



Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013)

EL TURISMO COMO SISTEMA SIGNIFICATIVO. IDEAS PARA LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

José Alberto Martínez González

Universidad de La Laguna

jmartine@ull.edu.es

Resumen:

El turismo constituye un sistema significativo. Es un sistema porque integra de manera global y local elementos y procesos diversos que se nutren de inputs para ofrecer outputs turísticos; es significativo porque constituye un sector con un elevado impacto económico y social que está interrelacionado con otros sectores. La relación es tal que el turismo está constituyendo, ahora en tiempo de crisis, un sector acicate para otros. En la actualidad el sistema turístico es reconocido por su complejidad, por su carácter multidisciplinar, por su naturaleza caótica no lineal, así como por su necesaria sostenibilidad y responsabilidad social, aspectos que las empresas turísticas debieran considerar. El presente trabajo sintetiza las claves de la significatividad del turismo y presenta los principales modelos sistémicos que sobre el turismo se han desarrollado.

Palabras clave:

Sistema turístico, Sostenibilidad, Responsabilidad Social

Title: Tourism, a significant system. Ideas for the tourism management

Abstract:

Tourism constitutes a significant system. It is a system because it integrates, in a global and local way, elements and diverse processes that receive inputs to offer outputs tourist; it is significant because it constitutes a sector with a high economic and social impact, and because it is interrelated with other sectors. The relation is so important that tourism constitute, now in time of crisis, a sector that impulse the others. At present the tourist system is recognized by its complexity, by its multidisciplinary character, by its chaotic and not linear nature, and by its

necessary sustainability and social responsibility, aspects that the tourist companies must consider. The present work synthesizes the keys of the tourism significant and show the principal tourist systemic models.

Keywords:

Tourist system, Sustainability, Social Responsibility

1.- El Turismo, un fenómeno significativo

Como afirman Anuar, Ahmad, Jusoh y Hussain (2012), el turismo ha mostrado un rápido crecimiento en las últimas décadas, aportando una gran cantidad de ingresos a la economía de los países y estimulando cambios en el ámbito social, cultural y medio-ambiental. Esto ha sido especialmente cierto a partir de la década de los setenta, cuando surge el turismo de masas, pues anteriormente la experiencia turística sólo era asequible a una élite. Para Neto (2003) el turismo puede ser considerado uno de los fenómenos socio-económicos más relevantes del siglo veinte, y aunque comenzó siendo una actividad desarrollada sólo por un pequeño grupo de personas privilegiadas, gradualmente se ha convertido en un fenómeno de masas, a partir de la segunda Guerra Mundial y, muy especialmente, desde los años setenta. En la actualidad el turismo constituye el mayor contribuyente al proceso de creación de nuevos empleos, así como al fenómeno de la diversificación de numerosas economías locales (Yu, Chancellor y Cole, 2011; Kandampully, 2000). Por consiguiente, el turismo constituye un fenómeno *significativo* a nivel económico y socio-cultural que ha llevado consigo nuevas formas de organizar y gestionar las entidades turísticas, además de los destinos en un marco de responsabilidad social y sostenibilidad (Ekinci y Hosany, 2006; Hsu, Tsai y Wu, 2009; Morgan, Pritchard y Pride, 2003; Ritchie y Crouch, 1999, 2003).

Page, Song y Wu (2012) sugieren que aunque el turismo pudo inicialmente llegar a resentirse, por las crisis, después ha mantenido su estabilidad y crecimiento, constituyendo un sector acicate que, debido a su carácter intersectorial y global, se posiciona como un colchón que hace más difícil la caída de la economía. Aún en una época de crisis, la importancia del turismo medida en términos de llegadas a nivel global queda reflejada en las estadísticas elaboradas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otras instituciones. De este modo, en los primeros seis meses de 2012 se produjeron, a nivel mundial, veintidós millones más de llegadas que en el mismo periodo del año inmediatamente anterior, lo que equivale a un incremento del cinco por ciento. De 445 millones de llegadas se pasó a 467 millones (OMT, 2013). De un total de 142 países que aportaron información acerca de las llegadas, 119 (84%) países afirmaron haber registrado un incremento de las llegadas, y sólo 23 países (16%) reconocen haber visto disminuir las llegadas de turistas. Excepto en el año 2009, el número total de llegadas ha aumentado en torno a un 5% anual (OMT, 2012).

