



El turismo en el siglo XXI: Importancia, ventajas y desventajas desde un enfoque legal

Thalía Carrillo-Arteaga  

¹ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Riobamba EC060155, Ecuador.

 Correspondencia: thalia.carrillo@esepoch.edu.ec  + 593 0980563032

DOI/URL: <https://doi.org/10.53313/gwj53040>

Resumen: La movilidad y el turismo están relacionados, pero no son congruentes. El turismo expresa un cambio de ubicación que no es principalmente con fines lucrativos (migración, viajes de negocios), para la autoprotección (evasión) o para adquirir una calificación (estudio, capacitación), sino por motivos de recreación, placer, salud o religión. El turismo aumentó cada año hasta 2019, en el año Corona 2020 hubo una caída. Lo que hoy llamamos turismo comenzó en el siglo XIX. Los ricos de Gran Bretaña, por ejemplo, podían permitirse viajar a otros países solo por diversión. Alrededor de 1960, las personas menos ricas también se iban de vacaciones al extranjero. Se habló de turismo de masas. Desde entonces, muchas personas pueden permitirse viajar a otros continentes en avión. Ahora hay todo tipo de turismo. El presente estudio analiza la importancia del turismo, sus ventajas y desventajas. La revisión indica que los elementos económicos y ambientales pueden tener ventajas y su sostenibilidad dependerá de la calidad de gestión. En los últimos años, se reconoce cada vez más que todos los destinos turísticos tienen límites de capacidad de carga. Entre ellos figuran los techos de infraestructuras para turistas, la capacidad del entorno natural y la resistencia sociocultural de la población local. Además, el turismo aumenta el calentamiento global a través de los gases de efecto invernadero.

Palabras claves: Turismo, sostenibilidad, economía, ambiente.

Tourism in the 21st century: Importance, advantages and disadvantages

Abstract: Mobility and tourism are related, but not congruent. Tourism expresses a change of location that is not primarily for profit (migration, business travel), for self-protection (evasion) or to acquire a qualification (study, training), but for recreation, pleasure, health or religion. Tourism increased every year until 2019, in the year Corona 2020 there was a drop. What we call tourism today started in the 19th century. The wealthy in Britain, for example, could afford to travel to other countries just for fun. Around 1960, less wealthy people also went on vacation abroad. There was



Check for updates

Cite: Carrillo-Arteaga, T. (2022). El turismo en el siglo XXI: Importancia, ventajas y desventajas desde un enfoque legal. Green World Journal, 5(3), 040. <https://doi.org/10.53313/gwj53040>

Received: 30/Sep/2022

Accepted: 05/Nov/2022

Published: 08/Nov/2022

Prof. Carlos Mestanza-Ramón, PhD.
Editor-in-Chief / CaMeRa Editorial
editor@greenworldjournal.com

Editor's note: CaMeRa remains neutral with respect to legal claims resulting from published content. The responsibility for published information rests entirely with the authors.



© 2022 CaMeRa license, Green World Journal.
This article is an open access document distributed under the terms and conditions of the license.

Creative Commons Attribution (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

talk of mass tourism. Since then, many people can afford to travel to other continents by plane. Now there is all kinds of tourism. The present study analyzes the importance of tourism, its advantages and disadvantages. The review indicates that economic and environmental elements can have advantages and its sustainability will depend on the quality of management. In recent years, it has been increasingly recognized that all tourism destinations have carrying capacity limits. These include infrastructure ceilings for tourists, the capacity of the natural environment and the socio-cultural resilience of the local population. In addition, tourism increases global warming through greenhouse gases.

Keywords: Tourism, Sustainability, Economics, Environmental.

