

REFLEXIONES SOBRE EL ESTUDIO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

CARLOS MARIO AMAYA MOLINAR

cmamaya@ucol.mx

Universidad de Colima

Resumen

La competitividad turística es un tema que se ha estudiado extensivamente en la literatura académica de la materia, empleando diferentes concepciones, enfoques y metodologías. Actualmente, esta diversidad epistemológica incide en la percepción de la validez de los estudios en esta temática, a pesar de lo cual existen investigaciones que han contribuido con valiosas aportaciones a la comprensión del turismo. En este documento se analiza una selección de trabajos que permiten identificar los factores que impulsan la competitividad de los destinos turísticos. Una de las principales razones que inciden en la confiabilidad de los estudios de competitividad turística es la falta de acuerdo sobre su definición y significado. Esto es, frecuentemente los investigadores plantean su propia definición, objeto, variables, indicadores, factores y métodos de investigación. Así, si no existe una definición única o un consenso entre los expertos sobre lo que es objetivamente la competitividad turística, ¿cuál es la validez científica de las investigaciones? ¿cuáles son las contribuciones teóricas y prácticas del estudio de la competitividad turística para el conocimiento científico y para los agentes interesados en dicha actividad? Se presentan en este documento un conjunto de reflexiones sobre modelos teóricos y trabajos relevantes en este campo de estudios.

Palabras clave: competitividad, turismo, destinos, sostenibilidad, pobreza.

REFLECTIONS ON THE STUDY OF TOURISM COMPETITIVENESS

Abstract

Tourism competitiveness is a subject that has been extensively studied in the academic literature on the subject, using different conceptions, approaches and methodologies. Currently, this epistemological diversity affects the perception of the validity of studies on this matter, despite which there are investigations that have delivered valuable contributions to the understanding of tourism. This document analyzes a selection of works that make it possible to identify the factors that drive the competitiveness of tourist destinations. One of the main reasons that affect the reliability of tourism competitiveness studies is the lack of agreement on its definition and meaning. That is, frequently researchers propose their own definition, object, variables, indicators, factors and research methods. Thus, if there is no single definition or consensus among experts on what tourism competitiveness is, objectively, what is the scientific validity of the research? What are the theoretical and practical contributions of the study of tourism competitiveness for scientific knowledge and for the agents interested in that activity? This document presents a set of reflections on theoretical models and relevant works in this field of studies.

Keywords: competitiveness, tourism, destinations, sustainability, poverty.

Fecha de recepción: 10 de mayo de 2022

Fecha de aceptación: 10 de junio de 2022

CÓMO CITAR: Amaya, C. M. (2022). Reflexiones sobre el estudio de la competitividad turística. *Dimensiones Turísticas*, 6(11), 121-132. <https://doi.org/10.47557/PSYB8261>

El modelo de Calgary

El trabajo teóricamente más importante en materia de competitividad turística es el libro titulado *El destino turístico competitivo. Una perspectiva sostenible sobre el turismo*, de Brent Ritchie y Geoffrey Crouch (2003). Lo más sobresaliente del texto es el énfasis en la relevancia y la complejidad de la gestión de destinos turísticos, disciplina supinamente olvidada en México, a pesar de la importancia que reviste para la operación turística de una región. Desafortunadamente, en las oficinas nacionales de gestión de destinos de diversos niveles, ya sea federal, estatal o municipal, los funcionarios consideran que su tarea principal es la “promoción”, ignorando en la mayoría de los casos el significado específico de ese término en el campo de la mercadotecnia. El accionar cotidiano de dichas oficinas se concentra en actividades como la compra de publicidad y la asistencia a ferias y eventos del ramo.