Todos estos datos relativos al turismo comentados anteriormente sugieren la relevancia que actualmente posee el fenómeno turístico, e invitan a reflexionar acerca de la actualización de su conceptualización y su significado, en interés de las empresas y de los stakeholders. Como manifiesta McKercher (1993, 1999) se han aportado multitud de definiciones breves del turismo que enfatizan algún aspecto considerado relevante, y que son de gran utilidad para una aproximación rápida al fenómeno turístico. El interesante trabajo de Muñoz de Escalona (1992) recoge multitud de acepciones sintéticas del turismo. Sin embargo, hemos de reconocer que las definiciones breves

del turismo no pueden reflejar la importancia, la naturaleza ni la dimensión del fenómeno turístico, por más que esa constituya una manera rápida de aproximarse al turismo o de destacar determinados aspectos y puntos de vista sobre el mismo. Es decir, las acepciones breves del turismo no pueden incluir determinadas variables, procesos y relaciones asociadas al mismo. Quizás la gran cantidad de definiciones elaboradas y los consiguientes esfuerzos de reconceptualización realizados por académicos y profesionales no sean sino un reflejo de la propia complejidad del turismo y la frustración de los profesionales y los académicos por concebirlo, comprenderlo y gestionarlo.

2.- El turismo como sistema

Afirma McKerher (1999) que, además de las definiciones sintéticas, se ha desarrollado un número considerable de teorías y modelos que han intentado explicar, tomando como base diferentes disciplinas y metodologías, el funcionamiento del turismo, teniendo siempre presente que los modelos son simplificados puntos de vista de la realidad que se intenta explicar. Algunos modelos se han centrado en aspectos sociológicos, jurídicos, psicológicos y, sobre todo, económicos (Wei, Álvarez y Martín, 20013). Algunas teorías y modelos sobre el turismo son de naturaleza "micro", mientras que otros son esencialmente "macro-modelos". Y algunos modelos y aportaciones teóricas sobre el fenómeno turístico son esencialmente teóricos mientras que, por el contrario, otros han sido ideados mediante sistemas de ecuaciones estructurales, o a través de la regresión lineal.

La mayor parte de dichos modelos reconocen la naturaleza compleja del turismo y también ciertas inter-relaciones entre los diferentes componentes del fenómeno turístico. También cierto grado de formalidad, control y coordinación. Pero, siguiendo a Farrell y Twining-Ward (2004), la mayor parte de dichos modelos son de tipo lineal, determinista, predecible, del tipo causa-efecto, cuando el turismo constituye un área de estudio que es no-lineal, integrada, impredecible, cualitativa y generadora de outputs que poseen escalas mucho mayores que la relativa a los inputs que los produjeron. Mitchell, Charters y Albrecht (2012) y Wei, Álvarez y Martín (2013) afirman que, aunque sea cierto que en algunos aspectos y en determinados niveles del turismo la causalidad puede ser palpable, en general el fenómeno turístico no se caracteriza por ello. Estas son cuestiones que los directivos de las empresas turísticas tendrían que tener presente.

En cualquier caso, entre los modelos más destacados y que mejor reflejan el fenómeno turístico se encuentran los que se han formulado desde una perspectiva sistémica, como es el caso de los modelos de Leiper y Gunn (García, Gaines y Linaza, 2012). Desde esta perspectiva sistémica el turismo puede ser efectivamente concebido como un sistema, que debe ser definido, analizado, planificado y organizado de manera integrada con el entorno, teniendo en cuenta a los stakeholders y siempre en un contexto de responsabilidad y sostenibilidad. Podemos afirmar que concebir al turismo desde un enfoque sistémico conlleva tener en cuenta las propuestas de Bertalanffy (1968, 1972), Chadwick (1978) e Inskip (1991), además de las aportaciones realizadas por los investigadores que han definido, a ultranza, que el turismo constituye un sistema en el que se deben realizar continuas actualizaciones (Amara y Ottino, 2004; Farrell y Twining-Ward, 2005; Faulkner y Russel, 1997, 2001; Rajabzadeh, Naderpour y Shabestari, 2011).