1. Introducción

El primer paso para comprender lo que significa turismo es armarse con una definición clara de turismo. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) define el turismo como "viajar y permanecer en lugares fuera de su entorno habitual" de las personas con fines de ocio, negocios u otros [1,2]. Para que un viaje se considere turismo a los efectos de esta definición, debe durar más de 24 horas y no más de un año. Además, el turismo se puede dividir en turismo interno, que tiene lugar dentro de un país, o turismo internacional, en el que una persona viaja fuera de su propio país. El turismo contribuye de manera importante a las economías de muchos países, y los destinos turísticos populares a menudo incluyen una amplia gama de empresas específicamente diseñadas para atender a los viajeros de otros lugares [3,4].

El concepto de viajar a otros lugares por placer existía en las antiguas civilizaciones egipcia, griega y romana, lo que significa que el turismo como concepto existe desde hace miles de años. Por supuesto, en épocas anteriores la gente viajaba principalmente a caballo o en barco, lo que dificultaba los viajes de larga distancia. Originalmente, el turismo también era una ocupación para los más ricos y poderosos de la sociedad [5,6]. Esto cambió gradualmente a lo largo de los siglos. Sin embargo, el concepto moderno de turismo a menudo se atribuye a la Revolución Industrial, siendo la sociedad británica una de las primeras en adoptar realmente la idea de que la gente común viaja por placer. Hoy en día, el concepto de turismo está firmemente anclado en muchas culturas. Es común que los países también fomenten esta idea, ya que el turismo significa más visitantes y gastar dinero en negocios locales [2,7,8].

Una vez dotado de un significado turístico básico, puede ser importante determinar exactamente en qué se diferencia el término de viaje. Esencialmente, viajar es un término más amplio que describe el movimiento de personas de un punto a otro. El viaje puede tener lugar por una variedad de razones, y el viaje puede tener lugar entre dos puntos cualesquiera. El turismo es una forma de viajar y es justo decir que todos los turistas son viajeros. Sin embargo, el turismo solo se realiza con fines específicos, como ocio o negocios, y debe cumplir con los criterios explicados anteriormente. Por lo tanto, es posible viajar entre lugares y no cumplir con los criterios por los que sería considerado un turista [9–11].

Las industrias de viajes y turismo están estrechamente relacionadas y ambas suelen incluir alojamiento, transporte y servicios relacionados. Sin embargo, la industria de viajes tiene un enfoque más amplio. Puede incluir varios servicios que ayudan a las personas a moverse entre dos lugares que no están relacionados con el concepto de turismo. El turismo puede tomar diferentes formas y los principales ejemplos se enumeran a continuación para ayudarlo a obtener una comprensión más profunda de lo que significa el turismo en general [12–14].

A medida que surgen nuevas ofertas de servicios y negocios en una comunidad turística bulliciosa, también lo hacen las oportunidades de empleo. Las empresas existentes encuentran formas de expandirse mientras aparecen otras nuevas, creando nuevos roles para que los locales los llenen. Industrias como la hospitalidad, el servicio de alimentos y los viajes, en particular, generan

nuevas vacantes laborales. También surgen nuevas oportunidades empresariales. Los servicios como Airbnb permiten a los residentes obtener ingresos de los turistas que buscan un lugar cómodo y local para quedarse.

2. Importancia del turismo

El turismo interno se refiere al acto de una persona que viaja dentro de su propio país de origen por motivos de ocio o de negocios. Sin embargo, la definición precisa va más allá, ya que el turismo interno significa que una persona sale de su lugar de residencia habitual y luego permanece al menos una noche en su nuevo lugar de residencia. Los países grandes como Estados Unidos y China atraerán mucho turismo interno, principalmente por su tamaño. Esto significa que incluso cuando se viaja dentro del mismo país, es posible encontrar climas, culturas y experiencias muy diferentes. Sin embargo, la mayoría de los países generarán turismo interno, ya que viajar dentro de un país suele ser más barato que viajar al extranjero [2,8,15].

