

IMPACTO ECONOMICO DEL TURISMO EN EL PRIMER Y TERCER MUNDOS: LA ALTERNATIVA DEL ECOTURISMO.

MARTA ALVAREZ ALDAY

TURISMO

I. Introducción.

La industria turística está adquiriendo un papel cada vez más importante en la economía mundial y en la particular de cada país. En el mundo desarrollado uno de sus principales atractivos radica en su gran potencial de generación de empleo, mientras que el mundo pobre la considera como la solución rápida a su problema de atraso económico.

Resulta necesario señalar en este punto la dificultad de cuantificar su impacto económico porque afecta a muchas actividades productivas. Al no ser producción de bienes y servicios sino gasto¹ de un determinado tipo de consumidor (turista o excursionista, residente o no) en bienes y servicios, **no está clasificado como actividad económica.**

En este sentido, las últimas investigaciones (Frechtling, 1999; Robles, 1999; Smith, 2000) apuntan a la cuenta satélite del turismo como la herramienta más adecuada para la cuantificación de los impactos económicos del turismo.

Esta dificultad es tanto más grave cuanto menos desarrollado es el país de que se trate, llegando incluso a una total falta de datos.

Al margen de esta dimensión, podríamos decir “técnica”, de la cuantificación de su impacto económico, no cabe duda de que el turismo está considerado como una vía de aumento del potencial económico, tanto en el primer como en el tercer mundo. A menudo se considera la primera o segunda industria en muchos países por su impacto económico y sus oportunidades de generación de empleo.

En especial en aquellos países ricos en recursos naturales adecuados al desarrollo turístico, la industria turística se ha considerado, con frecuencia, esencial para el desarrollo económico como alternativa a los sectores primario y secundario tradicionales (Chon, 1999). España o Italia pueden ser buenos ejemplos de ello en el ámbito industrializado.

En la actualidad, muchos países pobres, tanto en Asia como en América Latina o Africa (Go y Jenkins, 1999), han apostado por el turismo como herramienta de desarrollo socioeconómico.

Cabe destacar que el impacto del turismo es bastante diferente en función del nivel de desarrollo del país en cuestión, entre otras muchas razones por las diferentes infraestructuras físicas de partida, diferentes sistemas legales, niveles económicos, o socioculturales.

Fundamentalmente los beneficios económicos del turismo se concretan en:

- Una aportación favorable a la Balanza de Pagos con la correspondiente entrada de divisas (aunque es conveniente considerar no solo el impacto directo sino las posibles importaciones de bienes y servicios que la prestación del servicio turístico pudiera exigir).

- La generación de producción, renta y empleo. Y no solo por efecto directo sino, a través de sus conexiones intersectoriales por efectos indirectos e inducidos.
- Efecto de arrastre sobre otros sectores de la actividad económica (comercio, hostelería, transporte, etc.)
- Aportación a las arcas del Estado mediante la recaudación de impuestos directos e indirectos.

Conviene señalar que en ocasiones los efectos económicos no son tan favorables como se esperaba, tratándose con frecuencia, por ejemplo, de un empleo precario caracterizado por la estacionalidad y la eventualidad. O pudiendo derivar, en especial en los países no desarrollados en una serie de impactos negativos que iremos describiendo a continuación.

II. Impacto económico del turismo en el tercer mundo.

En el planteamiento tradicional, el turismo se presentaba como la solución a **corto plazo** para salir de la pobreza². En efecto, como ya se ha expuesto, puede suponer una extraordinaria vía de recaudación de divisas, un aumento del empleo local, aunque frecuentemente de bajo nivel, y una promesa de crecimiento económico por sus vínculos con otros sectores.

Por otro lado, desde la perspectiva del **largo plazo**, representaba para muchos gobiernos la posibilidad de diversificarse y de reducir su dependencia de las exportaciones de los productos básicos o materias primas tradicionales.

En este capítulo su subdesarrollo les lleva a basar su oferta en su atractivo en forma de clima, playas paradisíacas, vida salvaje, belleza de paisajes, o cultura indígena.

La experiencia de varios países ha demostrado, sin embargo, (Akama, 1999; Sindiga, 1999; Palomo Pérez, 1998; Clancy, 1999; Ecless, 1995; Ritchie, 1999), que sin una planificación estratégica coherente, el turismo puede no tener esos efectos beneficiosos. Son varios países los que han sufrido los problemas ya típicos de infraestructuras deterioradas, acentuación de la inestabilidad social y política, control externo y, contra todas las expectativas, un bajo efecto de arrastre sobre el conjunto de la economía nacional.