El pensamiento sistémico ha revolucionado muchas disciplinas en las ciencias físicas, sociales y económicas en las últimas décadas, pudiendo afirmarse que en la actualidad el conocimiento de los sistemas complejos permite avanzar en un mundo de cambios y sostenibilidad (Hall, Williams y Lew, 2004). No obstante, aunque existe una inexplicable resistencia a abandonar planteamientos lineales, desde hace años se va aceptando que todos los sistemas sociales y naturales son interdependientes, no-lineales, complejos y adaptativos (Hansell, Craine y Byers, 1997; Pavard y Dugdale, 2000). Son complejos porque, en comparación con los sistemas simples, cada elemento

del sistema posee su propia identidad, emergiendo de la interacción de importantes conexiones, variables y procesos. Son adaptativos porque, junto a sus partes componentes, tienen la capacidad de aprender y trabajar ajustándose. Los sistemas complejos poseen componentes conducidos por flujos de energía, materiales e información que cooperan y compiten, cuyo resultado es un conjunto de múltiples cambios de impredecible naturaleza conocida como auto-organización. Se produce también un feedback positivo y negativo (Farrell y Twining-Ward, 2004). Ya en la última década ha cobrado importancia un enfoque sistémico del turismo basado en clústers (Michael, 2003).

Como manifiesta Yusof, Shah y Geok (2012), una de las primeras aproximaciones sistémicas al fenómeno turístico fue la realizada por Leiper (1990), quien abordara con anterioridad las definiciones del turismo. Para Leiper el turismo constituye un set de ideas, teorías e ideologías que posee el turista, que es una persona que adopta una conducta acorde con su rol como turista (pues el individuo no es intrínsecamente un turista), que es ejercido cuando sus ideas son puestas en práctica en relación a decisiones relativas al destino de vacaciones, la manera de interactuar con otros turistas, el tipo de experiencias en que desea verse envuelto o cómo relacionarse con los residentes.

Tal y como se recoge en el gráfico 1 los elementos incluidos en el sistema turístico propuesto por Leiper (1990), que incluye multitud de sub-sistemas, son los siguientes: (i) elementos humanos, especialmente los relacionados con la psicología del turista; (ii) elementos geográficos, como es el caso de las regiones de origen y destino; (iii) rutas de tránsito y destino de los turistas, esenciales para que el fenómeno turístico tenga lugar; y (iv) elementos relacionados con el entorno, como pueden ser el humano, el socio-cultural, el económico, el tecnológico, el físico, el político, el legal, etc.

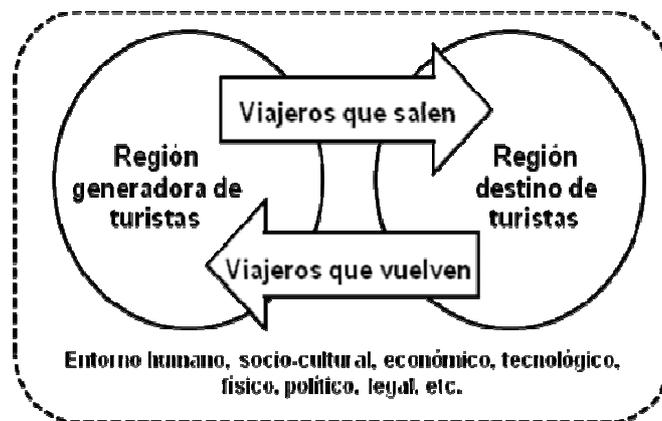


Gráfico 1: Modelo sistémico de Leiper (Fuente: Leiper, 1990)

Leiper (1990) considera que es el turista el catalizador que, al prepararse para el viaje, crea un sistema turístico embrionario. Cuando el turista viaja el sistema turístico adquiere forma por la consecuente interacción de elementos, no por los atributos inherentes a las personas, a los lugares o a las organizaciones empresariales. Sólo cuando el turista visita un destino el rol turístico del lugar adquiere forma, como le sucede al resto de elementos del sistema. La sostenibilidad del sistema estará en función de que dichos procesos se mantengan en el tiempo.

