencionarse los propuestos por Sladogna, Fernández y Varela:

- El mayor fraccionamiento de las vacaciones acompañada por una mayor frecuencia en viajes de menor duración.
- La actitud "activa" del turista interviniendo inclusive en el propio diseño de sus vacaciones.
- La incorporación de variables medioambientales en los destinos.
- La conjugación cada vez mayor de viajes de negocios combinados con placer y



- La exigencia generalizada de mejora constante en la calidad de los servicios prestados.

De manera similar la OMT (1996) señala que dentro de las nuevas tendencias “sobrevivirán aquellas empresas que brinden atención personalizada y con alto valor agregado a la prestación de servicios de base”. Esto nos da como resultado la necesidad de aumento en la calidad y cantidad de prestaciones de servicios base y derivados, así como también la exigencia de tener organismos reguladores con legislaciones, sistemas de certificación e indicadores del ecoturismo.

Resumiendo, la presente situación turística mundial invita a la búsqueda de nuevas alternativas de viaje, con conceptos globales de interés general y enfocados multiculturalmente. Todo esto resulta en la adaptación de la industria turística a la situación actual del mundo, donde dicha situación fuerza la evolución del sector para su subsistencia.

2.2.1 Situación México

Tal vez no exista otro país en el mundo tan amigable turísticamente como México, dice Mader (1998). El país tiene un excelente sistema de transporte terrestre, aéreo y marítimo, miles de habitaciones en hoteles y una cocina mundialmente famosa por su sabor y diversidad. Biólogos llaman a México un país mega diverso, por su increíble variedad y abundancia de flora y fauna. El país es casa de casi todos los habitats ecológicos de la



Tierra, haciéndolo un perfecto destino para viajeros y turistas interesados en la naturaleza y el ambiente. (Mader, 1998).

Después de esta reflexión, se puede agregar en primer lugar que México tiene entonces la oportunidad de obtener beneficios económicos al ofrecer ecoturismo. Asimismo, el ecoturismo ofrece potencial para expandir los ingresos de las comunidades; según dice el autor. No obstante, México a disfrutado gran éxito en el mercado turístico, pero la mayoría del país promociona el turismo de masa, el cuál generalmente ha sido ambientalmente y culturalmente insensitivo. Mader (1998) asegura que nadie puede negar que en términos de turismo, México es el país más exitoso en Latinoamérica. Como se muestra en la tabla 2.2:

Tabla 2.2 Llegadas de Turistas Internacionales

| Rango | (millones) | | Variación (%) | |
|------------------|-------------|-------------|---------------|--------------|
| | 2004 | 2005 | 04/03 | 05/04 |
| 1 Francia | 75,1 | 76,0 | 0,1 | 1,2 1 |
| 2 España | 52,4 | 55,6 | 3,1 | 6,0 2 |
| 3 Estados Unidos | 46,1 | 49,4 | 11,8 | 7,2 3 |
| 4 China | 41,8 | 46,8 | 26,7 | 12,1 4 |
| 5 Italia | 37,1 | 36,5 | -6,4 | -1,5 5 |
| 6 Reino Unido | 27,8 | 30,0 | 12,3 | 8,0 6 |
| 7 México | 20,6 | 21,9 | 10,5 | 6,3 7 |
| 8 Alemania | 20,1 | 21,5 | 9,4 | 6,8 8 |
| 9 Turquía | 16,8 | 20,3 | 26,1 | 20,5 9 |
| 10 Austria | 19,4 | 20,0 | 1,5 | 3,0 10 |

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

(Cifras procedentes de la OMT, 2006)



En 2006, la OMT señaló que el año 2005 no sufrió cambio alguno en relación al año 2004, por lo que los 10 principales destinos fueron los mismos. Esta observación favorece el sector turístico del país, notando claramente que México es el único país de América Latina que figura en la lista mundial.

Así pues, aunque existe un potencial de crecimiento, las cifras muestran que el segmento del ecoturismo es incipiente en México, con una representación marginal en el sector turístico. Esto se debe a que existen numerosos proyectos que no cumplen con los elementos esenciales del concepto ecoturismo, y no obstante tienen esa proyección. (Visión de la OMT, 2004).

Asimismo, dicha organización menciona que muchas veces los beneficios y el control de los proyectos no se encuentran ligados a las comunidades poseedoras de los recursos naturales, sino en manos de empresas y asociaciones que sin condiciones elementales de sustentabilidad se cobijan bajo el ecoturismo. Esto es resultado de la falta de información sobre ecoturismo, porque no se cuenta con un diagnóstico sólido relacionado con los impactos ambientales y sociales del segmento, todo a causa de la falta de estrategias que aproximen más la teoría con la práctica.