Se ha llegado a constatar, además, que **el turismo es una industria inestable que depende de factores externos** a los países receptores como cambios en la demanda (estructura de preferencias del consumidor) o cambios en precios del petróleo.

Cabría incluso plantearse una crítica aún más profunda: el desarrollo del turismo en el tercer mundo responde al mismo **esquema imperialista** heredado del pasado, que potencia su dependencia respecto al mundo desarrollado.

Se trata, en efecto, de un turismo en general **controlado y orientado** por multinacionales extranjeras que se llevan del país los beneficios obtenidos en el país.

Es una realidad que estas multinacionales se mueven buscando el máximo beneficio (de ahí su interés en mantener destinos indiferenciados: ¡qué mas da Kenya que Botswana! por poner un ejemplo). Se trata, al mismo tiempo, de un sector donde la concentración empresarial a nivel mundial es muy fuerte. Es una estructura de oligopolio donde unas pocas multinacionales del turismo y compañías de viajes

controlan el mercado turístico internacional. Sin olvidar que en todo caso la demanda depende de la renta y gustos de los países ricos del norte, orientada y controlada, en gran medida, por estas multinacionales.

La evolución más característica en países pobres ha sido la de un progresivo aumento de la infraestructura turística (transporte, hoteles, etc.), junto con un aumento de la seguridad en el país. El inversor tipo es el europeo o estadounidense sin implicación alguna de la comunidad local en el proyecto (excepto en lo que se refiere empleos inferiores de cocinero, sirviente, jardinero, etc.). Gobiernos nacionales fuertemente comprometidos con el inversor extranjero. En muchos casos, recién creados gobiernos tras la descolonización de los años 60, con grandes deseos de desarrollo económico rápido, que les conducían inexorablemente a una **política de rápida expansión del turismo**.

En este marco se encuadran los planes de atracción de la inversión extranjera elaborados con figuras comunes, tales como los incentivos fiscales o el derecho de repatriación de beneficios.

La consecuencia de todo ello ha sido un aumento de escala, dimensión de la industria turística que deja de estar representada por negocios de pequeña escala y se caracteriza por las grandes inversiones financiadas principalmente por **inversores extranjeros** (funcionan buscando el máximo beneficio en el corto plazo), lo que provoca la **concentración** turística³.

Concentración, que el propio inversor extranjero se encarga de reforzar porque la búsqueda del máximo beneficio orienta la inversión allá donde se espera una mayor concentración de turistas.

A todo ello se le añaden una serie de factores exógenos, que han jugado con fuerza desde 1960, como puedan ser:

- La reducción del precio de los aviones y el aumento de la oferta.
- El desarrollo de “paquetes de vacaciones” organizados por tour operators internacionales, que al menor precio le añaden más seguridad.
- Y el aumento de renta de los países del norte.

Las políticas en turismo de los distintos gobiernos de los distintos estados, en general, han sido tendentes a favorecer la promoción de proyectos de gran dimensión como lugares de descanso en la playa o grandes complejos hoteleros (lo que supone una gran dificultad de entrada de empresarios locales).

Incluso la promoción y el marketing están en manos de los tour operadores extranjeros que venden el paquete completo de viaje, alojamiento y manutención⁴ (está estimado que se llevan entre el 40 y el 79% del precio final).

En definitiva, los ingresos del turismo en los países receptores van principalmente para las multinacionales que lo promueven.

Con el transcurso de los años la falta de una planificación continuada y coherente ha permitido la sobreexplotación de determinados ecosistemas delicados y frágiles (aglomeración de infraestructuras y de turistas sobre ellas) provocando el deterioro medioambiental, con la consiguiente pérdida de la calidad del entorno, y por lo tanto del producto turístico del país de que se trate. En muchos casos seguido inmediatamente del desvío del turismo a otros países indiferenciados sustituibles, casi podríamos decir “perfectamente sustituibles” en términos de teoría económica

convencional, con la reproducción del mismo esquema hasta arrasar todo un área o incluso un continente.