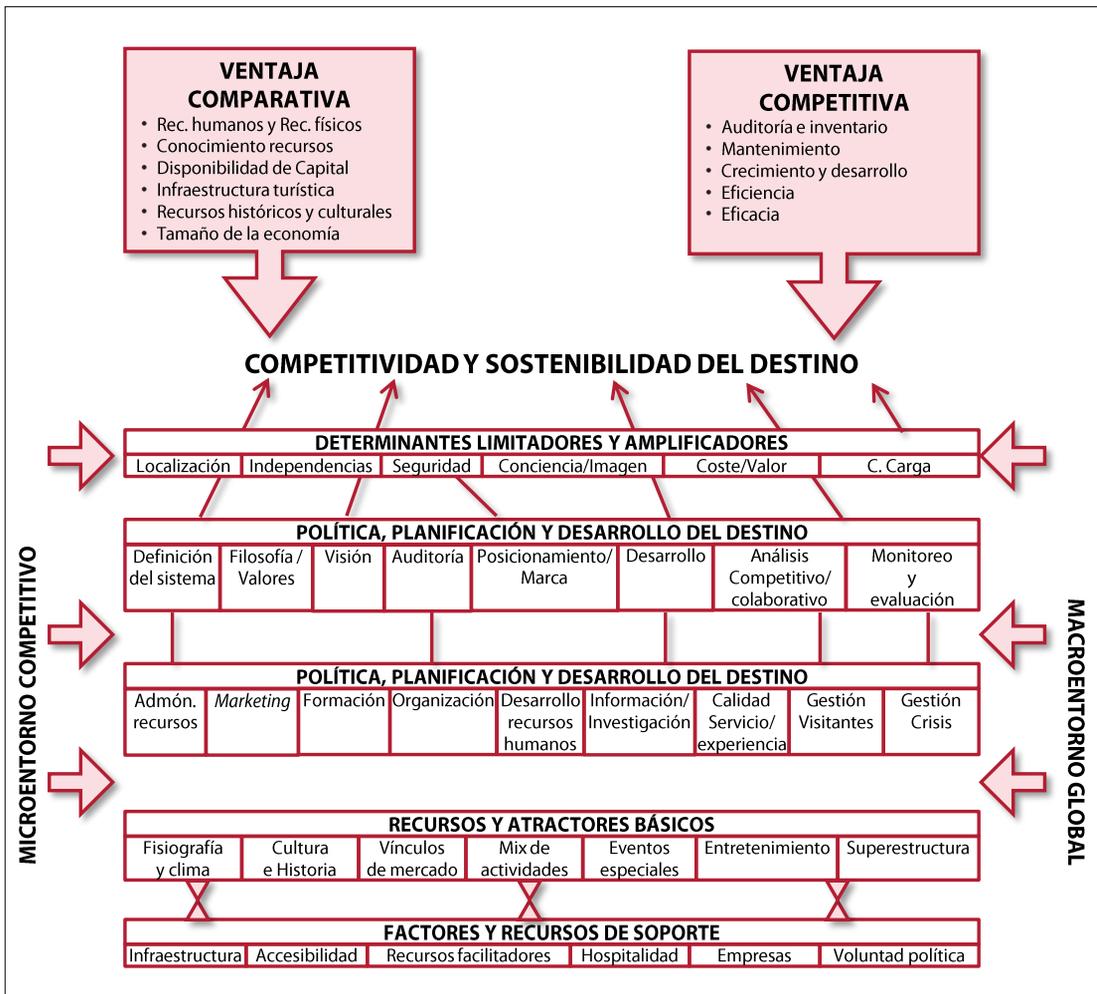
Uno de los principales problemas del modelo de competitividad turística de Ritchie y Crouch (2003), también llamado “modelo de Calgary”, es su complejidad; esto es, la gran cantidad de componentes, factores, variables, dimensiones e indicadores que lo integran. En la vida real, su aplicación no es sencilla, ni desde el punto de vista de la investigación ni desde la gestión de los destinos.

Durante una sesión de trabajo, el Dr. Ritchie comentó que su modelo de competitividad turística se deriva de información obtenida en reuniones sostenidas con directivos encargados de la gestión de destinos turísticos de todos los continentes; así, es un modelo empírico elaborado con base en la experiencia de profesionales. Este modelo puede considerarse sostenible y humanista, pues ubica en el centro de su definición la mejora del bienestar de población y la conservación del capital natural y cultural del destino.