Pero en todo caso el cambio está presente, y poco a poco los resultados serán diferentes, como Mader (1998) dice “los mexicanos están aprendiendo que el turismo puede ser desarrollado en maneras que ayude en vez de lastimar a sus comunidades. Pero claro, para que el ecoturismo se haga realidad en México, los viajeros deben conocer lo que el país tiene para ofrecer”.



Ahora, es considerable también las fallas o irregularidades que comenta Ceballos Lascuráin (1998) respecto a la introducción del ecoturismo en México, tal es el caso de:

- Poco interés y apoyo por parte de las instituciones públicas, reflejado en la falta de un esquema de integración que permita la planeación y el desarrollo adecuado del ecoturismo y el no conceder a este tema una alta prioridad en los planes nacionales de gobierno.
- Serias carencias de programas de capacitación y educación ecoturística a todos los niveles.
- Falta de una estrategia adecuada de promoción y mercadeo ecoturístico, no solo nacional sino también los operadores locales "ecoturísticos" deberían orientar sus servicios hacia el mercado internacional. Puesto que, los esfuerzos promocionales y mercadotécnicos por atraer ecoturistas extranjeros no ha sido muy exitoso.
- Existe igualmente una escasez generalizada de ecoalojamientos apropiados y otros elementos de infraestructura física para el ecoturismo.

Resumiendo, se observa que el problema según el autor es, una dispersión generalizada de esfuerzos y la carencia notable de un mecanismo intersectorial eficaz para el desarrollo óptimo del ecoturismo. Además de esto, se necesita comprender que para que el ecoturismo sea una realidad en este país, tiene que generarse una cultura ecoturística a nivel nacional, que abarque tanto el aspecto de oferta de servicios como la demanda de los mismos. No será suficiente que cada vez un número mayor de ecoturistas extranjeros visite



México. El mexicano deberá también empezar a practicar actividades ecoturísticas y exigir servicios adecuados para ellos, dice Ceballos Lascuráin (1998).

Por otra parte, Carballo Sandoval (1998) menciona que el futuro del ecoturismo en México es prometedor y que aunque el avance ha sido lento; factores claves como la cercanía a los Estados Unidos y a Canadá favorecerán estrategias en el mercado de los viajes. De la misma manera el autor opina que en la actualidad existen diversos y numerosos proyectos enfocados al ecoturismo, pero también dice que ante esto se necesita más participación de inversionistas y empresarios turísticos que fijen sus objetivos en este nicho de mercado.

Además de esto, si se toma en cuenta lo propuesto por Mader (1998) donde menciona que “El ecoturismo sirve como catalizador de otros servicios y practicas importantes para el desarrollo sustentable, como el alojamiento ambientalmente amigable, la agricultura orgánica, la promoción de artesanías locales o la educación ambiental. Llámese pues un ciclo virtuoso”

Entonces, queda claro que “las condiciones para que el ecoturismo se desarrolle en México están dadas” según nos dice Carballo Sandoval (1998), sin embargo, comenta que para asegurar el éxito se debe combinar una buena administración y financiamiento que proyecte la conservación del ambiente, también se requiere obligatoriamente el trabajo en conjunto de empresarios, población y gobierno; ya que el apoyo y colaboración podrán garantizar el éxito de las empresas ecoturísticas. No es otra cosa más que unir esfuerzos.



2.2.2 Situación Barra de Navidad

Barra de Navidad es una población de pescadores, granjeros y servidores del turismo, se sitúa en una barra de arena en una bahía de no más de 3 kilómetros. La población se extiende a lo largo de la playa, continuando la franja esta el pueblo vecino llamado Melaque. Del otro lado de la barra se sitúa la laguna Navidad y sus canales. Las calles son adoquinadas y empedradas, algunas peatonales únicamente y las que no, son transitadas por un tráfico reducido.

Barra se encuentra en la costa sur del estado de Jalisco. A 45 kilómetros al norte de Manzanillo, Colima y a 212 kilómetros al sur de Puerto Vallarta. Barra de Navidad es el puerto de entrada a la llamada “Costalegre”⁷ en Jalisco, la cuál consiste y se distingue por sus numerosas bahías, caletas, playas y demás paisajes que conforman la biodiversidad de la zona. La población no va más allá de los cinco mil habitantes de los cuáles la mayoría son pequeños empresarios o comerciantes.

