

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL TERRITORIO Y SU INCIDENCIA EN LA CONCEPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Florencia Viviana Moscoso

Licenciada en Turismo

Instituto de Investigaciones en Turismo- Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Nacional de La Plata

florencia.moscoso@econo.unlp.edu.ar

RESUMEN

El turismo como inductor de actividades económicas utiliza y se enmarca dentro de una realidad territorial determinada. La misma está constituida por una serie de aspectos de carácter patrimonial, ambiental, social y cultural; que al mismo tiempo que hacen a la identidad de la comunidad, forman parte del producto turístico del cual hace uso y disfrute el turista.

Muchas son las definiciones elaboradas sobre el concepto de destino turístico, pero la mayoría se centra en definirlo solamente como la planta turística o infraestructura de servicio, llevando a una definición reduccionista.

Es por eso que es necesario considerar al turismo como un proceso social y sistémico con implicancias territoriales; y al destino como resultado de la construcción social en la intervienen diversos actores, entre ellos la comunidad receptora y los turistas.

El presente artículo tratará de contribuir a un marco teórico sobre el concepto de destino turístico. Entendiendo al mismo como el resultado de las **relaciones** que se dan entre los **procesos sociales**, históricos, los intereses de los **actores** involucrados en la práctica, el espacio material (atributos geográficos del lugar) y los **imaginarios** que se originan tanto en el lugar de origen de los turistas como la identidad construida de la comunidad receptora. (Almirón, 2004)

Esta nueva aproximación al concepto desde una perspectiva socio geográfica y sistémica, puede constituir una herramienta importante al momento de la planificación y gestión integral de un destino turístico. Obteniendo como resultado de ello el desarrollo de modelos turísticos equilibrados, competitivos e integrados.

Palabras claves: política turística, territorio, destino turístico, construcción social.

Key words: tourist policy, territory, tourist destination, social construction.

INTRODUCCIÓN

El auge del turismo en las últimas décadas ha llevado a un creciente interés por el estudio del mismo desde una perspectiva teórica y científica (Bertoncello, 2006).

Si bien son muchos los investigadores que han tratado de abordar la definición del turismo y los conceptos asociados al mismo, desde su formación; son las definiciones elaboradas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) las que se toman como referenciales al momento de abordar la (lo que se puede llamar la) ‘teoría del turismo’.

Los conceptos de la OMT son fácilmente operacionalizables y sirven a efectos estadísticos. Tienen en cuenta primordialmente los flujos que origina la actividad, sean estos monetarios o de llegadas y salidas de turistas. Esta visión sobre el turismo llega a ser un tanto simplista, ya que solo prima una visión económica y estadística; no teniendo en cuenta que el turismo se nutre de otras ramas disciplinares como lo son las ciencias políticas, la geografía, la historia, la psicología, etc. que hacen que el turismo sea concebido como un sistema.

Todo aporte teórico busca plasmar e incluso replicar los conceptos y definiciones en la realidad; y el turismo no es ajeno a esto. Las investigaciones en el campo de la ‘teoría’ del turismo suelen tener “escasa teorización” (Gaitán Molares 2010, p.10) y están orientadas “hacia la generalización y aplicación (...) en contextos más amplios” (Gaitán Morales, 2010 p.10)

A modo de resumen se puede decir que dependiendo de cómo se defina el turismo y los componentes del mismo, se obtendrá como resultado un determinado modelo de desarrollo turístico.

Son varios los casos de destinos turísticos que han surgido en función de la mirada teórica simplista, y han pasado de ver al turismo como un fin más que en un medio. Esto ha derivado en determinados impactos con una fuerte incidencia en lo territorial. Cabría preguntarse ¿por qué estos impactos tienen incidencia territorial? El turismo como proceso eminentemente social e inductor de actividades económicas, compite y hace uso de un determinado territorio, utilizando del mismo aspectos sociales, ambientales, económicos y culturales que se incluyen dentro del producto turístico que se ofrece y vende al turista (Barrado Timón, 2004; Hiernaux, 2001; Hiernaux, 2002 b)

Teniendo en cuenta al turismo como proceso social y sistémico asociado al territorio; y observando las falencias de determinados destinos que han surgido bajo una mirada simplista, se hace necesario tratar de aproximar a un modelo conceptual de destino turístico de un enfoque sistémico e integral.

