

## **De la selva de cemento a la selva de verdad**

*From the cement jungle to the real jungle*

Yuber Holmedis Calixto Castro\*

### **Resumen**

El turismo actual debe contribuir a la conservación de los recursos naturales, mediante una planeación integral sobre el uso y manejo de éstos, así como establecer y desarrollar una cultura turística del medio ambiente, que responda a la exigencia de dejar este mundo en condiciones óptimas para los que mañana vivan en él.

### **Palabras clave**

Turismo alternativo, recursos naturales, medio ambiente.

### **Abstract**

The nowadays tourism must contribute to the preservation of the nature resources through an integral planning on the use of them, and also establish and develop a touristic culture of the environmental to respond the exigency to keep this world in optimal conditions for those who will live here tomorrow.

### **Key words**

Alternate tourism, nature resources, environmental.

---

\* Estudiante de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

## **Introducción**

La actividad turística en los últimos quince años ha tenido una evolución importante tanto en su concepción como en sus formas. Desde la década del cincuenta, la idea de un periodo vacacional ha pasado por las playas, por los pueblos, ciudades y sitios de interés histórico y arquitectónico. Aunque estas formas tradicionales de hacer turismo prevalecen, el reto global hoy en día se sustenta en los movimientos ecologistas de los decenios del ochenta y del noventa y en los principios del modelo de Desarrollo Sustentable, haciendo que la sociedad mundial empiece a demandar un turismo respetuoso con el entorno natural y de quien lo habita, incluyendo al ser humano. Ha surgido así el turismo orientado a la naturaleza, mejor conocido como ecoturismo, el cual supone la valoración de la cultura viva, y se determina como un turismo que fomenta y participa en la conservación de los recursos naturales y culturales, y, por ende, en su restauración, mediante la incitación a vivir unas vacaciones activas, reconstruyendo y valorando nuestro entorno.

Un desafío ineludible consiste en propiciar espacios para este nuevo tipo de demandas; pero, más que la inversión por parte de las grandes operadoras, se trata de desarrollar la auto gestión, es decir, de iniciar desde un espacio local, donde los dueños de estos ambientes atractivos se organicen en pequeñas empresas de

economía solidaria, como las comunitarias, para ofrecerlos al público. Para que se dé este proceso es necesario que las comunidades rurales tengan pleno conocimiento de las ventajas y medios para crearlas, lo cual implica la participación de técnicos en materia ambiental y turística, pues el propósito no es satisfacer solamente las nuevas demandas en materia turística, sino incentivar el trabajo y la creación de empresas desde el campo, de poca inversión y buenos resultados.

Para satisfacer estas expectativas, así como las del turista comprometido con la conservación del medio y con su bienestar físico y espiritual, el turismo actual debe contribuir a la conservación de los recursos, mediante una planeación integral sobre el uso y manejo de éstos, así como establecer y desarrollar una cultura turística del medio ambiente, y responder a la demanda de dejar este mundo en condiciones óptimas para los que mañana vivirán en él.

## **De la selva de cemento a la selva de verdad**

### *Cambios globales*

La tendencia actual en las relaciones económicas está marcada en gran medida por la internacionalización de la economía; los mercados locales buscan expandirse a mercados de alta competitividad por medio de los llamados pactos internacionales o de libre comercio (localismo globalizado),

mientras que los países de economía hegemónica utilizan a los más pobres para abastecerse de alimentos y como enclaves de explotación económica (globalismo localizado).

Pero este proceso, en el cual se articulan individuos, regiones y ciudades, al mismo tiempo excluye a una porción mayor de grupos sociales y territorios, generando un desarrollo extremadamente dual en el mundo, fenómeno nunca visto en la historia de la humanidad. Frente a un desarrollo considerable de la tecnología y la ciencia al servicio de ciertos sectores sociales y de las actividades económicas, encontramos un aumento de la desigualdad, de la exclusión social y de la fragmentación del empleo<sup>1</sup>. Consecuencia natural de esto es que los valores culturales del país desarrollado imperen sobre el subdesarrollado o en vía de desarrollo, lo que podría decir es una neo colonización en valores. Los nuevos valores adquiridos producto de la globalización distorsionan la identidad cultural de las naciones que frente a estas relaciones se encuentran en desventaja, tanto así que las tradiciones y costumbres que durante muchos años perduraron en el país, van desapareciendo en tiempo record, varios miles de años de tradición se pierden en tan solo décadas. Pero esto no es de extrañar, es apenas normal que ocurra, el mundo ahora es

globalizado, la mano invisible de la economía estará siempre presente, las propuestas de desarrollo deben encausarse en esta premisa.

