



ISSN 1988-5261

Vol 8, Nº 19 (diciembre / dezembro 2015)

## LA TEORÍA DEL INTERCAMBIO SOCIAL COMO MECANISMO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO. UN REVISIÓN DE LA LITERATURA

**Francisco Orgaz-Agüera**

Universidad Tecnológica de Santiago, UTESA

[franorgaz@utesa.edu](mailto:franorgaz@utesa.edu)

**Salvador Moral Cuadra**

Universidad de Córdoba

[smoralcuadra@gmail.com](mailto:smoralcuadra@gmail.com)

### Resumen

Existen oportunidades para nuevos tipos de turismo como un nuevo producto con las peculiaridades inherentes a su comercialización. Estas oportunidades están adquiriendo en los últimos tiempos un papel de dinamizador socioeconómico y favorecedor del desarrollo local, a través de su explotación como una nueva forma de turismo. Así, los espacios de mayor interés natural junto con los lugares de especial valor cultural forman una densa red patrimonial que debe promocionarse para la modernización a nivel económico, social y cultural de una determinada área geográfica. En este sentido, el objetivo de este ensayo de investigación es realizar una revisión de la literatura sobre la importancia de la Teoría del Intercambio Social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario, de forma adecuada, en países en vías de desarrollo. Para conseguir este objetivo se ha utilizado una metodología basada en la búsqueda de información en fuentes secundarias, en concreto, artículos científicos publicados en revistas de reconocido prestigio. De esta forma, se ha puesto de manifiesto tras la revisión de la literatura que la investigación de la oferta y la demanda es vital para desarrollar estrategias que ayuden a fomentar y desarrollar una actividad turística adecuada en un destino, puesto que existen un intercambio entre los componentes humanos de la oferta y la demanda (los turistas). Así, las estrategias deben girar en torno al desarrollo de la comunidad local a través de la actividad turística, aunque, para ello, es importante investigar para conocer la percepción que tienen los residentes hacia el turismo.

**Palabras clave:** Turismo comunitario, Teoría del Intercambio Social, Turismo, Demanda, Oferta.

### Abstract

There are opportunities for new types of tourism as a new product with the peculiarities inherent in its commercialization. These opportunities are gaining in recent times the role of socioeconomic and favoring local development dynamic, through its exploitation as a new form of tourism. Thus, the areas of greatest natural interest together with sites of special cultural heritage value form a dense network modernization should be promoted for economic, social and cultural level of a given geographical area. In this sense, the objective of this research paper is to review the literature on the importance of social exchange theory as a mechanism for the development of community tourism, as appropriate, in developing countries. To achieve this objective we have used a methodology based on the search for information on secondary sources, namely scientific articles published in prestigious journals. Thus, it has become apparent upon review of the literature investigating the supply and demand is vital to develop strategies to promote and develop adequate tourism in a destination, because there is an

exchange between the human components of supply and demand (tourists). Thus, strategies must revolve around the development of local communities through tourism, though, for it is important to investigate to know the perception of residents towards tourism.

**Keywords:** Community tourism, social exchange theory, Tourism, Demand, Supply.

## 1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico requiere un tratamiento específico por la variedad en las interrelaciones que se producen entre todo lo que conforma la oferta y sus destinatarios, los turistas. Estos no interactúan sólo con las organizaciones directamente prestatarias del servicio, también con su entorno y el contexto en el que se desarrolle el servicio. Por tanto, su grado de satisfacción dependerá también de las características físicas, humanas y organizativas o funcionales de dicho servicio (Castellanos y Orgaz, 2013).

Así, podemos afirmar que se vive una continua transformación del turismo, tanto por cambios en el perfil del turista, por efecto del incremento de los niveles culturales, educativos y las mejores condiciones de vida; como por cambios en las formas de concebir el tiempo libre, de revalorizar otros lugares, menos masificados y especiales, y del agotamiento de destinos y productos tradicionales. Es decir, nos encontramos un sector que está cambiando constantemente y necesita ofrecer respuesta a los viajeros, que cada vez son más exigentes y buscan nuevas formas de turismo (Rodríguez *et al.*, 2010).