EL TERRITORIO

El territorio no es un elemento pasivo sino que es la dimensión constitutiva de la actividad turística (Almirón, 2004, Hiernaux 1991) que se construye a partir de las acciones sociales intencionales “que se proyectan en el territorio” (Cammarata, 2006, p. 358). Esta realidad territorial o **espacialidad social**, como denomina Bertonecello (2002), “con sus características naturales, históricas y culturales” (Hiernaux, 1991, p.102) forma parte del producto turístico final que se ofrece y vende al turista (Barrado Timón, 2004; Hiernaux, 2002 b).

El hecho de que parte de la realidad territorial se incluya dentro del producto final supone una relación de ida y vuelta entre el territorio y el turismo. Donde el turismo es modificado por las condiciones y el contexto territorial; y a su vez el territorio es transformado por las acciones del fenómeno turístico y su proceso productivo.

La construcción social del espacio en el turismo se encuentra fuertemente asociada a dos corrientes representativas. Por un lado encontramos la construcción del turista y en segundo lugar, la teoría de construcción social desde una visión más amplia.

Según la primera teoría, el turismo, así como el surgimiento de determinados destinos turísticos, se concibe a partir de contextos y hechos históricos de carácter social y laboral que determinaron su impulso; así como a partir del **imaginario** del potencial turista.

En cuanto al contexto social, la actividad turística surge a partir de determinados hechos y condiciones históricas; por ejemplo el gran impulso del turismo masivo fue consecuencia del aumento del tiempo libre de la clase trabajadora y la constitución del turismo como un derecho (Almirón, 2004).

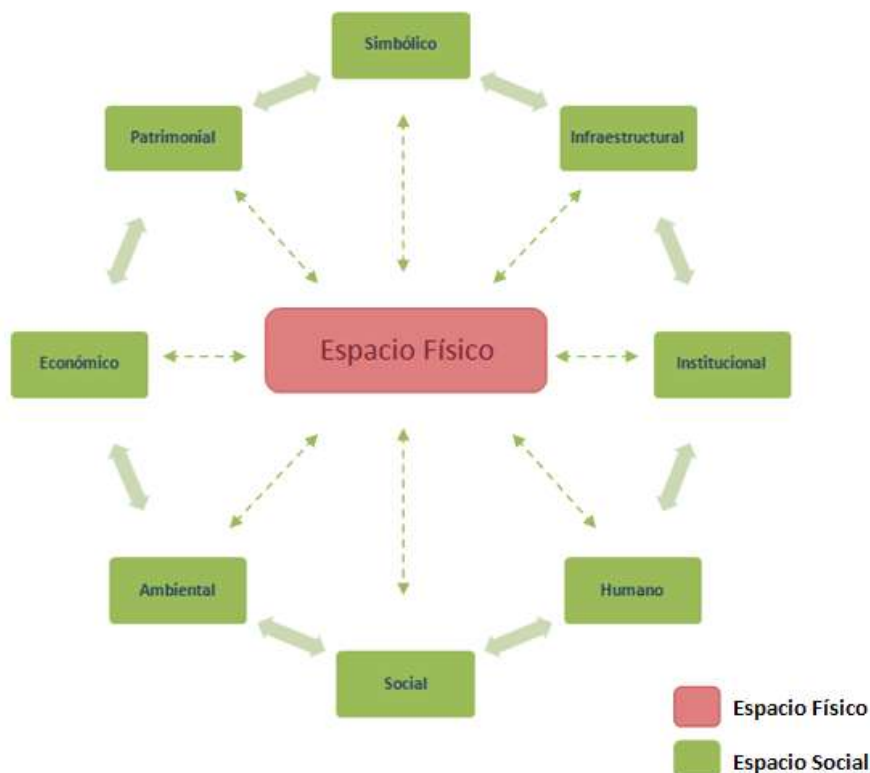
En segundo lugar, cuando se habla del imaginario, se hace referencia al conjunto de perspectivas, creencias, preconceptos y expectativas que tiene el turista sobre un determinado destino. El imaginario se constituye a través de la subjetividad, de la experiencia, de la información obtenida por otras personas y por los medios de comunicación propios de una época. Este imaginario es la valorización del territorio “a través del mundo perceptual del visitante” (Pedregal Nogués, 2008, p.10) (Almirón, 2004; Cammarata, 2006; Hiernaux, 2002).