Dentro de este proceso de cambio global, el turismo, que por sus características tiene un marcado carácter internacional, se ve avocado por algunos países de economía industrial avanzada, para que este forme parte de las actividades motoras de desarrollo local, promoviendo el rescate de la identidad nacional y del patrimonio cultural y natural de los pueblos.

#### *Turismo alternativo y desarrollo sostenible*

El turismo no solo implica la globalización de algunos localismos sino que le es inherente una responsabilidad ambiental, esto es que debe propender porque la actividad sea sostenible, que el compromiso ambiental sea tanto de la operadora como de los turistas, por lo que la comunidad turística se une a estos esfuerzos con la realización de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, realizada en Lanzarote, España, en el mes de abril de 1995. Allí se establecen las medidas necesarias a fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la actividad turística, a nivel local, nacional, regional e

<sup>1</sup> GUZMÁN RAMOS, Aldo. Consultor en turismo y hotelería sostenible. Disponible en [www.navactiva.com/web/es/descargas/pdf/amediao/globalizacion\\_turismo\\_sostenible.pdf](http://www.navactiva.com/web/es/descargas/pdf/amediao/globalizacion_turismo_sostenible.pdf)

internacional, sobre la importancia de hacer compatible las actividades turísticas con una visión de respeto y conservación del entorno natural y cultural, cuya idea se resumió en la declaratoria enunciada en la “Carta del Turismo Sostenible”<sup>2</sup>.

Aunque los planes turísticos son muy variados, básicamente se encuentran divididos en dos categorías: el turismo convencional y el turismo alternativo. El primero agrupa las actividades de sol y playa, culturales, de salud, náuticas, sociales, deportivas, de negocios; mientras que el segundo agrupa actividades de ecoturismo, turismo rural y turismo de aventura.

Este ensayo se concentra básicamente en el turismo alternativo por ser más reciente que el convencional, y porque las nuevas condiciones de seguridad en el país, favorecen el desarrollo y aplicación de este como fuente de empleo o destino para el turista, sin dejar por fuera, claro está, los atractivos naturales que tiene el país, ya accesibles para el interesado.

El Ministerio de Turismo de México<sup>3</sup> tiene una clara definición acerca de este tipo de turismo, cuyo criterio de unificación y estandarización está dado por la perspectiva de la parte que compra y la que vende el producto, y

que citamos pues la consideramos de utilidad para este trabajo:

*“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”<sup>4</sup>.*

Las actividades que incorpora este concepto son:

1. Turismo de aventura
2. Ecoturismo
3. Turismo rural

1. El turismo de aventura comprende las actividades de interacción con la naturaleza, las que nos permiten convivir con ella y enfrentar los retos que nos presenta, logrando así una satisfacción personal al superar el peligro que se desea enfrentar. A este tipo de turismo también se le conoce como de actividades de deporte extremo. De acuerdo con el medio en el que se realicen, podemos subdividir las actividades en: tierra, agua y aire.

Las actividades de tierra son:

- Caminata
- Espeleísmo

<sup>2</sup> SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO. Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo. Serie Turismo Alternativo. Fascículo 2. 2002. Se hace referencia a México, porque en Latinoamérica, es el país más avanzado en estrategias de turismo alternativo.

<sup>3</sup> SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO. Op cit.

<sup>4</sup> Ibid.