Un aspecto que puede considerarse una limitación de este modelo es la definición de su objeto de estudio, pues afirma que un destino turístico puede ser un continente, por ejemplo, Europa, o un país, una región, un parque temático tipo Disney World o un museo como el Hermitage de San Petersburgo (Ritchie y Crouch, 2003, p. 151). Sin embargo, el modelo es funcional para ciudades o regiones; no es sencillo aplicarlo en grandes países o continentes, como tampoco lo es para locaciones tan limitadas como un parque temático o un museo.

Numerosos artículos académicos sobre competitividad turística citan el libro de Ritchie y Crouch (2003), pero raramente se rescatan en profundidad sus planteamientos. Un valor esencial de esa obra es el enorme respaldo teórico que brinda a la gestión de los destinos turísticos, al momento de fundamentar cada uno de los componentes de su modelo. La figura 1 permite visualizar una representación gráfica de su modelo de competitividad turística.

Figura 1. Representación gráfica del modelo de competitividad turística de Ritchie y Crouch



Fuente: Obtenido de Cetina et al. (2020).

En dicha figura pueden percibirse los diversos componentes que lo integran, muchos de los cuales son frecuentemente ignorados, tanto en el campo de la investigación académica como en la gestión de destinos. Por mencionar algunos ejem-

plos, en el modelo, abajo a la derecha, hay un pequeño recuadro titulado “voluntad política” y se refiere a un hecho muy básico: ¿existe la voluntad política de gestionar el destino de manera sostenible y competitiva? Ritchie y Crouch (2003) mencionan que los destinos turísticos exitosos no obtienen sus resultados por casualidad.

En términos de sostenibilidad, en el factor denominado “determinantes de ampliación y calificación”, en la parte superior derecha, hay un pequeño recuadro titulado “capacidad de carga”, el cual nos lleva a preguntarnos, especialmente en México, ¿se ha determinado la capacidad de carga del destino?, es decir, ¿cuántos turistas puede recibir el destino turístico sin comprometer sus recursos naturales y culturales? Este componente resulta relevante si consideramos que en la literatura académica del turismo se publican numerosos artículos sobre sostenibilidad, pero con un enfoque conceptual o filosófico, mientras que el trabajo de Ritchie y Crouch (2003) propone acciones específicas: determinar la capacidad de carga y, enseguida, determinar si se respeta dicha capacidad.

En el renglón sobre gestión de destinos, en el extremo derecho, se encuentra un recuadro titulado “gestión de crisis”. En un país como México, donde tenemos desastres derivados de inseguridad, terremotos, erupciones volcánicas, huracanes, epidemias y crisis económicas, por mencionar algunas modalidades, ¿existe en las oficinas de gestión de destinos turísticos de los diversos niveles, planes de contingencia para reaccionar frente a los distintos tipos de desastres? Y así revisando el texto, podríamos analizar cada uno de sus componentes, el papel que juegan en la gestión de los destinos turísticos y, especialmente, desde el punto de vista académico, su fundamentación teórica.

En los márgenes derecho e izquierdo de la figura, el modelo rescata algunos planteamientos de Porter (1996) sobre las ventajas comparativa y competitiva; la primera se refiere a la dotación de recursos del destino, mientras que la segunda considera la forma como se utilizan dichos recursos disponibles, haciendo énfasis en la efectividad y la eficiencia. Un componente esencial en los planteamientos sobre gestión del destino turístico de Ritchie y Crouch (2003), basado en el trabajo de Porter (1996), es la colaboración entre los diversos agentes interesados en la operación turística del destino, en relación directa con los planteamientos de este autor sobre los conglomerados o clústeres de empresas que se integran para constituir las cadenas de valor necesarias para la producción de bienes y servicios en forma competitiva.

Por supuesto, el trabajo de Ritchie y Crouch (2003) es perfectible y necesita actualizarse; existen algunos temas de gran relevancia en la gestión contemporánea de destinos turísticos que no se incluyen en el texto, como son la adopción de tecnologías de información y comunicación, el turismo incluyente y la gran diversidad de segmentos en que se articula la demanda turística contemporánea, por mencionar sólo algunos.