En lo que respecta a la segunda teoría, la misma surge de la teoría de construcción del turista, pero teniendo en cuenta otros actores que configuran previamente este espacio valorizado por el turista, como lo es la comunidad receptora.

Esta última teoría no solo toma al turista como actor en la construcción del espacio turístico, sino que también tiene en cuenta a la comunidad y cada uno de los actores de la cadena de valor, junto con sus lógicas de funcionamiento e intereses.

Profundizando el concepto de territorio y tomando como referencia a Sousa (2005), el territorio es un espacio construido socialmente de relaciones entre aspectos históricos y geográficos, procesos sociales e identitarios e intereses de los actores involucrados en la práctica turística (Ver gráfico 1)

Gráfico 1 – Constitución del Territorio



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Sousa (2005)

A partir de considerar el territorio se puede llegar a una primera conceptualización del destino turístico. Definiendo al mismo como la **construcción social** basada en la **apropiación territorial** según los **intereses y lógicas de funcionamiento** de diferentes **actores** que participan en él (Hiernaux, 1994, Bozzano y Karol, 2010).

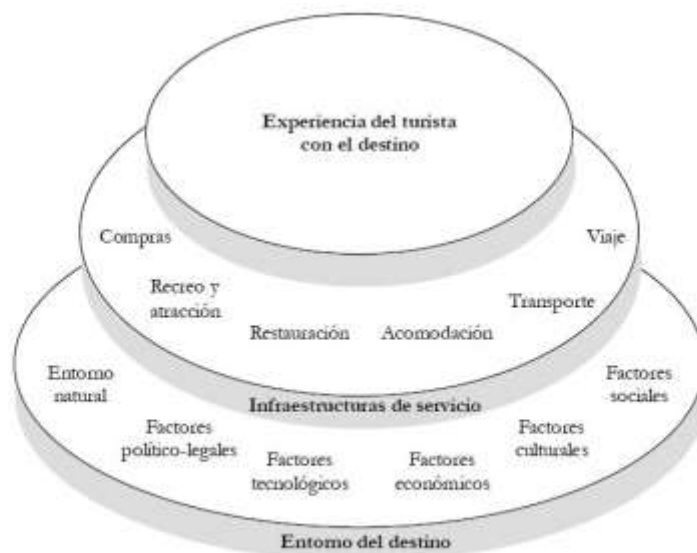
EL CONCEPTO DE DESTINO TURÍSTICO

Además de las definiciones elaboradas por la OMT, otros investigadores han propuesto nuevas definiciones en torno al concepto de destino turístico. Muchas de ellas incorporan aspectos que no habían sido tratados anteriormente, buscando ampliar el concepto.

A continuación se delinearán algunas de las definiciones del concepto de destino turístico que permitirán, posteriormente abordar al modelo conceptual que se propuso ensayar.

En su tesis de doctorado, Gutiérrez (2005) presenta una serie de definiciones de destino elaboradas por otros autores. Uno de los aportes es el modelo teórico de destino turístico elaborado por Murphy, Pritchard y Smith (2000) (Ver Gráfico 2). Los mismos, establecen que la experiencia global del turista, respecto a un determinado destino se forma por dos dimensiones: el **entorno del destino** (factores climáticos, políticos, culturales, sociales) y la infraestructura de servicio (alojamiento, restauración, etc.) Esta concepción destaca la importancia de los residentes y su entorno.

Gráfico 2- Niveles de conformación de la experiencia del turista



Fuente: Murphy, Pritchard y Smith (2000).

Fuente: Gutiérrez, 2005

Por otro lado el investigador Barrado Timón (2004) define al destino como el espacio sobre el cual se tiene “un derecho de uso temporal” (Barrado Timón, 2004, p.49). Este uso temporal esta dado “sobre una **realidad geográfico-cultural**” (Barrado Timón, 2004, p.49) determinada.