Los crecientes niveles de competencia en el sector, en particular desde el punto de vista de los destinos turísticos, hacen imprescindible profundizar en el conocimiento de los mercados e introducir mayor grado de profesionalización en la comercialización de los servicios turísticos, orientando la investigación hacia las necesidades de la sociedad y la economía.

De esta manera surgen las oportunidades para el turismo rural, cultural y de naturaleza como un nuevo producto con las peculiaridades inherentes a su comercialización. Estas oportunidades están adquiriendo en los últimos tiempos un papel de dinamizador socioeconómico y favorecedor del desarrollo local, a través de su explotación como una nueva forma de turismo. En definitiva, los espacios de mayor interés natural junto con los lugares de especial valor cultural forman una densa red patrimonial que debe promocionarse para la modernización a nivel económico, social y cultural de una determinada área geográfica (Orgaz, 2014a).

En este sentido, el objetivo de este ensayo de investigación es realizar una revisión de la literatura sobre la importancia de la Teoría del Intercambio Social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario, de forma adecuada, en países en vías de desarrollo. Para conseguir este objetivo se ha utilizado una metodología basada en la búsqueda de información en fuentes secundarias, en concreto, artículos científicos publicados en revistas de reconocido prestigio.

De esta forma, este artículo está estructurado, tras esta breve introducción, en una segunda parte, donde se expone una revisión de la literatura sobre la Teoría del Intercambio Social; posteriormente, en un tercer apartado, se versará sobre la cooperación al desarrollo a través del turismo comunitario; en un cuarto apartado, se exponen las conclusiones de este ensayo; finalmente, se muestran por apellidos, en orden alfabético, las referencias bibliográficas utilizadas para elaborar esta investigación teórica.

## 2. LA TEORIA DEL INTERCAMBIO SOCIAL

La Teoría del Intercambio Social es una teoría económica que se empleó en el campo de la psicología (Thibaut y Kelley, 1959) para el estudio de la psicología social de grupos. Para Thibaut y Kelley (1959), la Teoría del Intercambio Social es “una teoría sociológica general preocupada por la comprensión de intercambio de recursos entre individuos y grupos en una

situación de interacción". Por tanto, esta teoría se basa en la premisa de que el comportamiento o la interacción social es un intercambio de actividad, tangible o intangible, particularmente de recompensas y costes (Homans, 1961), de forma que analiza cómo la estructura de recompensas y costes en una relación afecta a los patrones de interacción.

Referente al turismo, la Teoría del Intercambio Social implica que el apoyo de los residentes depende de sus evaluaciones de los beneficios y costes generados por la industria turística (Andereck *et al.*, 2005). Por tanto, esta teoría ha proporcionado la base conceptual para el examen de las interrelaciones entre las percepciones de los costes y beneficios, los impactos positivos y negativos y el apoyo al turismo (Ward y Berno, 2011). En este sentido, la Teoría del Intercambio Social especifica el intercambio de recursos tangibles o intangibles que los residentes y los turistas pueden dar y recibir en el contexto turístico.

El punto de partida para el intercambio social viene de la necesidad de ser recíprocos en relación a los beneficios obtenidos, con el objeto de continuar recibéndolos (Moore y Cunningham, 1999). De esta forma, los residentes que encuentran el intercambio beneficioso para su bienestar mostrarán interés en apoyar el turismo y tendrán reacciones positivas en relación a los turistas. Por el contrario, los residentes que ven el intercambio como problemático se opondrán al desarrollo del turismo.

Desde el punto de vista individual, los residentes estarán dispuestos a entrar en un intercambio con la industria si creen que las ganancias son superiores a los costes (Nunkoo y Ramkisoorn, 2011). Esta teoría explica los numerosos resultados empíricos que ponen de manifiesto que aquellos individuos empleados en el sector turístico, que reciben, por tanto, de forma más directa los beneficios del mismo, tienen actitudes más positivas hacia los turistas y el desarrollo turístico (Haley *et al.*, 2005).

En este aspecto, se han desarrollado empíricamente diferentes modelos basados en la Teoría del Intercambio Social para analizar los determinantes de apoyo de los residentes locales al desarrollo turístico. Jurowski *et al.* (1997) propusieron un marco en el que el apego a la comunidad, la ganancia económica, el uso de la base del recurso turístico y las actitudes medioambientales tenían un impacto, tanto directo como indirecto, en el apoyo al turismo.