Para Leiper (1990) el turista constituye un stakeholder crítico en el inicio del sistema y en el funcionamiento del mismo, tanto en las regiones de origen como en las regiones de destino. El

resto de elementos y sus atributos adquieren una importancia secundaria, al menos en las propuestas iniciales del autor. En su modelo el residente en el destino turístico no juega un papel central en la planificación y gestión del turismo, ni los agentes vinculados a la gestión de las empresas turísticas (desde el directivo hasta el recepcionista), ni las instituciones asociadas al turismo (agencias, entidades de deportes, etc.) ni los gobernantes. Hoy en día no sólo se reconoce dicha importancia sino que se exige una gestión responsable, sostenible y cooperativa (Baggio, 2011; Maroto, 2009; OMT, 2003).

Para Leiper (1990) el marketing constituye, junto a los transportes, el alojamiento o las atracciones, un elemento esencial del subsistema turístico vinculado a la industria. No podemos olvidar en este sentido que el desarrollo del turismo y el del marketing han sido paralelos, tanto en el caso del turismo de masas como en las propuestas turísticas actuales asociadas a los medios virtuales, la segmentación y la diferenciación. En la actualidad no es posible la existencia de alguna clase de turismo sin su correspondiente correlato de alguna clase de marketing, sobre todo en un escenario global y centrado en la comunicación y la cooperación entre los stakeholders principales, así como en el marco de la orientación al mercado vinculada a la identificación y la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés: residentes, turistas, etc. (Cox y Wray, 2011). Digamos que sin marketing no es posible la existencia de un sistema turístico dinámico y ajustado que sea sostenible (Jetter y Chen, 2012; Polo, Frías y Rodríguez, 2012).

Por su parte, tal y como se recoge en el gráfico 2, la macro-perspectiva del modelo sistémico turístico de Mill y Morrison (1985,1998, 1992, 2007) incluye cuatro dimensiones básicas. Por una parte se encuentran los elementos del lado de la demanda, que se relacionan con el comportamiento del turista. En segundo lugar el modelo incluye el marketing, desarrollado por las organizaciones para promocionar y distribuir productos y servicios turísticos. El destino es otro de los elementos del modelo. Por último, el modelo incluye los viajes y los flujos, incluidos los de transporte. En el modelo económico del sistema turístico de Mill y Morrison la demanda se refiere al mercado, el marketing hace referencia a las propuestas y promociones de las empresas turísticas. El modelo hace referencia, aunque sea de manera implícita e indirecta, a la sostenibilidad económica del sistema y da relevancia a los destinos turísticos.

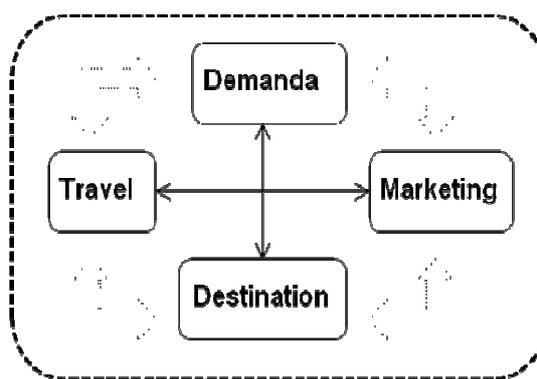


Gráfico 2: Modelo económico de sistema turístico (Fuente: Mill y Morrison, 1998)

Mientras que para Leiper (1990) y para otros investigadores como Boniface y Cooper (1987) el sistema turístico constituye básicamente una integración entre regiones generadoras de turistas y regiones destinatarias de turistas, conectadas por rutas de tránsito, para Gunn (1976, 1987, 1994) el turismo es algo más amplio que la industria turística. El turismo, afirma el autor en el marco de un enfoque económico de oferta y demanda, es un sistema que incluye un

mayor número de elementos integrados y relacionados de manera interdependiente e íntima. Dicho sistema se caracteriza por la interdependencia de sus componentes, por su permanente dinamismo, por su dificultad para ser gestionado (en gran medida por la existencia de multitud de stakeholders) y por el hecho de que cada componente y cada actor dependen de los procesos asociados al mercado.