La reducción del número de turistas provoca reducción de la actividad económica por sus conexiones con la agricultura, el transporte, los hoteles, comercios, pesca, etc., etc., que provoca reducción de empleo local. El efecto multiplicador que funcionaba a favor, se torno ahora en contra provocando una contracción de toda la actividad económica.

En resumen, podríamos afirmar que a pesar de que existen factores exógenos (socioeconómicos y políticos) que están fuera de la planificación de los gobiernos del tercer mundo, hay una responsabilidad clara y directa tanto de los gobiernos del país receptor como del país emisor. En especial destaca la idea de que el turismo en el mundo pobres desarrollado por y para el mundo desarrollado (acentuación de la dependencia), sin implicación, por lo tanto, de su comunidad local.

Así, la naturaleza especulativa del capital de inversión extranjera, junto con la falta de una política coherente por parte del gobierno, han permitido una concentración de la industria turística que ha derivado en su contracción por pérdida de su calidad medioambiental. Al estar además su industria fundamentalmente en manos extranjeras es relativamente fácil su sustitución por otros destinos indiferenciados de la zona.

III. La necesidad de un planteamiento alternativo: el ecoturismo como vía de hacer sostenible el turismo.

El turismo de masas, cuyo origen se suele ubicar a principios de la década de los 60, con el primer servicio de avión masivo, deriva para 1990, en el cansancio del público objetivo en relación a la masificación, jetlag, etc. a lo que se une la conciencia

creciente del impacto negativo del turismo de masas sobre el medio ambiente y la comunidad local.

La nueva búsqueda se torna en la recuperación de la pequeña escala con un cierto equilibrio en su distribución geográfica, bajas inversiones y alta participación local.

Se trata de orientar el turismo hacia un turismo alternativo “consistente con los valores sociales, de la naturaleza y de la comunidad y que permiten al que llega y al que vive compartir el entorno y disfrutar experiencias compartidas” (Eadington y Smith, 1992:3).

Este planteamiento se caracteriza por las prácticas de rutas de senderismo, a caballo, en bicicleta, etc., safaris de pájaros, de camellos, estancias en granjas, y un largo etc.

Se emplean términos en este sentido como el de turismo ecológico, natural, o turismo sostenible, sobre los que cabría hacer una pequeña precisión, aunque el término acuñado por excelencia es el de ecoturismo.

La *Ecotourism Society* se refiere a ecoturismo como “el viaje responsable a áreas naturales que contribuye a la conservación del entorno y al bienestar de la comunidad local” (Western, 1993.8)⁵.

De otro lado, la definición de *Ecotourism Association of Australia (EAA)* se centra en un “turismo sostenible ecológicamente que promueve el entendimiento cultural y medioambiental, el respeto y la conservación” (Weiler, 1995: 64). Así, la *EAA* se propone como objetivos que todo el turismo sea sostenible, que el ecoturismo contribuya a la conservación de las áreas de destino y la biodiversidad, y aporte

beneficios a la comunidad receptora, aumentando la conciencia cultural y medioambiental y permitiendo recibir visitantes de distinto origen socioeconómico.

Estos serían los aspectos mas importantes de la sostenibilidad social y medioambiental y la satisfacción de todos los implicados incluyendo visitantes y comunidad local.

Cabe incluso destacar la definición de ecoturismo realizada desde el punto de vista de la oferta como actividad turística cuidadosamente planificada, bien sea de carácter natural, histórico, botánico, ornitológico o arqueológico, compatible con los principios ecológicos básicos. Autores como Sirakaya, Sasidharan y Sonmez (1999: 170) resaltan el ecoturismo como “una nueva forma de turismo educado, no consumista, romántico, orientado hacia áreas relativamente subexplotadas de inmensa belleza natural e importancia histórica y cultural, con el fin de comprender y apreciar la historia sociocultural y natural de las comunidades de destino”.

Se espera que esta forma de turismo resulte no solo en el mínimo impacto negativo sobre el medio ambiente, sino que contribuya a su protección y a la conservación de los recursos tanto ecológicos como socioculturales. Busca, además, una mayor interacción entre visitantes y locales que contribuya al bienestar económico y social de los habitantes de la comunidad local.