Gursoy *et al.* (2002) aportaron una clasificación de los beneficios y costes en tres categorías: económicas, sociales y culturales, proponiendo un nuevo modelo que permitiese identificar los efectos individuales de cada tipo de beneficio o coste en el apoyo al turismo, aportando además, dos nuevos determinantes de las actitudes: el estado de la economía local y la preocupación por la comunidad.

Más adelante, Gursoy y Rutherford (2004), perfilaron más detalladamente los costes y beneficios de la actividad turística en cinco categorías: beneficios económicos, beneficios sociales, costes sociales, beneficios culturales y costes culturales, clasificación que se ha extendido de forma generalizada en la literatura sobre este tema. Recientemente, Gursoy *et al.* (2010) han ampliado el modelo propuesto por Gursoy y Rutherford (2004) incorporando el estado de la economía local como un determinante del apoyo para el turismo de masas y el turismo alternativo.

La satisfacción de la comunidad también se ha incorporado en los modelos teóricos para investigar el apoyo al turismo (Vargas-Sánchez *et al.*, 2009). Por otro lado, aunque la generación de empleo a través del turismo está entre las primeras prioridades para los residentes locales, éstos también ven en el turismo un medio de ayudarles a aprender más sobre su cultura local y preservación del folklore (Besculides *et al.*, 2002).

En la literatura relacionada con el turismo, ha habido un apoyo mixto a la Teoría del Intercambio Social: algunos estudios han mostrado su apoyo mientras que otros no han sido concluyentes (Gursoy *et al.*, 2002; McGehee y Andereck, 2004). Así, la mayoría de los estudios han mostrado que los residentes que son dependientes de la industria, o perciben un mayor nivel de ganancia económica o beneficio personal, tienden a tener percepciones de impacto más positivas que otros (Jurowski *et al.* 1997; McGehee y Andereck 2004).

De esta manera, Jurowski *et al.* (1997) encontraron en un estudio de Virginia que la potencialidad para producir beneficios económicos como un objeto de intercambio tenía un efecto directo y positivo en el apoyo del residente. El efecto más fuerte de la variable ganancia económica estaba en los impactos sociales, aunque tenía muy poco efecto en las variables de impacto medioambiental.

Por otro lado, Perdue *et al.* (1990) examinaron las relaciones entre los impactos percibidos y el apoyo de los residentes para un adicional desarrollo del turismo en dieciséis comunidades rurales de Colorado, demostrando que, cuando se controlan los beneficios personales del desarrollo del turismo, las percepciones de sus impactos no tenían relación con las características sociodemográficas y el apoyo para un desarrollo adicional estaba positivamente o negativamente relacionado a los impactos positivos o negativos del turismo.

### 3. LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO A TRAVÉS DEL TURISMO

El turismo es uno de los mayores fenómenos mundiales a nivel económico, social y cultural, desde mediados del siglo pasado. Su capacidad de generar rentas y crear empleo determina que sea visto como un potente motor de desarrollo para los países en vías de desarrollo, y por ello, la actividad turística es una herramienta muy utilizada como estrategia para el desarrollo económico y social en estos países. Un ejemplo claro lo configura el Banco Mundial, que ya utilizó en los años setenta el turismo en sus estrategias de desarrollo (Hawkins y Mann, 2007).

En este sentido, en los últimos años se están creando y desarrollando nuevas herramientas de cooperación al desarrollo internacional que intentan paliar la pobreza en determinados países, en general en vías de desarrollo (Orgaz, 2013a). Entre estas herramientas, y dentro de la actividad turística, han aparecido diversas formas y tipos de turismo. Así, podemos mencionar el turismo comunitario, turismo responsable o justo y turismo solidario, además de la propia actividad ecoturística. Citamos formas de turismo sostenibles, que pretenden mejorar el respeto y la preservación del medio ambiente y los recursos medioambientales, sociales, culturales y económicos.