A su vez, el autor establece que el destino es un sistema conformado e influido por dos subsistemas más amplios y por los procesos relacionales que se den en ellos: uno sectorial o socioeconómico y el otro territorial o geográfico. El primero tiene que ver con el producto turístico en sí y su desarrollo (intermediación, marketing, comunicación, diseños de productos, precios, legislación, etc.); el segundo subsistema

hace referencia a aspectos territoriales como infraestructura y equipamientos generales (no específicos de la actividad turística), el espacio residencial e industrial. (Ver Gráfico 3).

Gráfico 3- El concepto de destino turístico



Fuente: Barrado Timón (2004) p. 55

Una última definición es la elaborada por González Velasco (2008) la cual relaciona y entiende al destino “como un **sistema territorial** con una singularidad funcional y formal derivada de la propia actividad” (González Velasco, 2008)

Las definiciones presentadas anteriormente han orientado el presente trabajo de investigación, pues tienen en cuenta de alguna u otra manera el territorio donde se enmarca la experiencia turística y se desarrolla el destino.

APROXIMACIÓN A UN NUEVO MODELO CONCEPTUAL DE DESTINO TURÍSTICO

El hecho de conceptualizar al turismo desde un enfoque sistémico y como un proceso social que se desarrolla sobre un determinado territorio, hace necesaria la aproximación a un nuevo concepto y modelo de destino turístico en estos términos.

En pocas palabras el destino turístico se puede definir como un espacio socialmente construido donde se entretaja la apropiación territorial e identidad de la comunidad receptora (territorio), el imaginario del turista y la variable sectorial del turismo.

En definitiva el **destino turístico** es el resultado de las **relaciones** que se dan entre los **procesos sociales**, históricos, los intereses de los **actores** involucrados en la práctica, el espacio material (atributos geográficos del lugar) y los **imaginarios** que se originan tanto en el lugar de origen de los turistas como la identidad construida de la comunidad receptora. (Almirón, 2004)

Esta definición está centrada en procesos sociales y en un espacio identitario, relacional, histórico que se caracteriza por estar apropiado socialmente (Augé, 1993).

Se considera de importancia tener en cuenta este aspecto ya que, como explique anteriormente, la actividad turística se enmarca en un territorio con connotaciones sociales e históricas construidas previamente por la comunidad receptora. Donde, al mismo tiempo, el turista irrumpe en este espacio socialmente construido imponiendo, en muchos casos, sus valores, expectativas y preconceptos sobre el lugar.

Hay que destacar que el destino se encuentra condicionado por variables tanto internas, que tienen que ver con los aspectos territoriales, ambientales, sociales y culturales; como por variables externas que hacen referencia a la manera en que está estructurado el mercado turístico internacional (Cammarata, 2006).