Además de lo anterior, la población desarrolla sus actividades en la industria turística y pesquera. Sin embargo y aunque la localización de la población permite el contacto directo con el ambiente, ni el turismo, ni la población, ni los empresarios turísticos han aprendido a convivir con él. Esto se traduce en deterioro ambiental en épocas vacacionales, decadencia en los servicios y productos ofrecidos así como el desaprovechamiento económico y ecológico de diversas áreas naturales.

⁷ Costalegre: Corredor turístico/litoral de 160 kilómetros comprendidos entre Barra de Navidad en el sur y Cruz de Loreto en el norte. Dicho corredor es parte de la carretera número 200 del estado de Jalisco.



Esto la convierte en un destino versátil y fuera de lo convencional enfocado a la ecología. Todo esto con la seguridad de que su zona y alrededores cuentan perfectamente con el ambiente propicio para comenzar a inculcar el ecoturismo y la protección ambiental.

"Los grandes edificios son para las ciudades, no para la playa."

-Jimmy Buffett, "Where is Joe Merchant"-

2 Tercera Parte. Marco Teórico Del Estudio de Factibilidad

2.3 Presentación General

Para Baca Urbina (1994), un proyecto es “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema”, el cuál se tiende a resolver. Comenta, que se pueden tomar diferentes enfoques, ideas, tecnologías, problemas; pero al final sería una necesidad del ser humano la que se tiende a resolver por medio de un proyecto. En este caso particular, es la necesidad de saber que tan factible sería realizar un hotel rústico-ecológico en la zona de Barra de Navidad.

Partiendo de esto, se considera según el mismo autor que dicho estudio puede ser descrito como un “proyecto de inversión”, aclarando que normalmente un proyecto de



inversión tiene una cantidad monetaria asignada. En este caso en particular no ocurre así, sin embargo, si se tiene por objeto conocer la rentabilidad económica y social, así como su costo aproximado de inversión, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto, los beneficios ambientales, entre otras cosas.

Por tanto, según Baca Urbina (1994) existe un proceso de preparación y evaluación de proyectos; en este caso son ambas las que han de llevarse a cabo. A continuación se muestra la estructura general de la metodología de la evaluación de proyectos:

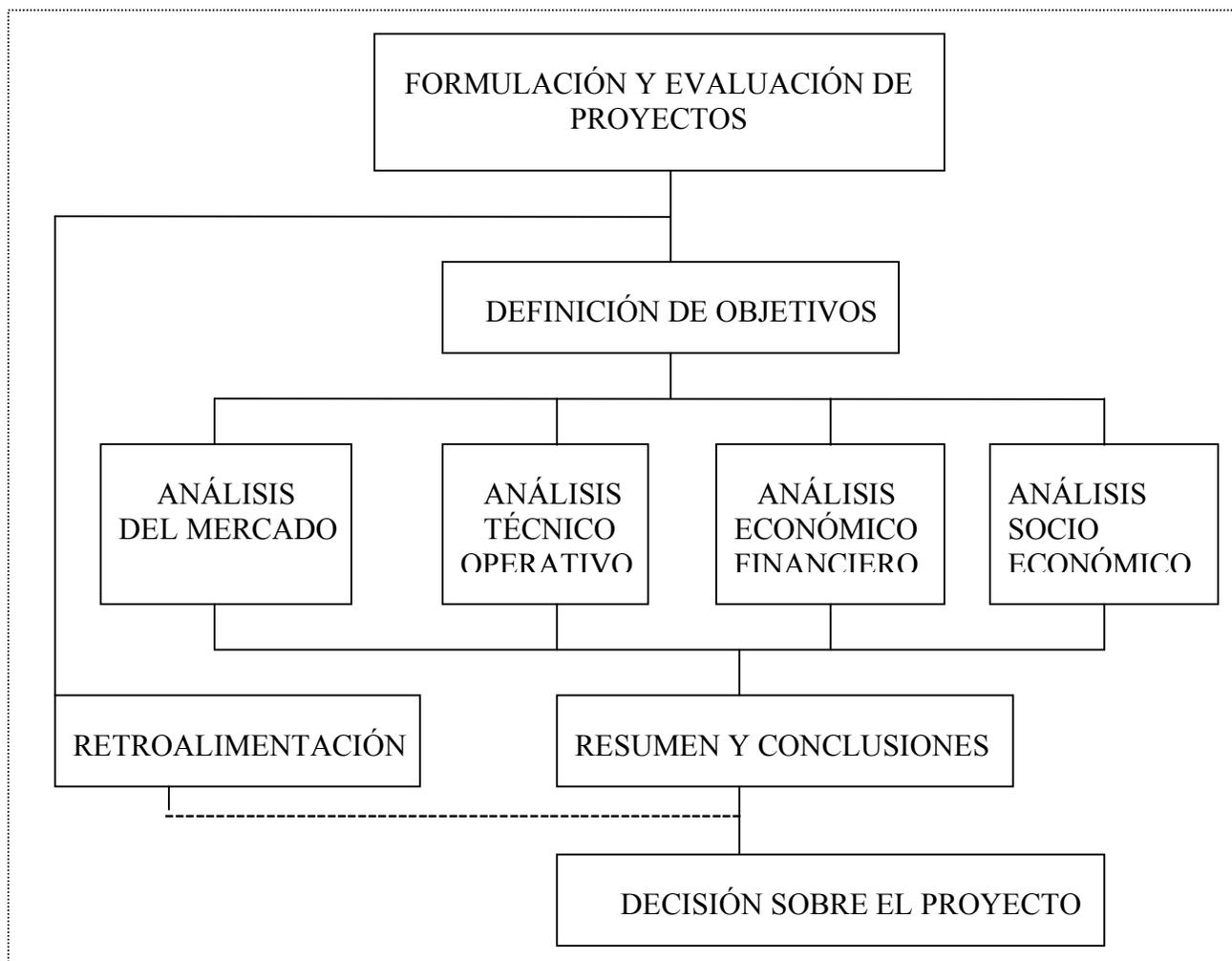


Figura 2.3 Estructura General de la Evaluación de Proyectos

Fuente: Baca Urbina (1994), Evaluación de proyectos 2ª. Ed. Análisis y administración del riesgo. P.5.

Después de haber identificado la idea del proyecto y haber elaborado una introducción, se continua con el estudio de prefactibilidad o anteproyecto, el cuál se basa en la investigación del mercado, detalla la tecnología que se utilizará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, de aquí parten los inversionistas para



tomar decisiones. En otras palabras este es exactamente el meollo del presente estudio, es lo que se pretende llevar a cabo como metodología y como trabajo de campo por el investigador, ya que de esta parte dependerá el proyecto definitivo y los puntos finales que se tratarán mas tarde.

Para Drumm y Moore (2004), “un estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial”; según ellos lo que se debe de tratar a fondo es especialmente el mercadeo y la viabilidad financiera. De la misma manera, los autores proponen ciertos pasos que se toman en cuenta para llevar a cabo un estudio de factibilidad, estos pueden varían pero con respecto a este estudio, se pueden mencionar los siguientes:

1. Preguntas preliminares
2. Recolección de información.
3. Definición de metas.
4. Inventario de Recursos.
5. Análisis de mercado.
6. Análisis competitivo.
7. Descripción y operación de la empresa.
8. Pronóstico de ventas
9. Análisis financiero.
10. Evaluación de viabilidad.



Ahora bien, hablando más detalladamente de cada uno de los puntos se tiene lo siguiente:

1.- Preguntas preliminares.

Estas son en otras palabras las preguntas de investigación, las cuáles han sido anteriormente mencionadas en el capítulo uno. A partir de aquí, el investigador podrá darse cuenta si realmente conoce bastante información y detalles sobre el establecimiento de una empresa turística

2.- Recolección de información.

Según Drumm et al. (2004), después de las preguntas de investigación, el investigador tiene aún un amplio contexto de donde obtener información; las principales fuentes pueden ser guías turísticos, sitios webs pertinentes, conversaciones con individuos y organizaciones relacionadas con el turismo, así como entrevistas directas a turistas.

3.- Definición de metas.

Las metas según los autores deben de ser las más realistas posibles debido a la importancia de estas al evaluar el proyecto.

4.- Inventario de recursos

Esta sección pretende rescatar los posibles recursos ecoturísticos de la zona. Es decir, se hace un inventario escrito donde se evalúan las características positivas potenciales para ecoturistas (flora, fauna, alojamiento, atractivos naturales y culturales, etc.), todo con el fin de poder identificar vacíos iniciales. Para fines de este estudio, los atractivos ecoturísticos que puedan existir en la zona, serán tratados independientemente y



sin una relación dependiente a este estudio, ya que los objetivos de este proyecto no toman en cuenta dichos atractivos.

5.- Análisis de Mercado.

Esta parte será tratada más adelante y con más detalle debido a que su importancia es mayor.

6.- Análisis competitivo.

Los autores señalan que a partir de este análisis es más sencillo definir que servicios ecoturísticos pueden ser ofrecidos y cuál sería el mercado objetivo. De la misma manera, el análisis brinda la oportunidad de saber quien más ofrece productos similares y de que calidades, para entonces si poder planear y mercadear productos diferentes o únicos.

7.- Descripción y operación de la empresa.