Centrándonos en el concepto de turismo comunitario, este hace referencia a una forma de turismo que busca minimizar los impactos sociales, culturales y económicos del turismo (Orgaz, 2013b). Casas *et al.* (2012: 93) definen el turismo comunitario como aquel turismo que “está basado en la comunidad local” y “que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza”. Siguiendo a Hiwaski (2006), este turismo tiene varios objetivos, destacando aquellos relacionados con la conservación de los recursos naturales, patrimoniales y culturales, el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, y la calidad recibida por la demanda turística.

Por su parte, el turismo responsable o justo no es una actividad turística propiamente dicha, sino, que tal y como señalan Gascón y Cañada (2005), más bien aparece como un movimiento que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada área de un destino, teniendo en cuenta las variables sociales, económicas y medioambientales que existen en ese destino. También, el turismo responsable denuncia los impactos negativos que la actividad turística genera en la población local, así como la pérdida de la autenticidad e imagen que los turistas pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer. Por último, este movimiento turístico valora y reclama la responsabilidad de todos los *stakeholders* con el objetivo de favorecer modelos turísticos sostenibles en el destino.

En este mismo aspecto, en la Declaración de Ciudad del Cabo sobre Turismo Responsable en los Lugares de Destino, se mencionan una serie de características del turismo responsable (López-Guzmán *et al.*, 2006):

- a) Minimiza los impactos negativos desde el punto de vista económico, ambiental y social.
- b) Genera mayores beneficios económicos para la población local y mejora el bienestar de las comunidades anfitrionas, las condiciones de trabajo y el acceso a la industria (Orgaz, 2014b).

- c) Involucra a la población local en las decisiones que afectan a sus vidas y a sus oportunidades.
- d) Contribuye positivamente a la conservación del patrimonio natural y cultural y al mantenimiento de la diversidad mundial.
- e) Ofrece experiencias más agradables a los turistas a través de conexiones más significativas con la población local, y de una mayor comprensión de las cuestiones culturales, sociales y ambientales locales.
- f) Facilita el acceso a personas con movilidad reducida, y tiene en cuenta los aspectos culturales, puesto que promueve el respeto entre turistas y anfitriones y contribuye al orgullo y a la confianza local.

Por último, el turismo solidario se concibe como aquel viaje turístico en el que la solidaridad constituye la principal motivación del viajero, aunque hasta el momento no existe un consenso sobre qué se puede entender por turismo solidario, pero si se pueden enumerar algunas de sus características (Palomo, 2006):

- a) Se dirige a un segmento de mercado en el que la motivación de la demanda es la visita de «lugares o espacios solidarios», considerados estos como aquellos en los que se han promovido proyectos de desarrollo o donde la población local tiene una amplia participación en alguna fase del proceso productivo.
- b) Entre los *stakeholders* que realizan el proceso productivo suelen participar las Organizaciones No Gubernamental de Desarrollo (ONGD) o grupos locales.
- c) Se promueve que los turistas tengan un contacto más directo con la población local de los países en vía de desarrollo y consuman recursos turísticos autóctonos de carácter humano-vivencial, natural y/o cultural.
- d) Se sitúan hasta cierto punto en canales alternativos, tanto en cuanto al tipo de producto como al canal de distribución utilizado.
- e) En algunos casos el turismo solidario se expande a cualquier tipología turística bajo la premisa de que el turista que visita un país en vía de desarrollo preste ayuda humanitaria o ayude con otras actividades al desarrollo del área aprovechando su desplazamiento o viaje en el destino.

Dentro de la cooperación al desarrollo a través del turismo, debemos también mencionar lo que se conoce como *Pro-Poor Tourism* (PPT). Este enfoque, surgido en Gran Bretaña a finales de los años noventa como fruto de la colaboración entre el *Centre for Responsible Tourism* (CRT), el *International Institute for Environment and Development* (IIED) y el *Overseas Development Institute* (ODI), tiene como objetivo incrementar los beneficios netos de la actividad turística para las comunidades más desfavorecidas. En este caso no hablamos de un producto turístico específico ni de un sector de la actividad turística, sino más bien de una forma de desarrollo turístico en destinos localizados en zonas en vías de desarrollo, que tiene como objetivo principal incrementar las oportunidades para las comunidades desfavorecidas de estos países, ya sea para obtener una ganancia económica o para aumentar su participación en los procesos decisorios, para fortalecerlas, etc. Aquí, el elemento clave es la reducción de la pobreza y no la brusquedad de la sostenibilidad (Ashley *et al.*, 2001).