En definitiva **el ecoturismo se ve como un catalizador del desarrollo sostenible⁶.**

Este planteamiento del ecoturismo frente a turismo de masas, supone no solo menos visitantes, sino fundamentalmente un perfil totalmente distinto: en general es un grupo de personas, entusiastas de la naturaleza, que se sienten cómodas en culturas extranjeras, de edad entre 30 y 50, educadas, con estudios superiores y altos

ingresos. Se espera que el gasto medio sea mayor al del turista de masas por la realización de actividades varias como fotografía, botánica, pesca, canoa, etc. Puede ser de diverso origen socioeconómico, pero es común a todos el **turismo responsable**. De todo ello se deriva la esperanza de que el ecoturismo contribuya a la conservación del medioambiente y al desarrollo económico y social.

Aunque no está testado empíricamente ni en África, ni en Asia ni en Latinoamérica, es claro que la conservación de los recursos incentiva y mantiene el turismo y el turismo a cambio provee de fondos para la conservación y el desarrollo local. El turismo, en esencia, se puede ver así como la causa última de la conservación de la vida salvaje.

Desde el punto de vista de la participación de la comunidad local, si realmente son los miembros de esa comunidad los beneficiarios en parte del turismo y por lo tanto, lo apoyan (el turismo más que ninguna otra industria depende de la buena fe y cooperación de las poblaciones locales), el ecoturismo puede ser un motor para su desarrollo económico y para la distribución equitativa de los recursos, aliviando así la pobreza local.

Sin embargo, para ello, la propiedad y el control de las empresas y negocios turísticos debe ser de los miembros de la comunidad local (como una forma de retener los ingresos en el país, de aumentar el empleo y el mercado de productos indígenas).

Hoy, no obstante, existe el peligro de que todavía este tipo de turismo (no ya el turismo de masas) sigue siendo un negocio para el mundo desarrollado, está en manos de las multinacionales del sector que se han subido al carro del “turismo natural” y venden la idea de ecológico (no responsable) y apoyándose en la idea de ayuda a la comunidad indígena siguen embolsándose sus beneficios.

Es importante subrayar que mucho del desarrollo del turismo supone el desarrollo de la comunidad. Gestionado de manera adecuada, el turismo puede, efectivamente, convertirse en un motor importante para conseguir no ya el crecimiento económico sino objetivos sociales más amplios. Desafortunadamente no existen marcos que integren la gestión de las distintas facetas del desarrollo turístico para conseguir el crecimiento económico y estos objetivos sociales (Crouch y Ritchies, 1999).

Para que este potencial sea utilizado apropiadamente es fundamental construir unas bases que contribuyan a desarrollar un producto turístico de calidad, competitivo y de gran sensibilidad ecológica y sociocultural. Es necesario crear una nueva base institucional para adelantar una estrategia de turismo sostenible con ventajas cooperativas (más que competitivas). Que se concretaría en respetar las disposiciones y recomendaciones establecidas en las diferentes convenciones ambientales y ayudar a crear y aplicar normativas e instrumentos jurídicos en apoyo a la actividad turística y el desarrollo sostenible en los países pobres. En este sentido, la vinculación con las sociedades locales es una de las clave para hacer posible el turismo sostenible⁷.

El turismo no se puede tratar como una actividad económica exclusivamente. Tiene dimensiones sociales, culturales, medioambientales fundamentales. Es en esta perspectiva en la que se debe estudiar la contribución del turismo al desarrollo (Sinclair y Stabler, 1997).

Nuestra conclusión es que el turismo de masas ha resultado ser la síntesis en los Países pobres de las elites locales con agencias multilaterales y multinacionales. Por desgracias, la política de la corrupción es una realidad en la mayoría de los países y en especial en los más pobres.

La industria turística puede ser efectivamente un motor del desarrollo económico pero no es en ningún caso el gran remedio al subdesarrollo. Son necesarias condiciones objetivas que lo posibiliten. En la actualidad el turismo no es más que una

manifestación más de la forma de integración en un mercado mundial (la llamada “globalización”) que prospera en la actualidad y que puede desembocar en una dependencia estructural del tercer mundo respecto del primero.

Es necesario abordar un enfoque para el desarrollo del turismo en cualquier parte del mundo que parta necesariamente, al menos, de una planificación, a medio y largo plazo, coordinada y sobre una base territorial amplia y que en dicha planificación se prevea la preservación y conservación del medio ambiente, los recursos culturales, sociales y naturales, y en especial contemple la implicación de la comunidad local.