Índice de desarrollo de viajes y turismo

Este índice, formulado por el Foro Económico Mundial evolucionó a partir del *Informe de competitividad de viajes y turismo*, publicado hasta el año 2020; su propósito es medir el conjunto de factores y políticas que impulsan el desarrollo sostenible, como el título indica, del sector de viajes y turismo de un país. Se compone de cinco subíndices y 17 “pilares” compuestos por 112 indicadores; utiliza como fuentes de información encuestas aplicadas a expertos y estadísticas oficiales publicadas por organismos nacionales. En este índice, México queda ubicado en la posición 40 entre 117 países (World Economic Forum, 2022).

En su versión anterior, el informe presentaba *rankings* relativamente simples, fáciles de comprender, sólo que la metodología para elaborar el informe recibió tantas críticas por parte de investigadores del ramo que se vieron obligados a replantearla. Con todas sus limitaciones, en su nivel de abstracción a nivel nacional, el reporte brindaba un panorama general sobre diversos factores de la competitividad turística.

En la nueva versión, el índice presenta el resultado general para cada país, pero ya no menciona los resultados de los diversos pilares. En este índice, generalmente las economías más avanzadas obtienen los mejores resultados, aunque no se encuentren entre los países que más turistas reciben. El estudio de la competitividad turística a nivel de país es útil para la formulación de políticas nacionales, pero no funciona para el análisis de la competitividad de regiones o destinos específicos al interior de cada nación.

Competitividad en turismo de masas

El trabajo de Claver-Cortés et al. (2007) analiza el desempeño competitivo de Benidorm, destino turístico de masas de segunda generación ubicado en la Costa Blanca de Valencia, España, argumentando que este tipo de lugares no necesariamente caen en el declive propuesto por Butler (2004) para el ciclo de vida de los destinos turísticos.

El estudio se concentra en el análisis de las empresas hoteleras de Benidorm, considerando el papel central que juegan en la operación turística. Los autores utilizan la tasa promedio anual de ocupación de los mencionados hoteles locales como indicador de competitividad, ubicándola en un 82% frente a un 57% general para España, analizando además los rendimientos financieros de las empresas incluidas en la muestra. Para lograr estos resultados, los encargados de la gestión del destino se han apoyado básicamente en dos estrategias: la diversificación de los atractivos turísticos y, por otra parte, el reposicionamiento del destino, evitando atraer segmentos de mercado con baja capacidad de consumo.

Así, la competitividad del destino se vincula con la competitividad del gremio de empresas de hospedaje de tres a cinco estrellas, analizando un conjunto de políticas que han implementado de manera concertada. Entre las variables incluidas en el estudio se encuentran las certificaciones de calidad y gestión ambiental obtenidas por las empresas, las acciones de capacitación del personal, la adopción de tecnologías de información y comunicación, las estrategias de segmentación utilizadas, el grado de intermediación en los procesos de comercialización y la modalidad de gestión del establecimiento, esto es, como parte de una cadena, por franquicia o contrato de arrendamiento. Otro trabajo de estos autores (Molina-Azorin et al., 2010) demuestra que la competitividad de un destino turístico se deriva de la competitividad general de sus empresas; esto es, un destino turístico difícilmente tendrá ese atributo si sus empresas no lo poseen.

Competitividad turística y superación de la pobreza

Robertico Croes, Manuel Rivera y Brent Ritchie estudiaron tanto la competitividad turística como el papel que juega el turismo en la superación de la pobreza (Croes y Rivera, 2010; 2015; Croes, 2011; Zhao y Ritchie, 2007). Sus trabajos demuestran el potencial del turismo para contribuir a aliviar la pobreza de la población y, por otra parte, sostienen que un indicador de competitividad turística es el volumen del gasto del turista; es decir, un destino turístico será más competitivo conforme más ingresos recibe por turismo, en relación tanto con el volumen general del ingreso por esta actividad como al importe del gasto del turista individual.