De esta manera, y siguiendo a Ashley *et al.* (2001), el turismo en favor de las zonas menos desarrolladas pretende crear:

- a) Beneficios económicos para los pobres a través del empleo y la venta de bienes y servicios al turismo.
- b) Otros beneficios en los medios de vida a través de la mejora de las comunicaciones e infraestructuras, por ejemplo, la posibilidad de transportar los productos agrícolas al mercado.
- c) Capacitación para los pobres a través de su participación en la toma de decisiones. Es un caso mucho menos frecuente, pero para que los pobres se beneficien realmente del turismo, las ideas y los principios del turismo en favor de los pobres deben vincularse activamente al desarrollo turístico y a los procesos de planificación. Sólo si se escucha la voz de los pobres, se podrán tener en cuenta sus intereses.

También debemos considerar importante en lo referente a la cooperación al desarrollo a través del turismo el “Programa Turismo Sostenible – Eliminación de la Pobreza” (ST-EP). Así, en la Cumbre del Milenio en 2000, las Naciones Unidas identificaron la pobreza como uno de los mayores desafíos mundiales y fijó, como uno de sus objetivos del Milenio, la erradicación de la pobreza extrema antes del año 2015. En este sentido, la Organización Mundial del Turismo respondió a este reto y oportunidad lanzando la iniciativa ST-EP, que se anunció en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo en 2002 (OMT, 2002).

En este Programa ST-EP se presentan siete mecanismos diferentes mediante los cuales, los pobres pueden beneficiarse directa o indirectamente del turismo. Estos son:

- 1) Empleo de los pobres en empresas turísticas.
- 2) Suministro de bienes y servicios a las empresas turísticas por los pobres o por empresas que los empleen.
- 3) Venta directa de bienes y servicios a los visitantes por los pobres (economía informal).
- 4) Creación y gestión de empresas turísticas por los pobres. Por ejemplo, microempresas, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) o empresas de base comunitaria (economía formal).
- 5) Aranceles e impuestos sobre los ingresos o beneficios del turismo cuya recaudación se destine a beneficiar a los pobres.
- 6) Donaciones y apoyo voluntario de las empresas turísticas y de los turistas.
- 7) Inversión en infraestructura, estimulada por el turismo, que beneficie también a los pobres de la localidad directamente o mediante el apoyo a otros sectores.

Por otro lado, el turismo cultural también se ha configurado como una tipología turística clave para favorecer la cooperación al desarrollo (Nogues-Pedregal, 2009), puesto que otorgar valor a la cultura en contextos turísticos supone, por un lado, recuperar para la cultura ese papel central que le corresponde en la relación entre turismo y desarrollo, y por otro, pretender modelos regenerativos desde los que diseñar actuaciones que privilegien la acción expresiva del lugar y de sus gentes contra la producción lingüística que, en el marco hegemónico de la significación capitalista, construye y ordena los escenarios y territorios turísticos solo como espacios para el consumo.

También, una herramienta clave es la investigación en turismo, apareciendo investigaciones referentes al turismo como herramienta de cooperación al desarrollo en destinos desfavorecidos (Gascón y Cañada, 2005; Palomo, 2006; Lopez-Gúzman *et al.*, 2006).

#### 4. CONCLUSIÓN

El turismo se conforma como un fenómeno a nivel mundial, no solo a un nivel económico, sino también desde un prisma social y cultural. Los flujos turísticos mundiales superan los 1000 millones de turistas, que aplicando los multiplicadores del gasto turístico, hace que se generen unos flujos económicos muy importantes, como ya se indicó previamente. Todo esto hace que se generen empleos en el lugar de destino, siendo importante para la comunidad local, ya que parte de dichos beneficios recaen sobre ellos.