La solución ha de plantearse a escala mundial, considerando el problema turístico desde el punto de vista de todas las personas a las que les afecta y “no exclusivamente desde la perspectiva de los países emisores” (Gonsalves, 1999:11). De ahí la importancia de la concienciación de la población y el calado de su sentir en las organizaciones internacionales dirigidas por las elites de los países desarrollados, sin olvidar la necesidad de buscar el compromiso de los propios países de luchar contra el fraude y la corrupción.

Como estrategias concretas cabría señalar el control del grado de penetración de las compañías extranjeras, la promoción del turismo interno, el aumento de la producción local, la capacitación de su propia población. Todo ello directamente relacionado con la necesidad de inversión en educación de su población como raíz profunda del subdesarrollo.

BIBLIOGRAFIA

AKAMA, J.S. (1999): The Evolution of Tourism in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 7, nº 1, págs. 7-25.

CLANCY, M. J. (1999): Turismo y desarrollo: el caso de Méjico. *Annals of Tourism Research en Español*, vol. 1, págs. 1-23.

COLLINS, A. (1999): Desarrollo Turístico y Capital Natural. *Annals of Tourism Research en Español*, Vol. 1, nº 1, págs. 47-59.

CROUCH, G. y RITCHIES, J. (1999): Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, vol 44, issue 3, págs. 137-152.

CHON, K.S. (1999): Special issue on tourism and quality-of-life-issues. *Journal of Business Research*, vol 44, issue 3, págs. 135-136.

EADINGTON, W.R. y SMITH, V.L. (1992): Introduction: the emergence of alternative forms of tourism. EN V.L. Smith y W.R. Eadington (eds.): *Tourism Alternatives: potentials and problems in the development of tourism*, págs. 1-12. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.

ECCLES, G. (1995): Marketing, sustainable development and international tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 7 Nº 7, págs. 20-26.

FRECHTLING, D.C. (1999): Cuenta Satélite: Fundamentos, avances y otras cuestiones. *Estudios Turísticos*, nº 140, págs. 39-52.

GO, F, M. Y JENKINS, C. L.(eds.) (1999): *Tourism and Economic Development in Asia and Australasia*.Australia: Chatswood:Butterworth-Heinemann.

GONSALVES, P. (1999): Last Resorts?. Economic, Social, Political and Ecological Impacts of Tourism in the Third World. *Contours-Bangkok*, vol. 9, nº 2/3, págs. 8-11.

HARRIS, R, y LEIPER, N. (eds.) (1995): *Sustainable Tourism: An Australian Perspective*.. Chatswood:Butterworth-Heinemann Australia.

HONEY, M. (1999): Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?. *Tourist Review*, vol. 54, nº 4, págs. 2-18.

LEA, JOHN, P. (1998): *Tourism and development in the Third World*. Londres: Routledge.

LEA, JOHN, P. (1999): Ecotourism in the less developed countries. *Annals of Tourism Research*, vol 27, issue 1, págs. 248-250.

OMT (1990): *El turismo hasta el año 2000. Aspectos cualitativos que afectan a su crecimiento mundial*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