- Escalada en roca
- Cañonismo
- Ciclismo de montaña
- Alpinismo
- Rappel
- Cabalgata

En las actividades de agua encontramos:

- Buceo autónomo
- Buceo libre
- Espéleo-buceo
- Descenso de ríos
- Kayaquismo
- Canoísmo
- Pesca recreativa

Y las actividades aéreas que más se realizan son:

- Paracaidismo
- Vuelo en parapente
- Vuelo en ala delta
- Vuelo en globo
- Vuelo en ultraligero

2. El ecoturismo es, tal vez, el concepto más difundido del turismo alternativo. Este término se aplica de manera muy amplia; se utiliza para catalogar a las instalaciones ambientalmente amigables (que causan bajo impacto ambiental y cultural, por los materiales y procesos de construcción empleados). En Colombia es muy común creer que visitar parques como Panaca, es ecoturismo, así como cualquier actividad que se realiza al aire libre o en áreas naturales. Se ha llegado a utilizar este concepto incluso como sinónimo de Desarrollo Turístico Sustentable, pese a que este último se refiere a un modelo de planificación

turística ambientalmente integral, sin importar si se trata de un turismo alternativo o tradicional, en el que el proceso debe estar basado en el uso racional de los recursos, y, aunque el ecoturismo debe cubrir estas características de sustentabilidad, debe ser considerado como un producto turístico en el que los turistas encuentran, sobre todo, actividades de recreación en sitios naturales que les permite interactuar con la naturaleza, conocerla, interpretarla y participar en acciones que contribuyan a su conservación.

Las actividades que se pueden realizar por medio del ecoturismo son las siguientes:

- Observación de la naturaleza.
- Observación de los atractivos naturales.
- Observación de fósiles.
- Observación sideral.
- Safari fotográfico.
- Proyectos de investigación biológica.
- Talleres de educación ambiental.
- Rescate de flora y fauna.
- Senderismo interpretativo.
- Observación geológica.
- Observación de ecosistemas.
- Observación de fauna.

3. Por último, el turismo rural se refiere al lado humano del turismo. En esta clase de turismo no solo existe una interacción con la naturaleza sino con las personas que habitan el medio, que poseen determinadas características sociales y folclóricas, lo cual atrae al visitante por sus peculiaridades.

4. El Ministerio de Turismo de México lo define de la siguiente manera: “*Los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma*”.

Tales actividades pueden consistir en:

- Talleres artesanales.
- Etnoturismo.
- Eco-arqueología.
- Agroturismo.
- Preparación y uso de medicina tradicional.
- Talleres gastronómicos.
- Fotografía rural.
- Aprendizaje de dialectos.
- Vivencias místicas.

El turismo alternativo nos presenta una amplia gama de posibilidades de interacción con la naturaleza, así como con el medio social y cultural de la misma. Es una oportunidad de salir de la naturaleza artificial que genera el vivir en grandes urbes, de tener vivencias agradables no solo para la salud física sino mental, y, de igual manera, exige que tanto los que desean vivir estas experiencias, como los que pretendan ofrecerlas, adquieran un compromiso con la naturaleza, evitando así incidencias catastróficas para la misma en el desarrollo de estos servicios. Si bien es cierto que es un negocio, este no puede pasar por encima del medio en

el que se va a desarrollar, ya que trasciende las leyes de la economía para convertirse en una razón para sentir que solo somos visitantes en esta casa, que ella nos ha hospedado, nos ha alimentado, y nos ha permitido crecer, y que por lo tanto es nuestra responsabilidad conservarla y, por qué no, ayudar a que se restaure un poco. En palabras técnicas esto suele llamarse desarrollo sostenible o sustentable.

Además, es importante que tengamos en cuenta las experiencias de otros países, especialmente las de los países en vía de desarrollo que se han enfocado -con muy buenos resultados- en un sector de la economía de reciente y creciente desarrollo: el turismo. Vale mencionar el caso de Tailandia<sup>5</sup> que se ha orientado hacia el ecoturismo de manera exitosa.

#### *El nuevo turista*

Con el reciente ingreso en un nuevo siglo, la humanidad se encuentra inmersa en un activo proceso de desarrollo científico y tecnológico en su búsqueda por mejorar su calidad de vida, que le ha permitido, entre otras cosas: hacer que las distancias se acorten, reduciendo así el tiempo que necesita para trasladarse de un lugar a otro, ha encontrado cómo comunicarse sin importar la distancia y el lugar, la cura a viejas y nuevas enfermedades, mejorar la producción de sus alimentos,