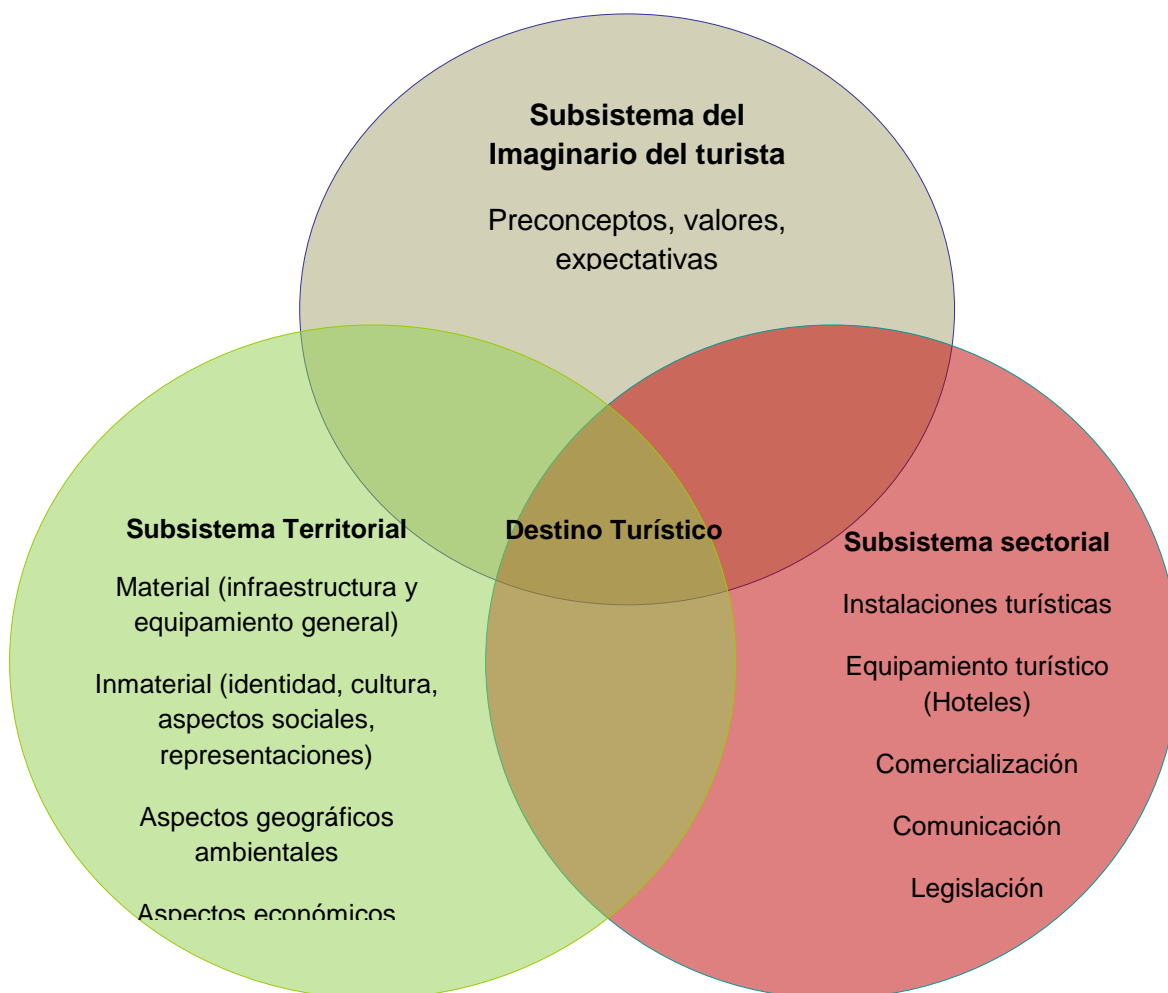
Tomando como referencia el modelo de destino turístico elaborado por Barrado Timón (2004) y de Murphy, Pritchard y Smith (2000) se trató de aproximar a un modelo propio (Ver Gráfico 4).

De los autores anteriores, se ha tomado el subsistema sectorial y territorial pero con algunas modificaciones. Una de las modificaciones está dada por el hecho de que el territorio no solo tiene que tener en cuenta aspectos materiales o construidos (espacios, infraestructuras, equipamientos generales del lugar) sino también aspectos inmateriales que se basan en imágenes, representaciones y valores, ya sean sociales y culturales (Cammarata, 2006). Así mismo se debe considerar los aspectos geográficos y ambientales del territorio donde se circunscribe la actividad.

Además como complemento al modelo, se consideró incorporar una tercera variable o subsistema, el cual tiene que ver con la construcción social que hace del destino el turista, ya sea el imaginario o el contexto social e histórico.

En resumen el destino turístico se debería concebir a partir de tres subsistemas menores: el territorial, el sectorial y el del imaginario del turista (Ver Gráfico 4)

Gráfico 4 – Subsistemas del Destino



Fuente: Elaboración propia. Adaptación de Barrado Timón (2004)

A diferencia del modelo conceptual que propongo, la OMT concibe al destino turístico como un espacio físico con límites administrativos donde el subsistema sectorial tiene un papel central y la comunidad local pasa a un segundo plano, como uno de los tantos actores involucrados en la práctica turística.