En el modelo de sistema turístico propuesto por Gunn existen varios componentes principales del sistema turístico que deben funcionar de un modo dinámico, si es que se desea que los numerosos destinos turísticos tengan éxito: centrarse exclusivamente en las empresas de alojamiento o en las agencias intermediarias puede nublar la visión del turismo como un sistema. La mayor parte de los elementos del sistema turístico propuesto por Gunn se pueden resumir en cinco, que son bien conocidos (Gunn, 1976): (i) componente de la información/promoción, tales como guías, programas, mapas, artículos científicos, etc.; (ii) productos, servicios e instalaciones turísticas, con alto impacto económico; (iii) transportes; (iv) componente “pull” del turismo, que incluye atracciones que hacen a los destinos y las experiencias turísticas especiales (parques, infraestructuras deportivas, lugares históricos, etc.); y (v) elemento “push”, gente diferente que decide por diferentes motivos viajar, motivos que deben conocerse. Externamente el sistema turístico está relacionado con factores tales como los recursos naturales/clima, el mercado financiero, el mercado de trabajo, los recursos culturales (arqueología, historia, deportes, educación, entretenimiento), las empresas y sus dirigentes, las políticas gubernamentales y la comunidad (enrollarse con cada uno y cómo son demandados por los turistas, aspectos más y menos para residentes...).

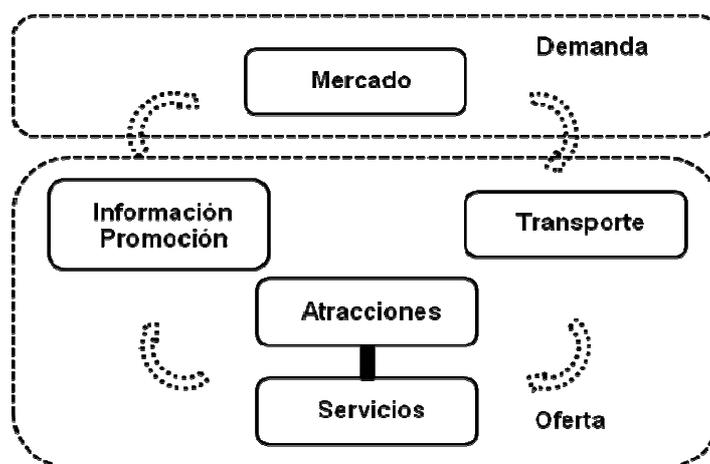


Gráfico 3: Modelo funcional de sistema turístico (Fuente: Gunn, 1987)

Según afirma Gunn (1976, 1987, 1994), y tal y como propusieran de manera similar Murphy (1985) y Mill y Morrison (1985), por el lado de la oferta se encuentran en el sistema turístico todos los planes y actuaciones asociadas al destino turístico que son implementadas para recibir viajeros. Se incluyen las atracciones turísticas, la información, los transportes, los servicios en el propio destino y la promoción comercial turística. El lado de la oferta está influenciado generalmente por muchos factores externos, como las políticas gubernamentales, la competencia, la participación de la comunidad, el espíritu emprendedor, el mundo del trabajo, las finanzas, el liderazgo empresarial, los recursos culturales y naturales, entre muchos otros. Pero, indudablemente, concebir el turismo así implica centrarse sólo en el turismo como una industria y sólo en el sector empresarial.

El propio Gunn forma parte del grupo de investigadores que ha re-conceptualizado el enfoque sistémico del turismo. Él mismo ha reconocido que uno de los mayores cambios que se han producido en el turismo en las últimas décadas ha sido el fenomenal incremento en investigación y en la actividad académica, especialmente en lo que respecta a la satisfacción de los visitantes, la integración de los turistas con los residentes y la protección del entorno (Gunn, 2004). Sin embargo, debido a la compleja naturaleza del fenómeno turístico, así como por su rápido crecimiento, ha sido difícil aplicar los más rudimentarios hallazgos y recomendaciones. En cierto modo, señala Gunn, se puede afirmar que el reto para los investigadores y los profesionales de las empresas sigue vigente.