<sup>5</sup> <[http://www.redtercermundo.org.uy/revista\\_del\\_sur/texto\\_completo.php?id=794](http://www.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id=794)>

entre otros. Pero, a la par con estos logros, también se han causado graves daños al medio ambiente, de lo cual es consciente el hombre, y esta preocupación del hombre sobre sus efectos en la naturaleza es cada vez más generalizada. Precisamente en la actividad turística se están fomentando importantes cambios que la han llevado a ser percibida como un elemento que puede contribuir a la revalorización de la naturaleza y de la cultura, ya que el turista se ha sensibilizado y está en busca de más estrechas relaciones con su ambiente, procurando visitar sitios con un alto grado de conservación y lugares auténticos, con identidad propia, en donde pueda realizar actividades que le permitan tener un mayor conocimiento de los pueblos que visita mediante un mayor contacto con sus anfitriones.

Esto se traduce en que cada vez hay un mayor número de turistas comprometidos con el medio que visitan, en busca de experiencias únicas, acordes a su nueva forma de percibirse ante la dinámica social y de la naturaleza, originando así una nueva tendencia turística llamada Turismo Alternativo.

E igualmente, para esta nueva clase de turistas, hay que innovar en la promoción del turismo, teniendo en cuenta que la tendencia es la interacción con la naturaleza. Es preciso que las personas que estén interesadas en ofrecer esta clase de servicios, con la voluntad y capacidad para hacerlo, desarrollen pequeñas

empresas de economía solidaria, tema del cual nos ocuparemos a continuación.

#### *Empresa comunitaria para el turismo*

La figura propia para la implementación de las empresas promotoras de turismo alternativo por parte de las comunidades rurales es la de la empresa comunitaria, forma correspondiente a las economías solidarias. La empresa comunitaria no es ni capitalista, ni socialistas, pues tanto la mano de obra como el capital pertenecen a los mismos socios y es creada para la autogestión y promoción de trabajo local. La ley 1152 de 2007 la ha definido de la siguiente manera:

*Empresa comunitaria es la forma asociativa por la cual un número plural de personas que reúnan las condiciones para ser beneficiarias de los programas de reforma agraria, estipulan aportar su trabajo, industria, servicios u otros bienes en común, con el fin de desarrollar actividades como la producción económica de uno o varios predios rurales, la transformación, comercialización, mercadeo de productos agropecuarios y la prestación de servicios, para repartir entre sí las pérdidas o ganancias que resultaren en forma proporcional a sus aportes. En las empresas comunitarias se entiende que el trabajo de producción económica será ejecutado por sus socios. Cuando las necesidades de producción lo exijan, las empresas comunitarias*



*podrán contratar los servicios que sean necesarios. Las empresas comunitarias tienen como objetivo la promoción social, económica y cultural de sus asociados, y en consecuencia, gozarán de los beneficios y prerrogativas que la ley reconoce a las entidades de utilidad común y quedarán exentas de los impuestos de renta y complementarios establecidos por la ley. Corresponde al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural el reconocimiento de la personería jurídica de las empresas comunitarias, previo el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, y su régimen será el establecido en el Decreto Extraordinario 561 de 1989 y demás normas que lo reformen o adicionen<sup>6</sup>.*

Por su parte, JOSÉ GALAT<sup>7</sup> la define así: *una empresa comunitaria es la unión fraternal de varias personas o de familias para producir bienes y servicios, mediante el trabajo en común y la propiedad y la administración compartidas por todos.*

Las empresas comunitarias tienen las siguientes características:

1. Copropiedad: los factores productivos como el trabajo, la tierra y el capital son de todos, por lo tanto todos son dueños en cuotas proindiviso del patrimonio de la empresa.
2. Trabajo personal en común: los

dueños del capital tienen la cualidad de ser también trabajadores, dentro de las actividades que se realizan en la empresa.

3. Coadministración o autogestión: la administración no está facultada para un delegado de los socios, ni tiene tampoco una cabeza visible; todos los socios además de ser dueños del capital, de ser trabajadores, son también administradores.

La reforma agraria ha prescrito que las empresas comunitarias que se conformen para ser titulares de los beneficios que ha dado la misma, serán exentas del impuesto de renta y complementarios que establece la ley. Pero dentro de los beneficios que establece la reforma agraria no se han consagrado las actividades de turismo, aunque siendo la tierra y sus atractivos naturales y geográficos, medios para ofrecer servicios de esparcimiento, para aquellos que les gusta la interacción con el campo, es natural que también sean reconocidas las empresas comunitarias con fines de turismo, exentas del impuesto a la renta y los complementarios que establece la ley.