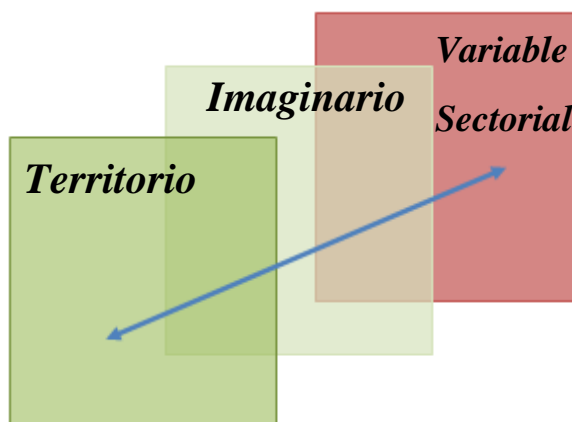
Esta visión reduccionista sobre el concepto de destino turístico ha derivado en determinados impactos negativos para la comunidad receptora, ya que prima el subsistema sectorial y del imaginario del turista por encima del subsistema territorial. Un ejemplo particular y al cual se puede hacer referencia son hoteles *all inclusive*. En la mayoría de los casos, estos hoteles se centran en todo lo concerniente al turista haciendo a un lado en mayor o menor medida a la comunidad local.

Es por eso que el modelo conceptual de destino turístico que se plantea tiene como eje central al lugar con sus connotaciones geográficas, económicas, ambientales, sociales y culturales. El cual, al mismo tiempo, es resignificado por los valores, preconceptos y expectativas del turista. Finalmente, es sobre este imaginario que la planta turística debería construirse sin dejar de lado el lugar sino tratando de adecuarse al mismo y a sus cualidades territoriales.

Para poder representar lo dicho anteriormente, se utilizó un gráfico de capas o *layers*. Lo que se busca exponer es que el lugar es la capa central (primera capa) del modelo de destino turístico a la que le siguen dos subcapas más: el imaginario del turista y la variable sectorial. Las tres capas son de iguales proporciones, es decir que una capa no prima sobre la otra, y se encuentran íntegramente unidas. Esta idea de unión y correspondencia entre una capa y otra está dada por la flecha bidireccional. La que en otras palabras, representa la retroalimentación e interdependencia entre las mismas.

Por otro lado, es necesario destacar que el destino turístico, en su conjunto, no tiene un límite fijo sino un límite permeable ya que se encuentra ampliamente influenciado por el entorno. Ya sea este a escala nacional, regional o internacional, dependiendo a qué tipo de destino turístico se está haciendo referencia (Ciudad, Municipio, Provincia, País, etc.

Gráfico 5 – Layers o capas del destino turístico



Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto clave del modelo es tener en cuenta en los distintos subsistemas los actores involucrados y sus roles en la construcción y configuración de un destino turístico. Con roles hago se hace referencia a las lógicas de funcionamiento e intereses que les anima a cada uno. Esto es importante ya que cada uno de los actores construye el territorio en base a sus percepciones.

UTILIDAD DEL NUEVO MODELO CONCEPTUAL DE DESTINO TURÍSTICO

Toda comunidad local busca alcanzar un desarrollo sustentable. Es decir un desarrollo en términos sociales, económicos, políticos y ambientales. Es en este momento que entra a jugar un papel importante el turismo, ya que las comunidades lo ven como un “medio para...”. El éxito del turismo como herramienta para el desarrollo sustentable depende de una buena planificación.

En turismo la planificación se realiza, generalmente, en torno a los productos turísticos. Sin embargo, actualmente ante el surgimiento de un modelo de *economía y sociedad de la experiencia*, donde se busca “experimentar vivencias” (Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005, p.31); la planificación va mas allá del producto turístico, sino que se debería entender la misma desde el concepto de destino y los diferentes subsistemas que lo componen (Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005).

La naturaleza del turismo exige de una continua interacción y cooperación entre los distintos actores que configuran el destino. La idea es no solo garantizar buenas condiciones para las empresas turísticas y satisfacer al turista, como comúnmente se piensa; sino también tener en cuenta las cualidades de un determinado lugar y territorio ya que “son la base de lo que será su futuro como destino turístico” (Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005, p.34).