En la actualidad las propuestas sistémicas del turismo destacan, entre otras cuestiones, la importancia de la planificación para mejorar la eficiencia, así como la responsabilidad social y la sostenibilidad (Devine y Devine, 2011; Gössling y Scott, 2012; Johnson y Sieber, 2011; Padin, 2012). Es importante tener presente que, como mencionamos anteriormente, el sistema turístico se caracteriza por no ser estrictamente lineal, newtoniano y predecible, algo que precisamente hace difícil la planificación (Farrell y Twining-Ward, 2004; Mckercher, 1999). Por su parte, el modelo del caos aplicado al turismo sugiere que dicho sistema funciona como cualquier sistema vivo, es decir, con una natural organización propia (Zahra y Ryan, 2007). El carácter impredecible del turismo, su incontrolable naturaleza, así como el fallo de muchos de los procesos de planificación sugieren la existencia de una naturaleza caótica en el sistema que debe integrarse con una perspectiva sostenible del mismo (McKercher, 2004; Ritchie, 2004). Pero la inestabilidad, la complejidad y el cambio son características inherentes y beneficiosas del sistema turístico, tal y como lo demuestran los ciclos de estabilidad e inestabilidad que se han desarrollado en el turismo, en gran medida de una manera similar a la propuesta por el modelo del ciclo de vida.

El modelo del caos del sistema turístico, que puede ser representado a nivel internacional, nacional o local, intenta explicar el turismo en términos de la compleja interrelación existente en el interior del sistema, y en relación a seis elementos:

El viajero: elemento esencial del sistema sin el cual el turismo no existiría. Debe constituir el elemento central de cualquier modelo.

El vector de comunicación: usado para conectar al viajero con los destinos, con propuestas y promociones

El destino: atracciones, actividades, hospedaje, accesos y amenidades

La comunidad interior o residente del destino, que también tiene su ciclo de vida y que influye y se ve influenciada e impactada por el turismo

Factores externos de influencia

Outputs deseados y no deseados del turismo

Existen otras aportaciones interesantes respecto al turismo como sistema. Para Farrell y Twining-Ward (2004) los investigadores y los profesionales del turismo necesitan aventurarse fuera del sistema principal para explorar otras conexiones e interacciones que se extienden más lejos y que significativamente afectan la forma de vida, el bienestar económico y el entorno, directa o indirectamente. También se pone cada vez más de manifiesto la existencia de múltiples niveles sistémicos: en la concepción sistémica del turismo de Farrell y Twining-Ward desde el sistema turístico principal se asciende hasta el sistema turístico regional, y a su vez éste conecta con el sistema global terrestre. El sistema principal constituye una sección interior del sistema turístico, una parte del ecosistema regional. El sistema turístico comprensivo incluye componentes significativos sociales, económicos, geológicos y ecológicos

que complementan su totalidad y son esenciales para su sostenibilidad. Los subsistemas son semiautónomos, facilitando conexiones y transfiriendo a otros niveles. Como siempre, pequeños cambios en algunos de los niveles del sistema puede ocasionalmente tener impredecibles - y algunas veces profundos - efectos en otras partes del sistema, produciendo una cascada de efectos en otros niveles. La estabilidad y el equilibrio se suceden con periodos de inestabilidad, periodos que pueden durar minutos, semanas, años o siglos (i. e. cambio climático). El sistema turístico está formado por gente, compañías aéreas, hoteles, restaurantes, ríos u hospitales que interactúan creando sistemas con propiedades de autorregulación por parte de dichos componentes.

Entre las propuestas de los sistemas complejos, como la de Baggio (2011), destaca la de los sistemas complejos adaptativos, caracterizados por una organización integrada de un conjunto de elementos que influyen y se ven influenciados por variables del entorno, una interacción que es dinámica y natural (Gössling y Scott, 2012). Los atributos del sistema complejo adaptativo son los siguientes: (i) las propiedades, funciones y recursos del sistema hacen referencia física o virtual a lugares; (ii) no determinismo; (iii) se producen ciclos de feedback con la capacidad de influir en el conjunto del sistema; (iv) organización propia y robustez ante el shock interno o externo; (v) los diferentes subsistemas o escalas poseen similares características; (vi) el funcionamiento de partes separadas del sistema puede no ayudar a explicar el comportamiento del sistema en su conjunto.