#### *Pasos para la organización rural*

Para la promoción del turismo alternativo por parte de las empresas comunitarias, es necesario que se haya constituido una empresa como tal, pero

<sup>6</sup> <[http://www.elabedul.net/Documentos/Leyes/2007/Ley\\_1152.pdf](http://www.elabedul.net/Documentos/Leyes/2007/Ley_1152.pdf)>

<sup>7</sup> GALAT, José. Qué es una empresa comunitaria y algo de su historia. Bogotá : Universidad La Gran Colombia. 2004.



para que esto ocurra es preciso la previa realización de actividades organizacionales y de estudios técnicos y económicos, a fin de estudiar ventajas y desventajas del proyecto.

Lo primero que hay que hacer para formar una empresa comunitaria es, por supuesto, una reunión con los propietarios o poseedores de predios rurales, en la que se discutan las necesidades de la misma, es decir, la razón por la cual es necesario que se organicen como empresa y lo que se pretende hacer como empresa o razón social de la misma, para ello es preciso resolver inquietudes como: ¿qué es lo que queremos lograr?, ¿para qué queremos un proyecto de turismo alternativo?, ¿qué pasos debemos considerar para desarrollarlo?, ¿cuáles son los principales obstáculos para desarrollarlo?, ¿cómo puedo resolver los obstáculos?, ¿quién o quiénes serán los encargados de hacerlo y en qué tiempo?, ¿qué recursos necesitamos?, ¿con cuáles recursos contamos?, ¿qué nos hace falta?, ¿cómo lo vamos a obtener?, ¿qué tipo de asesoría requeriremos?.

La planeación rural, además, debe ser participativa, por supuesto obedeciendo a la característica de la empresa comunitaria. Se puede desarrollar por medio de talleres, conferencias, seminarios, entre otros, en los cuales se debe priorizar en la ejecución de un auto-diagnóstico en el que se precise información de carácter

económico, social, ambiental o de cualquier otra índole; de tal manera que al ser considerada posible, se podrán empezar a dar propuestas de solución a estas inquietudes de una manera más organizada. Es probable que con una sola reunión no se puedan responder tales cuestiones, así como tampoco basta con la sola intención de asociarse, es preciso también el acompañamiento de profesionales en el tema que asesoren en materia ambiental, jurídica y económica.

Estas reuniones deben desarrollarse en cuatro etapas:

*Primera:* presentación de las características de la comunidad: historia, número de habitantes, grupo indígena al que se pertenece –si es el caso-, lengua, costumbres, tradiciones, etc. Para ello, se deberá tener una sesión en donde se planteen por equipo estos puntos y exponerlo al resto de los participantes para acordar sus respuestas.

*Segundo:* definir la problemática. Aquí es necesaria la participación de todos para que cada quien exprese los problemas que identifica, sobre: entorno económico, social, político, cultural, ambiental, etc. Desde luego, la temática turística debe tener mención especial, a fin de definir la posición y expectativas de la comunidad ante esta actividad. Es importante tomar en cuenta que si el proyecto va a estar dentro de una ANP (Áreas Naturales Protegidas) deben de

considerarse en el auto-diagnóstico las características, condiciones especiales o reglamentarias y problemática que se presentan por ser un área natural protegida. Una vez identificada la problemática, se presentan y comparan los resultados de las mesas, en donde los participantes deberán proponer las posibles soluciones a las mismas.

*Tercero:* se jerarquiza la problemática, de mayor a menor importancia, cuya clasificación se basará en el grado que obstaculiza el desarrollo del proyecto.

*Cuarto:* se acuerda un plan de trabajo estableciendo compromisos, responsables y tiempos para llegar a la solución de los problemas identificados.