Así, la gestión del destino turístico debe orientarse no sólo a que lleguen más turistas, sino a que se incremente su gasto individual. Esto puede lograrse por diversos medios: en primer lugar, alargando la estancia del turista: más días en un destino equivalen a un gasto mayor. Para esto, se debe impulsar la diversificación de atracti-

vos y enriquecer la mezcla de actividades; asimismo, se requiere mejorar la calidad y el valor de la oferta turística.

Un estudio sobre la competitividad turística de las pequeñas islas del Caribe muestra cómo los encargados de la gestión de estos destinos evitan caer en la tentación de abaratar su oferta turística, para lo cual deben mejorar la calidad de los servicios, demostrando que los destinos más caros en esta categoría atraen mayor cantidad de visitantes (Croes, 2011). Esto resulta relevante considerando la fragilidad económica de los pequeños países caribeños, que deben gestionar en forma muy meticulosa su oferta turística, apostando a la mejora en la calidad para poder incrementar sus precios.

Panorama del turismo 2020

La edición del año 2020 del informe titulado *Panorama del turismo mundial*, publicado anualmente por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) resulta relevante porque presenta estadísticas del sector a nivel internacional del año 2019, el último de operación “normal” antes de la pandemia de COVID-19. La tabla titulada *Principales destinos* de ese documento brinda información valiosa para el análisis de la competitividad turística de los países.

Tabla 1. Principales destinos del mundo

Rango	País	Millones de visitantes	Rango	País	Ingresos por turismo (miles de millones de USD)
1	Francia 3	89	1	Estados Unidos	214
2	España 2	84	2	España	80
3	Estados Unidos 1	79	3	Francia	64
4	China 10	56	4	Tailandia	61
5	Italia 6	65	5	Reino Unido	53
6	Turquía -	51	6	Italia	50
7	México -	45	7	Japón	46
8	Tailandia 4	40	8	Australia	46
9	Alemania 9	40	9	Alemania	42
10	Reino Unido 5	39	10	Macao (China)	40

Fuente: Organización Mundial del Turismo (2020).

La primera reflexión que sugiere la tabla 1 es la siguiente: ¿qué es más conveniente para un país, recibir más turistas o recibir más ingresos por turismo? Puede decirse

que recibir grandes cantidades de turistas y pocos ingresos por esta actividad refleja un pobre aprovechamiento de los recursos turísticos. Continuamente, las autoridades turísticas mexicanas proclaman que México se encuentra entre los 10 países que más turistas reciben, sin percatarse de que resaltar ese dato ilustra la pobre competitividad de la industria turística nacional.

En la columna de países que más ingresos reciben por turismo se encuentran algunos que no aparecen en la columna de los que más afluencia reciben, como Japón, Australia y Macao; en este mismo sentido, el Reino Unido se encuentra en décimo lugar en recepción de turistas, pero en 5º en percepción de ingresos por turismo; en situación similar se encuentra Tailandia, ubicado en 8º lugar en recepción de turistas y en 4º en ingresos.

Los casos de Tailandia y España destacan por la importancia explícita y la atención que sus gobiernos brindan al impulso del sector turismo, no sólo en el plano de las declaraciones, sino en términos de inversión y apoyos efectivos. Tailandia declara abiertamente que el turismo es la actividad económica nacional más importante, mientras que España asume que su industria turística es su principal generadora de divisas.

En el primer lugar en generación de ingresos por turismo destaca los Estados Unidos de América, con unos impresionantes 214 mil millones de dólares generados por concepto de gasto del turista internacional, cantidad que supera el Producto Interno Bruto de numerosos países del mundo, más que duplicando los ingresos de su más cercano competidor, España. Australia no aparece en la lista de los países que más turistas recibe, pero capta un promedio de 4 mil 829 dólares por visitante, frente a 546 ingresados por México.