3.- Conclusiones

En la actualidad se acepta que el turismo constituye un sistema complejo y de carácter interdisciplinar, además de ser no lineal y escasamente predecible. También es global y local. La complejidad del sistema turístico hace referencia al hecho de que multitud de agentes de diferente naturaleza y nivel se vean involucrados en diferentes procesos turísticos, tanto es así que ni siquiera en la legislación es fácil determinar cuáles son entidades y agentes estrictamente turísticos y cuáles no. Pensemos en un producto turístico que incluye el viaje y la estancia por diversos países con diferente cultura, el alojamiento en diversos establecimientos, la participación en actividades de diferente naturaleza. El turista convivirá con diferentes comunidades residentes que hablan distintas lenguas y poseen diferentes costumbres, se verá afectado por distintos sistemas económicos, políticos y legales. No cabe duda que algunos procesos se pueden planificar, pero no todo es predecible ni es abordable por un mismo agente.

Por otra parte, la importancia del turismo es tal que constituye el sector principal de muchos países. En tiempos de crisis el turismo ha demostrado no sólo ser uno de los sectores que mejor la resisten, sino que constituye un sector acicate para el sostenimiento de otros sectores. Estos hechos y los mencionados en el párrafo anterior hacen que el turismo sea analizado y gestionado actualmente en un marco de sostenibilidad y de responsabilidad social, algo que se ha mostrado en el presente trabajo. Los directivos de las empresas turísticas debieran tener en cuenta las características y los retos del sistema turístico para desarrollar procesos directivos sostenibles y responsables, además de eficientes.

Bibliografía

Amaral, L. A. N. y Ottino, J. M. (2004). Complex networks - Augmenting the framework for the study of complex systems. *The european physical journal*, 38, 147-162.

Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H. y Hussain, M. Y. (2012). The roles of tourism system towards development of tourist friendly destination concept. *Asian social science*, 8(6), 146-155.

Baggio, R. (2011). Collaboration and cooperation in a tourism destination: A network science approach. *Current issues in tourism*, 14(2), 183-189.

Bertalanffy, L. V. (1968). General system theory: A critical review. *General systems*, 7(1), 1-20.

Boniface, B. G. y Cooper, Ch. (1987). *The geography of travel and tourism*. Oxford: Heinemann Professional.

Chadwick, G. (1978). *A system view of planning towards a theory of the urban and regional planning process*. Oxford: Pegamon.

Cox, C. y Wray, M. (2011). Best practice marketing for regional tourism destinations. *Journal of travel and tourism marketing*, 28(5), 524-540

Devine, A. y Devine, F. (2011). Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries. *Tourism management*, 32(6), 1253-1261

Ekinci, Y. y Hosany, S. (2006). Destination personality: An application of brand personality to tourism destination. *Journal of travel research*, 45, 127-139.

Farrell, B. H. y Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 274-295.

Farrell, B. H. y Twining-Ward, L. (2005). Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of sustainable tourism*, 13(2), 109-122.

Faulkner, B. y Russell, R. (1997). Chaos and complexity in tourism: in search of a new perspective. *Pacific tourism review*, 1(2), 93-102.

Faulkner, B. y Russell, R. (2001). Turbulence, chaos and complexity in tourism systems: a research direction for the new millennium. In B. Faulkner, G. Moscardo & E. Laws (Eds.): *Tourism in the 21st century: lessons from experience* (pp. 328-349). London: Continuum.

García, A., Gaines, S. y Linaza, M. T. (2012). A Lexicon based sentiment analysis retrieval system for tourism domain. *e-review of tourism research*, 10(2), 35-38.

Gössling, S. y Scott, D. (2012). Scenario planning for sustainable tourism: An introduction. *Journal of sustainable tourism*, 20(6), 773-778

Gunn, C. A. (1976). *Industry fragmentation vs. tourism planning*. Ponencia presentada en la conferencia anual de la Asociación para la investigación del viaje, Florida.

Gunn, C. A. (1987). *El sistema turístico y oportunidades*. Ponencia presentada en el Workshop de Texas: Turismo: el futuro de una región.

Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basic concepts cases*. London: Taylor and Francis.

Gunn, C. A. (2004). Prospects for tourism planning: issues and concerns. *The journal of tourism studies*, 15(1), 3-7.