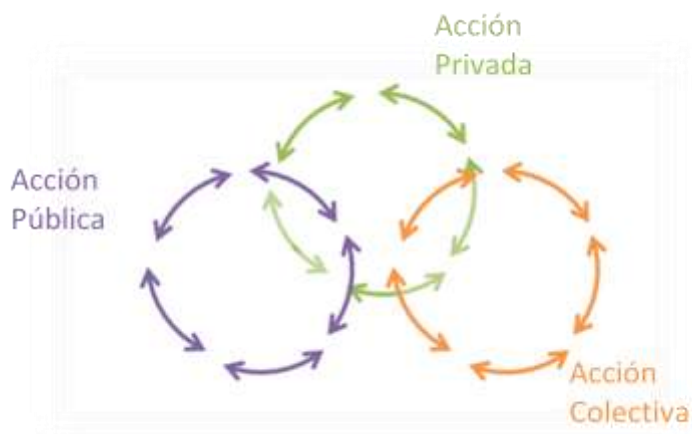
En este sentido y considerando el carácter sistémico del turismo es necesaria una **planificación integral** de destinos turísticos. Con integral se hace referencia a que antes, durante, y posteriormente al proceso de planificación, se debe tener en cuenta al conjunto del destino (lugar, imaginario, variable sectorial), los actores involucrados directa e indirectamente en el turismo; así como los condicionantes internos y externos que influyen en el destino turístico.

Lo importante “es comprender que la planificación exige hoy el ejercicio consciente de la responsabilidad compartida” (González Velasco, 2010) de todos los actores involucrados. Es por eso que uno de los instrumentos, que considero importantes para llevar a cabo este tipo de planificación es la **gobernanza**.

El concepto gobernanza se asocia con la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del turismo, que se caracterizan por tener sus propias reglas y normas. En otras palabras

la gobernanza se traduce en concertación de actores. Bustos Cara (2008) la define como la articulación entre la acción pública, privada y colectiva (ver Gráfico 6)

Gráfico 6 – Las acciones dentro de la gobernanza



Fuente: Elaboración propia

Considerar la pluralidad de actores y relaciones sinérgicas entre actores públicos, privados y comunidad local permitiría una mejor gestión del destino en términos de sustentabilidad y competitividad (González Velasco, 2010; Otero, 2006)

CONCLUSIONES

De acuerdo a como se defina el turismo determinará la forma en cómo se definan sus distintos componentes y el modelo de desarrollo turístico.

La mayoría de las definiciones en torno al concepto de destino turístico fueron elaboradas bajo una mirada reduccionista. Un claro ejemplo, de lo anterior, son las definiciones de la OMT, las cuales tienen fines puramente estadísticos. El hecho de verlo como una simple actividad económica, hace que las definiciones sean elaboradas con el objetivo de obtener datos en términos cuantitativos y beneficios simplemente monetarios.

A lo largo de la investigación se ha hecho hincapié en el turismo desde una concepción sistémica. Bajo este enfoque el turismo se concibe como un proceso social que utiliza el territorio como base constitutiva de la experiencia turística. Es importante destacar que este territorio se encuentra, en un primer momento, configurado por la cultura, historia, actividades y lazos de identidad de una determinada comunidad.

Considerando lo anterior, el objetivo del presente trabajo ha sido tratar de aproximar a un nuevo modelo conceptual de destino turístico, donde se lo entienda como una construcción socio-espacial en la que intervienen distintos actores.

A partir de lo investigado se concibe al destino turístico como la relación interdependiente entre tres subsistemas: el lugar o subsistema territorial, el imaginario del turista y el subsistema sectorial.

Ahora bien, ¿cómo trasladar este modelo teórico a la realidad de un lugar?

Se considera que una de las herramientas para lograrlo es llevar a cabo una planificación integral, donde se tenga en cuenta el conjunto del destino, el contexto donde se inserta y los actores involucrados en la configuración del mismo. Al mismo tiempo se hace necesario contar con fuertes redes de cooperación y coordinación entre cada uno de los actores, por lo que el concepto de Gobernanza sería un medio indispensable para poder lograrlo.

Este proceso de interacción, coordinación y cooperación ha sido muy poco estudiado en el campo del turismo, por lo que considero de importancia su investigación y vinculación con la gestión de destinos turísticos.