- PALOMO PEREZ, S. (1998): La aportación del turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo (PVD). El caso del mercado receptor de Bolivia. *Estudios Turísticos*, nº 136, págs. 45-81.
- PEARCE, D. (1991): *Desarrollo turístico: Su planificación y ubicación geográficas*. México: Editorial Trillas, Serie Trillas de Turismo.
- PRATO BARBOSA, N. (2000): El turismo agroecológico como opción de desarrollo para las áreas rurales de Venezuela. *Boletín ADOZ, Estudios de Ocio*, págs. 20-23.
- RITCHIE, B. (1999): Policy formulation at the tourism/environment interface: Insights and recommendations from the Banff-Bow Valley Study. *Journal of Travel Research*, vol. 38, issue 2, págs. 100-110.
- ROBLES MEDINA, C. (1999): Primeras conclusiones del estudio sobre el empleo en el sector turístico. *Estudios Turísticos*, nº 140, págs. 27-44.
- RODRIGUEZ-SALMONES, N., MASSIEU, A. Y ROBLES, C (1999): Del Programa SINTUR a la cuenta satélite del turismo para España (CST-E). *Estudios Turísticos*, nº 140, págs. 129-153.
- SINCLAIR, T. y STABLER, M. (1997): *The Economics of Tourism*. Londres: Routledge.
- SINDIGA, I. (1999): Alternative Tourism and Sustainable Development in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 7, nº 2, págs. 109-127.
- SIRAKAYA, E, SASIDHARAN, V. y SONMEZ, S. (1999): Redefining ecotourism: the need for a supply-side view. *Journal of Travel Research*, vol. 38, nº 2, págs. 168-172.
- SMITH, S.L.J. (2000): Measurement of tourism's economic impacts. *Annals of Tourism Research*, vol 27, nº 2, págs. 530-531.
- TISDELL, M y ROY, C. (1998): *Tourism and Development: Economic, Social, Political and Environmental issues*. Nueva York: International Institute for Development Studies. Nova Science Publishers.
- WEILER, B. (1995) Ecotourism Association of Australia. En R. Harris y N. Leiper (eds.) *Sustainable Tourism: An Australian Perspective*, págs. 63-68. Chatswood: Butterworth-Heinemann Australia.
- WESTERN, D. (1983): Defining ecotourism. En K. Lindberg y D.E. Hawkins (eds.): *Ecotourism: A guide for Planners and Managers*, págs 7-11, North Bennington, VT: Ecotourism Society.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (1998): *Tourism Economic Report*. Madrid: WTO, First Edition.

REFERENCIAS

¹ El consumo turístico se define como todo gasto efectuado por el visitante o por cuenta del visitante durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino. Y en un sentido amplio, incluyendo todos los gastos necesarios para su preparación (realizados antes) y realización.

² Sirva como ejemplo el caso de Kenya, destino turístico de los más desarrollados en el África subsahariana (Sindiga, 1999). El turismo supuso la fuente más alta de divisas después del te, durante una década, incluso hasta 1987 fue la más alta. La contribución del turismo ha pasado de representar el 17% de las exportaciones en 1980 al 43% en 1990, fundamentalmente por aumento del número de turistas (desde 65.000 en 1964 hasta 800.000 en 1990). Desde su independencia en 1963 se desarrolla un turismo de masas con fuertes inversiones en infraestructuras, con una fuerte crisis en 1990 (disminución del número de turistas y de los ingresos turista per capita) debida principalmente a sus infraestructuras turísticas deterioradas, degradación de sus recursos naturales, producto turístico muy delimitado, no distribución de los beneficios del turismo en la comunidad local, bajo ingreso del turismo per cápita y baja tasa de retención de los ingresos en el país. Se trataba de un turismo de masas con propiedad y gestión extranjera mayoritaria de los negocios turísticos.

³ Siguiendo con el ejemplo de Kenya, su turismo se concentra en Mombasa/Nairobi y en los parques y reservas de Maasai Mara, Tsavo y Amboseli.

⁴ Especial mención, merece, en este punto, la dependencia que en todo caso se crea respecto de la imagen de cada país como destino turístico seguro o inseguro. En el momento en que ciertas tensiones internas inmediatamente transmitidas al mundo desarrollado por los medios de comunicación de masas ha provocado la reducción del turismo (cancelación inmediata. cierto papel reorientador en las agencias del norte).

⁵ Se desprende que turismo natural no es sinónimo porque el turismo natural no prevé la conservación del ecosistema.

⁶ **Desarrollo sostenible**, es entendido por Harris y Leiper (1995:xx) como: “la forma de crecimiento económico que se da en un contexto de fuerte gestión ambiental”. Aquí sostenibilidad implica conservación de recursos que permita su explotación futura.

La definición más habitual es la de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (CMMMD, 1987), que se refiere al: “desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las suyas propias”.

⁷ En Venezuela (Prato, 2000) se ha desarrollado el Proyecto ECOTUR: orientado a promocionar el turismo agroecológico en los municipios rurales con potencialidad turística, constituyendo una herramienta de intervención social para estimular el crecimiento de la actividad económica, promover las inversiones nacionales y extranjeras, así como para ofrecer nuevas fuentes de ingresos y crear nuevos empleos para las poblaciones locales tomando en cuenta la realidad agrícola y turística del país. Este proyecto ha sido un excelente laboratorio y una oportunidad para someter a prueba las potencialidades de promoción y diseño de estos nuevos conceptos,

instrumentos y productos turísticos en las áreas rurales, que se integran dentro de la denominación de turismo sostenible.