- Hall, C. M., Williams, A. M. y Lew, A. A. (2004). Tourism: Conceptualizations, institutions, and Issues. In A. A. Lew, C. M. Hall y A. M. Williams: *A companion to tourism* (pp. 3-21). Oxford: Blackwell.
- Hansell, R. I. C., Craine, I. T. y Byers, R. E. (1997). Predicting change in non linear systems. *Environmental monitoring and assessment*, 46, 175-190.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F. y Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: a case study of Taiwan. *Tourism management*, 30, 288-297.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning. An integrated and sustainable development approach*. New York: Von nostrand reinhold.
- Jetter, L. y Chen, R. J. C. (2012). An Exploratory investigation of knowledge sharing and cooperative marketing in the tourism alliances. *International journal of hospitality and tourism administration*, 13(2), 131-144.
- Johnson, P. A. y Sieber, R. E. (2011). An agent-based approach to providing tourism planning support. *Planning and design*, 38(3), 486-504.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism. *Annals of tourism research*, 6(1), 390-407.
- Leiper, N. (1990). *Tourism system. An interdisciplinary perspective*. Occasional paper, 2. Massey: Massey University.
- Maroto, J. c. (2009). Tourism and cooperation to the development in the Mediterranean. *Cuadernos geográficos*, 44, 265-270.
- McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of sustainable tourism* 1, 6–15.
- McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism management*, 20(4), 425-434.
- McKercher, B. (2004). A comparative study of International cultural tourists. *Journal of hospitality and tourism management* 11(2): 95 – 107.
- Michael, E. J. (2003). Tourism micro-clusters. *Tourism economics*, 9(2), 133-145.
- Mill, R. C. y Morrison, A. (1985). *The tourism system*. Englewood Cliffs, NY: Prentice-Hall.
- Mill, R. C. y Morrison, A. (1992). *El sistema turístico. Un texto introductorio*. Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall.
- Mill, R. C. y Morrison, A. (1998). *The tourism system: an introductory text*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt.
- Mill, R. C. y Morrison, A. (2007). *The tourist system*. Dubuque: Kendall Hunt Publishing.
- Mitchell, R., Charters, S. y Albrecht, J. N. (2012). Cultural systems and the wine tourism product. *Annals of tourism research*, 39(1), 311-325.
- Morgan, N. J., Pritchard, A. y Pride, R. (2003). *Destination branding*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Muñoz de Escalona, F. (1992). *Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. *Natural resources forum*, 27, 212-222.

- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1993). *Sustainable tourism development. Guide for local planners*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003). *Co-operation and partnerships in tourism: a global perspective*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2006). *Structures and budgets of national tourism organizations 2004-2005*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2007). *Davos Declaration. Climate change and tourism. Responding to global challenges*. Davos: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012). *UNWTO World Tourism Barometer*, 10, 1-7.
- Page, S., Song, H. y Wu, D. C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of travel research*, 51(2), 142-153.
- Pavard, B. y Dugdale, J. (2000). *The contribution of complexity theory to the study of socio-technical cooperative systems*. Third International Conference on Complex Systems. Nashua.
- Polo, A. I., Frías, D. M. y Rodríguez, M. A. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business outcomes. *Entrepreneurship and regional development*, 24(7-8), 503-521.
- Rajabzadeh, A., Naderpour, M. y Shabestari, M.N. (2011). Tourism industry: A tourism development system approach. *Australian journal of basic and applied sciences*, 5(11), 1409-1415.
- Ritchie, B.W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism management*, 25(6), 669-683.
- Ritchie, J. R. B. y Crouch G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: CAB International.
- Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (1999). Tourism, competitiveness and social prosperity. *Journal of business research*, 44, 137-152.
- Bertalanffy, L. V. (1972). General system theory. A critical review. En John Beishon y Geoff Peters (Eds.): *System behavior*, pp. 29-49.
- Wei, W., Alvarez, I. y Martin, S. (2013). Sustainability analysis: Viability concepts to consider transient and asymptotical dynamics in socio-ecological tourism-based systems. *Ecological modeling*, 251, 103-113.
- Yu, Ch. P., Chancellor, H. Ch. y Cole, Sh. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, 50(1), 57-63.
- Yusof, A., Shah, P.M. y Geok, S.K. (2012). Application of Leiper's tourist attraction system to small-scale Sport event tourism in Malaysia. *World applied sciences journal*, 18(7), 896-900.
- Zahra, A. y Ryan, C. (2007). From chaos to cohesion-Complexity in tourism structures: An analysis of New Zealand's regional tourism organizations. *Tourism management*, 28(3), 854-862.