La revisión bibliográfica ha puesto de manifiesto que el turismo ha de verse desde un prisma transversal, debido principalmente a las cuantiosas interrelaciones entre la oferta y la demanda, surgiendo también otras relaciones con otros actores que no dejan de ser menos importantes que los turistas. Estos son los grupos de interés o *stakeholders*. Las necesidades de los turistas van cambiando, sus motivaciones varían, por lo que surgen nuevas tipologías para satisfacer esas necesidades crecientes, tipologías que bien por ellas mismas o en combinación con las ya existentes, generan nuevos flujos turísticos que adoptarían un papel importante en la dinamización de los destinos desde un punto de vista socioeconómico.

Se produce un intercambio entre los turistas y residentes, a los cuáles consideramos como *stakeholders*. Dicho intercambio, dentro de la llamada Teoría del Intercambio Social, genera un intercambio de recursos de índole tangible o intangible que los turistas y residentes pueden darse recíprocamente en un contexto turístico dado, y que si los beneficios son superiores a los

costes, se producirá esa interrelación, ese intercambio entre los residentes y la industria turística. Dichos beneficios y costes vienen dados por cinco categorías diferentes expuestas por Gursoy y Rutherford (2004), siendo estas: beneficios económicos, beneficios culturales, beneficios sociales, costes sociales y costes culturales. Si bien el modelo ha sido ampliado a posteriori, incluyéndose el estado de la economía local.

En lo relativo a la literatura relacionada con el turismo dentro del marco de la Teoría del Intercambio Social, algunos de los estudios han mostrado un apoyo, si bien, otro no fueron concluyentes, aunque la gran mayoría muestran un grado de dependencia de los residentes hacia la industria turística en cuanto perciben un beneficio personal.

En la actualidad se están desarrollando nuevas herramientas de cooperación al desarrollo internacional con un claro objetivo: eliminar o minimizar la pobreza en países en vías de desarrollo, mediante tipologías sostenibles que pretendan la mejora del respeto y preservación de los recursos sociales, ambientales, culturales y económicos de las comunidades de destino, a través del surgimiento de nuevas tipologías como el turismo responsable, el turismo solidario o el turismo comunitario, definiendo este último como aquella tipología basada en la comunidad local, la cual pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza.

Haciendo referencia al turismo responsable, posee unas características propias centradas en la minimización de los impactos negativos de índole económico, social y ambiental, y generar mayores beneficios económicos para la población local, involucrando a dicha población en las decisiones. También la mejora de las experiencias a los turistas a través de conexiones más significativas con la población de destino, comprendiendo mejor las cuestiones sociales, culturales y ambientales de la población local. Muy similar al concepto de turismo responsable es el turismo solidario, el cual posee unas características definidas, si bien, su principal motivación es la solidaridad. Otras características hacen referencia a la participación de determinados *stakeholders* en el proceso, tales como las Organizaciones No Gubernamentales, promoviéndose un contacto más directo, más cercano entre el turista y la población de estos países.

El desarrollo de estas tipologías turísticas dentro del marco de la cooperación al desarrollo, han de desarrollarse junto a programas de índole internacional, para una correcta adecuación y consecución de los objetivos. Así, destacamos programas tales como *Pro-Poor Tourism*, cuyo objetivo es el incremento de los beneficios netos de la actividad turística en las comunidades desfavorecidas. Destacar también el Programa Turismo Sostenible – Eliminación de la Pobreza (ST-EP), programa a través de los cuales las poblaciones locales más desfavorecidas pueden beneficiarse de forma directa o indirecta del turismo.

En definitiva, la investigación de la oferta y la demanda es vital para desarrollar estrategias que ayuden a fomentar y desarrollar una actividad turística adecuada en un destino, puesto que existen un intercambio entre los componentes humanos de la oferta y la demanda (los turistas). Así, las estrategias deben girar en torno al desarrollo de la comunidad local a través de la actividad turística, aunque, para ello, es importante investigar para conocer la percepción que tienen los residentes hacia el turismo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Andereck, K.L.; Valentine, K.M.; Knopf, R.C. y Vogt, C.A. (2005): "Residents' perceptions of community tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 4, pp. 1056-1076.

Ashley, C.; R. Dilys y H. Goodwin (2001): *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor. A review of Experience*. London: Centre for Responsible Tourism.