A modo de conclusión entender los aspectos que constituyen el destino (social, geográfico, cultural, patrimonial, ambiental, económico, etc.), dentro de la planificación turística permitiría el desarrollo de modelos turísticos equilibrados, competitivos e integrados. A partir de los cuales “se ofrecen experiencias turísticas a sus visitantes, pero también oportunidades y calidad de vida a sus habitantes” (Barrado Timón, 2004, p.66).

BIBLIOGRAFÍA

ALMIRÓN, Analía (2004) “Turismo y espacio. Aportes para *otra* Geografía del turismo”, *GEOUSP, Espaço e Tempo*, vol. 16. Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de San Pablo, pp. 167- 180.

AUGÉ, Marc, (1993) “Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad”. Editorial Gedisa.

ÁVILA BERCIAL, Reyes y BARRADO TIMÓN, Diego A. (2005) “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión” *Cuadernos de turismo*, nº 015, pp. 27-43. Universidad de Murcia. Murcia, España.

BARRADO TIMÓN, Diego A. (2004) “El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial” *Estudios Turísticos*, nº 160, pp. 45-68

BERTONCELLO, Rodolfo (2002) “Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas.” Aportes y Transferencia, Tiempo Libre, Turismo y Recreación, Año 6, Volumen 2, Mar del Plata, Argentina.

BERTONCELLO, Rodolfo (2006) “Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina”. América Latina: cidade, campo e turismo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo

BOZZANO, Horacio y KAROL, Jorge (2010) “EIDT Entendimiento, Inteligencia y Desarrollo Territoriales. Una perspectiva metodológica de investigación e intervención”. Texto completo en: <http://es.scribd.com/doc/51720799/Textos-GAM>

BUSTOS CARA, Roberto (2008) “Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo” *Aportes y Transferencias*, Vol. 12, núm. 1, pp. 87-104. Universidad Nacional de Mar del Plata

CAMMARATA, Emilce Beatriz. (2006) “El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio”. *En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales

GAITÁN MORALES, Samuel B. “Investigación interdisciplinaria y ‘sostenible’? Una lectura sobre el estado de la cuestión en la investigación en el turismo en América Latina y algunas reflexiones para su mejora”

GONZÁLEZ VELASCO, María (2008) “Gestión de destinos: ¿governabilidad del turismo o gobernanza del destino?” CES Felipe II. Universidad Complutense.

GONZÁLEZ VELASCO, María (2010) “Gobernanza del turismo: retos y estrategias de las redes de destinos turísticos” CES Felipe II. Universidad Complutense.

GUTIÉRREZ, San Martín Héctor. (Febrero 2005) “Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador”. Universidad de Cantabria. Departamento de Administración de empresas.

HIERNAUX, Nicolás (1991) “Teoría y praxis del espacio turístico” *Diseño y Sociedad*. Nº 1, pp. 102-103. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

HIERNAUX, Nicolás (1994) “En busca del Edén: turismo y territorio en las sociedades modernas” *Ciudades*, núm.23, Rniu. México.

HIERNAUX, Nicolás (2002 a) “Turismo e imaginarios” *Cuaderno de Ciencias Sociales*. Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.

HIERNAUX, Nicolás D. (2002 b) “¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario”, *Revista de Aportes y Transferencias*. CIT. Año 6. Vol.II. Pp. 11-27

JAFARI, Jafar (2005) “El turismo como disciplina científica”, *Política y sociedad*, vol 42, Nº1, 39-56.

OTERO, Adriana María (2006) “Planificación y gestión competitiva de destinos turísticos” *Boletín Electrónico de Intercambios*. Año 5. Nº 32. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.

PEDREGAL NOGUÉS, Antonio M. (2008) “Poder político local y urbanismo. La mediación del espacio turístico en la producción de significados”. *Gazeta de Antropología*. Nº 24/2. Artículo 26

SANCHO, Amparo (1998) “Introducción al Turismo” OMT. Madrid.

SOUSA ÁLVAREZ, Antón (2005) “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos – metodológicos”. *Revista de Política y Sociedad*. Vol. 42 Núm. 1: 57-84

Recursos electrónicos:

Organización Mundial del Turismo (OMT): www.unwto.org

Destination Management (OMT): <http://destination.unwto.org/>