En esta sección, los autores proponen que es de suma importancia hacer una visión global donde se describa las operaciones de la empresa, incluyendo la descripción de la forma en que los productos y servicios serán ofrecidos, tomando en cuenta todos los recursos necesarios (personal, instalaciones, etc.) para su producción. Sobre todo, esta sección permitirá medir y evaluar que tan viable o realista es ofrecer un determinado servicio.

8.- Pronóstico de ventas.

Este punto es de mucha importancia para todo estudio de factibilidad. Estos pronósticos se utilizan para realizar proyecciones financieras, dado el caso, dependerá entonces del análisis de mercado la determinación de dicho pronóstico.

9.- Análisis financiero.



Este tipo de análisis, según Drumm et al. (2004) permite saber si la empresa va a tener ingresos suficientes para el pago de costos iniciales y los costos en curso. A partir de esto, este análisis muestra otros tipos de resultados para toma de decisiones, sin embargo serán tratados más adelante.

10.- Evaluación de viabilidad

Finalmente se realiza lo que los autores sugieren como decisión final, es decir a partir de la evaluación final, él o los interesados en el proyecto deciden si la empresa propuesta es extremadamente complicada de llevarse a cabo o lo contrario. Por tanto, se debe considerar plenamente que pueden existir todo tipo de respuestas.

2.3.1 Estudio de Mercado

Para Baca Urbina (1994) este estudio consiste básicamente en “la determinación y la cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”. No obstante, Drumm et al. (2004) dice que no es tan importante saber con exactitud la demanda del mercado y el volumen de ventas, pero si es más importante reconocer quienes son los clientes potenciales, sus razones para seleccionar los productos y quienes son los que compiten por clientes similares. Así pues, en cuanto más información obtenga la empresa, más grande será la posibilidad de tomar mejores decisiones.

De otra forma se puede plantear dicho análisis, esto quiere decir que al final de todo, el objetivo general de este estudio es comprobar el riesgo real de penetración del producto en un mercado determinado. Por tanto el estudio de mercado marca y determina



ciertos factores decisivos para la realización del proyecto, entonces, la calidad de la decisión dependerá igualmente de los datos recabados en la investigación.

2.3.2 Estudio Técnico

Según Baca Urbina (1994), este estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son:

- Determinación del tamaño óptimo del hotel.
- Determinación de la localización óptima del hotel.
- Ingeniería del proyecto.
- Análisis administrativo.

Estos puntos anteriores dependerán y serán seleccionados de acuerdo al investigador; ya que en otras circunstancias todo depende principalmente de la disponibilidad de capital. Sin embargo este proyecto no cuenta con él y todo es motivación e interés del investigador.

Ahora bien, respecto a la ingeniería del proyecto, esta será basada en métodos ecológicos de construcción así como también en materiales que no sean nocivos para el



ambiente. De igual forma, los procesos y técnicas seleccionados serán decisión única del investigador.

Respecto al análisis administrativo, Baca Urbina (1994) dice que principalmente tiene que ver con la factibilidad administrativa, organizativa y legal que se tiene del proyecto. En otras palabras, debe de tomarse en cuenta para el proyecto definitivo ciertos puntos como los problemas legales, permisos y concesiones que tengan que ser solicitados; procedimientos, manuales y códigos de función; así como el análisis de artículos de las diferentes leyes que tengan relevancia para la empresa, entre otras cosas.

2.3.3 Estudio Financiero

Baca Urbina (1994) dice que el estudio económico o financiero debe comenzar con una determinación de los costos totales y de la inversión inicial, lo cuál surge de los estudios de ingeniería previamente realizados (métodos y tecnologías escogidas). Después se continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial, para finalmente calcular los flujos netos de efectivo y la tasa de rendimiento mínima.

Por otro lado, Drumm et al. (2004) proponen que este estudio debe contener “una proyección de ingresos, costos de operación y gastos iniciales necesarios para establecer y manejar la empresa”. Mencionan de la misma manera que la elaboración de presupuestos financieros ayuda a determinar “el punto de equilibrio” el cuál se refiere al punto donde los



ingresos pueden cubrir los costos. Reflejando entonces cuál es volumen de venta necesario para comenzar a generar ganancias.

Los autores mencionan también que dentro de los costos de operación deben de ir incluidos los costos sociales y ambientales relacionados al desarrollo ecoturístico, así como también los fondos adicionales para el monitores de los impactos ambientales.

Dentro de este estudio financiero se pretende igualmente contemplar y analizar la viabilidad económica del proyecto, la cuál como dicho anteriormente, es la que al final permite decidir la implantación del proyecto.