En este contexto, es apropiado reflexionar sobre la competitividad-precio de los destinos turísticos, en otras palabras, si resulta conveniente para los países y destinos turísticos competir por precios bajos, como propone otro de los modelos de competitividad turística más referidos en la literatura académica, el de Dwyer y Kim (2003). Mediante este enfoque, México puede ser considerado altamente competitivo; desafortunadamente, nuestro país está posicionado entre sus principales mercados como un destino barato, lo cual, desde otro punto de vista, pudiera relacionarse con una oferta turística de baja calidad o valor reducido, en contraposición a los planteamientos de Ritchie y Crouch (2003) y Croes (2011), que enfatizan la percepción de valor y de calidad de los servicios turísticos en asociación con precios elevados y competitividad. A su vez, los precios del destino se vinculan con los seg-

mentos de mercado que atienden, con ello, resulta difícil imaginar destinos como Mónaco, Aspen o Dubai compitiendo por precios bajos.

Competitividad y sostenibilidad turística ¿paradigmas opuestos?

Uno de los principales indicadores de competitividad turística es la cantidad de visitantes recibidos en un destino. La tabla 2 presenta las ciudades que más visitantes recibieron en el año 2021; puede advertirse que la mayoría de ellas no son propiamente destinos de placer, sino grandes capitales, centros de negocios y de concentración de poder político, lo cual ilustra que las personas no viajan sólo por recreación, sino que frecuentemente lo hacen para realizar gestiones, por motivos de salud, para asistir a eventos y congresos o visitar a familiares y amigos, aunque todos estos motivos suelen mezclarse con actividades de placer.

Casi todas las ciudades enumeradas en la tabla se encuentran más posicionadas en la categoría de las grandes capitales del mundo que entre los destinos de viaje más populares. De tal manera, en estas grandes metrópolis el turismo es uno más entre otros campos de actividad, como la administración pública, la industria, las finanzas y los negocios, en general.

A la lista de las grandes capitales pudiera agregarse otro conjunto de ciudades posicionadas como destinos netamente de placer y recreación, como Cancún, Orlando, Las Vegas, Macao y Bali, por mencionar algunos ejemplos; por la cantidad de visitantes que reciben, todos estos destinos se consideran competitivos.

Tabla 2. Ciudades más visitadas del mundo, 2021

Rango	Ciudad	Visitantes internacionales (millones)
1	Bangkok	22.78
2	París	19.10
3	Londres	19.09
4	Dubai	15.93
5	Singapur	14.67
6	Kuala Lumpur	13.79
7	Nueva York	13.60
8	Estambul	13.40
9	Tokyo	12.93
10	Antalya	12.41

Fuente: Travelness (2022).

En el otro extremo, si consultamos la información sobre destinos turísticos certificados del Consejo Mundial para el Turismo Sostenible (2022), encontramos sitios prácticamente desconocidos, como Nuuk, Groenlandia; Thredbo, Australia; Kaikoura, Nueva Zelanda y Melgaço, Portugal, que difícilmente pueden considerarse competitivos en términos de recepción de visitantes e ingreso por turismo; de hecho, es posible que su industria turística sea poco relevante para la economía local.

Por supuesto, sería formidable que todos los destinos turísticos certificaran su sostenibilidad cumpliendo con los criterios de dicho consejo; sin embargo, la situación que presentan actualmente en nuestro planeta las condiciones demográficas, económicas, de generación de energía y las tecnologías de producción, parece difícil que los modelos de sostenibilidad y competitividad turística logren compaginarse en el mediano plazo. Desafortunadamente, el paradigma de competitividad resulta más apegado a la realidad que el de sostenibilidad.

Los estudios de competitividad turística han proliferado a lo largo del siglo XX; entre los trabajos más recientes sobre el tema pueden mencionarse los de Bazargani y Kiliç (2021), Goffi y Cucculelli (2019), Cibinskiene y Snieskiene (2015), Lopes et al. (2018), Perles-Ribes et al. (2020), Gajić et al. (2018) y Roman et al. (2020), entre otros. La lectura de estos trabajos muestra que en este período han variado los objetos de estudio, los destinos sobre los que recaen las investigaciones y, naturalmente, los métodos y técnicas utilizados. Sin embargo, los fundamentos conceptuales y los modelos teóricos clásicos permanecen. Prácticamente, todos los artículos mencionados en este párrafo citan a Ritchie y Crouch (2003), Dwyer y Kim (2003), Croes (2011) y Porter (1996).