Besculides, C.A.; Lee, M.E. y McCormick, P.J. (2002): "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism". *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 2, pp. 303-319.

Casas Jurado, A. C.; Soler Domingo, A. y Jaime Pastor, V. (2012): "El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú)". *Cuadernos de Turismo*, nº 30, pp. 91-108.

Castellanos Verdugo, M. y Orgaz Agüera, F. (2013): "Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana". *TURyDES, Revista Científica en Turismo y Desarrollo Local*, vol. 6, nº 14, pp. 1-10.

Gascón, J. y E. Cañada (2005): *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Editorial Icaria.

Gursoy, D.; Chi, C.G. y Dyer, P. (2010): "Local's attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia". *Journal of Travel Research*, nº 49, pp. 381-394.

Gursoy, D.; Jurowski, C. y Uysal, M. (2002): "Resident attitudes: A structural modeling approach". *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 1, pp. 495-516.

Gursoy, D. y Rutherford, D.G. (2004): "Host attitudes toward tourism: An improved structural model". *Annals of Tourism Research*, vol. 31, pp. 495-516.

Hawkins, D. E. y Mann, S. (2007): "The World Bank's role in tourism development". *Annals of Tourism Research*, vol. 34, nº 2, pp. 348-363.

Haley, A.J.; Snaith, T. y Miller, G. (2005): "The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK". *Annals of Tourism Research*, vol. 32, pp. 647-668.

Hiwasaki, L. (2006): "Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas". *Society and Natural Resources*, vol. 19, nº 8, pp. 675-692.

Homans, G. (1961): *Social behaviour: Its elementary forms*. New York. Harcourt, Brace & World.

Jurowski, C.; Uysal, M. y Williams, D.R. (1997): "A theoretical analysis of host reactions to tourism". *Journal of Travel Research*, vol. 36, pp. 3-11.

López-Guzmán, T.; Millán Vásquez de la Torre, G. y Melián Navarro, A. (2006): "Turismo solidario: Una perspectiva desde la Unión Europea". *Gestión Turística*, nº 8, pp. 85-104.

McGehee, N.G. y Andereck, K.L. (2004): "Factors predicting rural residents' support of tourism". *Journal of Travel Research*, vol. 43, pp. 131-140.

Moore, K.R. y Cunningham, W.A. (1999): "Social exchange behavior in logistics relationships: a shipper perspective". *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 29, nº 2, pp. 103-121.

Nogues Pedregal, A. M. (2009): "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo". *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 7, pp. 1, pp. 43-56.

Nunkoo, R. y Ramkissoon, H. (2011): "Developing a community support model for tourism". *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 3, pp. 964-988.

OMT (2002): *Cumbre Mundial del Ecoturismo: informe final*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Orgaz Agüera, F. (2013a): "El club de producto turístico como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados". *Contribuciones a la Economía*, junio-2013, 1-15

Orgaz Agüera, F. (2013b): "El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados". *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2), 79-91.

Orgaz Agüera, F. (2014a): "El Ecoturismo en los Humedales: Análisis de las Potencialidades de República Dominicana". *Rosa dos Ventos*, 6(1), 4-18.

Orgaz Agüera, F. (2014b): "Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos". *El Periplo Sustentable*, 26, 47-66.



Palomo Pérez, S. (2006): "El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables". *Revista Estudios Turísticos*, nº 168, pp.7-46.

Perdue, R.R.; Long, P.T. y Allen, L. (1990): "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research*, vol. 17, pp. 586-599.

Rodríguez García, J.; López-Guzmán, T.; Cañizares Ruiz, S.M. y Jiménez García, M. (2010): "Turismo del Vino en el Marco de Jerez: Un análisis desde la perspectiva de la oferta". *Cuadernos de Turismo*, nº 26, pp. 217-234.

Thibaut, J.W. y Kelley, H.H. (1959): *The social psychology of groups*. New York: Willey.

Vargas-Sánchez, A.; Plaza-Mejía, M. y Porras-Bueno, N. (2009): "Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community". *Journal of Travel Research*, vol. 47, pp. 373-387.

Ward, C. y Bero, T. (2011): "Beyond social exchange theory". *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 4, pp. 1556-1569.