Un segundo paso después de la auto-organización, será un estudio geográfico, social y económico, en el que se debe precisar la ubicación geográfica, además de las descripciones de todo el entorno físico, social, cultural y económico para lograr así una caracterización de la zona. Teniendo en cuenta lo anterior, lo siguiente es un diagnóstico de inventario, en el que se registrarán los recursos naturales y culturales con potencial turístico, para luego hacer un análisis y jerarquización de los recursos inventariados, y terminar haciendo la definición de actividades que pueden desarrollarse con base en la vocación de los recursos. Se debe, de igual manera, organizar el espacio

comunitario teniendo en consideración la capacidad de carga que cada sitio con atractivo turístico pueda soportar, para posibilitar con esto que el negocio se encauce dentro del desarrollo sustentable o sostenible. Esta parte de la preparación para la realización del proyecto debe hacerse con la ayuda de un experto en materia ambiental, ya sea ingeniero ambiental o agroforestal.

Como tercer paso a seguir, y para efectos de la viabilidad económica del negocio, es necesario que se haga un estudio de mercado en el cual, teniendo en cuenta los atractivos y servicios a ofrecer, se haga un análisis de la oferta y de la demanda, para luego establecer cuál es el mercado meta con el que se va a trabajar. La cuarta parte a estudiar se refiere al estudio técnico, que va a desarrollar todos los aspectos logísticos del proyecto, no solo en el aspecto operativo interno, sino de las calidades de los productos y servicios que se van a ofrecer. Por último, debe llevarse a cabo un estudio financiero para establecer los recursos económicos con los que se cuenta, así como la forma de conseguir financiamiento. Una vez superados estos obstáculos, es preciso empezar a ejecutar el proyecto.

#### *Continuidad de la empresa*

Ya establecida la empresa, son necesarias las actividades de publicidad para atraer público y garantizar la

continuidad de la misma. Las estrategias para la promoción son muy variadas y van desde volantes, cuñas radiales, hasta páginas en la Internet. Algo que no se debe ignorar en la elaboración del proyecto es la comercialización, con la cual se determina la manera en que se venderán los productos turísticos, esto es, una vez que se conoce qué se va a vender, se definirá el cómo. Este punto implica determinar tres aspectos fundamentales: primero, qué imagen se quiere proyectar, qué canales de distribución se van a utilizar y cómo se va a promocionar. Así como una persona tiene una imagen propia, el cómo lo ven los demás, una empresa también debe tener su propia imagen que debe reflejarse hacia el interior y exterior de la misma. En efecto, es importante que el público en general tenga definida la identidad y presencia de la empresa.

Ahora bien, los elementos importantes para definir la imagen corporativa de una empresa son la determinación de la visión y la misión de la misma. En la visión se refleja lo que se quiere llegar a ser como empresa, se formula como un enunciado para comunicarse a todos los miembros de la organización y así integrarlos en los mismos objetivos, buscando su unificación para lograrlos. El siguiente elemento es la misión (que se deriva de la visión), es la razón de ser de la empresa; mediante la misión se comunica lo que es y se hace como negocio, y también refleja la relación

que se quiere que exista entre la empresa y sus clientes (los turistas).

En Colombia, es más aconsejable anunciar la empresa por medio de agencias promotoras de *tours* o en revistas de turismo que son las más consultadas por esta clase de turistas; también se recomienda autopromocionarse en una página en la Internet, lo cual es de gran ayuda, no solo en la medida en que esta página sea únicamente visitada por la oferta, sino para complementar la información que el turista reciba por otros medios. Hay que recordar que estas empresas no están muy expuestas a la vista del público, son muy difíciles de ser conocidas, por ello una buena publicidad determina en gran medida el éxito de la misma.

## Conclusiones

Para la elaboración de los diferentes estudios que conforman el proyecto es conveniente que la comunidad sepa cómo se hacen y qué deben contener, así el propósito no sea que ella misma los realice, pero, al menos, para saber qué es lo que se quiere y cómo solicitarlo a los que se dedican profesionalmente a hacer proyectos de turismo alternativo. Para que el proyecto sea integral en cuanto a su visión, se deberá considerar la participación de expertos en diversas disciplinas durante su planeación (biólogos, arquitectos, ambientalistas y, en especial, especialistas en turismo) que en colaboración y de

manera coordinada elaboren el proyecto, en el que se reflejará la realidad de las comunidades que van a desarrollar una empresa turística

como una opción económica para mejorar su nivel de vida y darle un buen aprovechamiento a sus recursos naturales y culturales.