Referencias

- Bazargani, R. y Kiliç, H. (2021). Tourism competitiveness and tourism sector performance: empirical insights from new data. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, pp. 73-82. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.011>
- Butler, R. (2004). The tourism area life cycle in the twenty-first century. En A. Lew, C. Hall y A. Williams (Eds.), *A companion to tourism* (pp. 159-169). Blackwell Publishing.

- Cetina, G., Fonseca, L. y Castro, J. (2020). Competitividad del turismo en la provincia centro de Boyacá: perspectiva desde lo metodológico. En *XIV Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo*. <https://bit.ly/3KoG33r>
- Cibinskiene, A. y Snieskiene, G. (2015). Evaluation of city tourism competitiveness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, pp. 105-110. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.411>
- Claver-Cortés, E., Molina-Azorin, J. F. y Pereira-Moliner, J. (2007). Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(3), pp. 727-745. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.010>
- Consejo Mundial para el Turismo Sostenible (CMTS). (2022). *Certified Sustainable Destinations*. <https://bit.ly/42TQnHL>
- Croes, R. y Rivera, M. (2015). *Poverty alleviation through tourism development: a comprehensive and integrated approach*. CRC Press.
- Croes, R. y Rivera, M. A. (2010). Testing the empirical link between tourism and competitiveness: evidence from Puerto Rico. *Tourism Economics*, 16(1), pp. 217-234. <https://doi.org/10.5367/000000010790872114>
- Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), pp. 431-442. <https://doi.org/10.1177/0047287510368139>
- Dwyer, L. y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), pp. 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Gajić, T., Penić, M., Vujko, A. y Petrović, M. D. (2018). Development perspectives of rural tourism policy. A comparative study of rural tourism competitiveness based on perceptions of tourism workers in Slovenia and Serbia. *Eastern European Countryside*, 24(1), pp. 143-154. <https://doi.org/10.2478/eec-2018-0007>
- Goffi, G. y Cucculelli, M. (2019). Explaining tourism competitiveness in small and medium destinations: the Italian case. *Current Issues in Tourism*, 22(17), pp. 2109-2139. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1421620>
- Lopes, A. P. F., Muñoz, M. M. y Alarcón-Urbistondo, P. (2018). Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach. *Annals of Tourism Research*, 73, pp. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.07.003>

- Molina-Azorin, J. F., Pereira-Moliner, J. y Claver-Cortés, E. (2010). The importance of the firm and destination effects to explain firm performance. *Tourism Management*, 31(1), pp. 22-28. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.009>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). *Panorama del turismo mundial*. <https://bit.ly/3nEV0Fo>
- Porter, M. E. (1996). Competitive advantage, agglomeration economies, and regional policy. *International Regional Science Review*, 19(1-2), pp. 85-90. <https://doi.org/10.1177/016001769601900208>
- Perles-Ribes, J., Ramón-Rodríguez, A., Moreno-Izquierdo, L. y Such-Devesa, M. (2020). Tourism competitiveness and the well-being of residents: a debate on registered and non-registered accommodation establishments. *European Journal of Tourism Research*, 24, pp. 2406-2406. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v24i.408>
- Ritchie, J. B. y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Cabi. <http://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Roman, M., Roman, M., Prus, P. y Szczepanek, M. (2020). Tourism competitiveness of rural areas: evidence from a region in Poland. *Agriculture*, 10(11), 569. <https://doi.org/10.3390/agriculture10110569>
- Travelness. (2022). What are the 20 most visited cities in the world? <https://bit.ly/3m2fQhF>
- WorldEconomicForum.(2022). *Travel&tourismdevelopmentindex2021*. <https://bit.ly/40AKFt0>
- Zhao, W. y Ritchie, J. B. (2007). Tourism and poverty alleviation: an integrative research framework. *Current Issues in Tourism*, 10(2-3), pp. 119-143. <https://doi.org/10.2167/cit296.0>