La importancia del turismo receptor se explica mejor desde la perspectiva de un solo país. Cuando un país recibe turistas de otras naciones, estos turistas se conocen como turistas entrantes. Nuevamente, para ser considerado turismo receptivo, este viaje debe durar al menos una noche y no exceder un año. El turismo receptor es un contribuyente importante para muchas economías en todo el mundo, y algunas naciones dependen de niveles significativos de turismo receptor. Sin embargo, en muchos países, el turismo receptor también es estacional. Por ejemplo, muchos países experimentan un aumento en el turismo entrante durante los meses más cálidos del verano o alrededor de eventos importantes [16,17].

Solo en 2019, la industria del turismo contribuyó con el 10,3 % del PIB mundial, ¡eso es 8,9 billones de dólares estadounidenses! También proporcionó 330 millones de puestos de trabajo, o uno de cada 10 puestos de trabajo en todo el mundo, mientras que en los últimos cinco años la industria del turismo creó uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo. El sector también experimentó un crecimiento del 3,5% en 2019, superando el crecimiento económico mundial del 2,5% por noveno año consecutivo. Esas son algunas estadísticas impresionantes, que pintan una imagen cruda de la importancia del turismo para la economía. Entonces, ¿qué pasa cuando no hay turismo? 2020 fue el año en que los viajes realmente se detuvieron, con COVID-19 paralizando la industria del turismo de manera devastadora. En abril de 2020, al menos 7100 millones de personas, o el 91 % de la población mundial, vivían con restricciones de viaje relacionadas con la COVID-19 [5,18,19].

3. Beneficios del turismo

El turismo es un importante factor económico a nivel mundial que contribuye al crecimiento y al empleo. En 2019, un total de 1.500 millones de personas realizaron un viaje turístico al extranjero. La industria del turismo se ve particularmente afectada por la pandemia de la corona, en todo el mundo [2,12]. Como concepto, el turismo tiene el potencial de generar beneficios significativos. En esta sección discutimos el significado positivo del turismo. Estas consecuencias positivas de las actividades turísticas se pueden dividir aproximadamente en dos categorías principales, que se describen a continuación:

Primero, es importante entender que el turismo puede traer importantes beneficios económicos y de infraestructura al país que recibe a los huéspedes. Es probable que los turistas gasten dinero en el área, incluso en compras, pagando alojamiento, visitando bares y restaurantes, visitando atracciones para visitantes y comprando recuerdos. Mientras tanto, la presencia de turistas también puede traer beneficios en términos de infraestructura local. Es probable que se mejoren los enlaces

de transporte para dar cabida a estos visitantes, es probable que se construyan nuevos hoteles, se mejoren los sistemas de carreteras para hacer frente al tráfico adicional, y todo esto puede crear puestos de trabajo para los residentes [20–22].

Aparte de los beneficios económicos y de infraestructura asociados con el turismo, también se debe enfatizar que el turismo también puede traer beneficios sociales y culturales. Por ejemplo, reunir a personas de diferentes culturas puede ayudar a aumentar la conciencia cultural y mejorar la cohesión social. La afluencia de turistas a un lugar puede ayudar a proporcionar una justificación clara para invertir en la preservación de sitios de valor cultural. Además, esta inversión en el área local puede ayudar potencialmente a preservar edificios históricos, preservar áreas de belleza natural y contribuir al mantenimiento general de los entornos urbanos y rurales [23,24].

4. Desventajas del turismo

Si bien se deben destacar las ventajas, también existen posibles desventajas, ya que el aumento del turismo significa cambios significativos para los residentes. Algunas de las principales desventajas se enumeran a continuación:

En lo que respecta a lo ambiental, aunque el turismo tiene el potencial de incentivar la conservación del medio ambiente, es importante destacar el hecho de que también existen problemas ambientales. Por definición, el turismo aumentará el número de personas en un área determinada, lo que significa que los recursos naturales, incluida el agua, seguirán bajo presión [25,26]. El aumento de vehículos puede conducir a la contaminación ambiental. Por el contrario, priorizar las atracciones para los visitantes puede destruir áreas naturales y perder hábitats naturales para los animales. La perturbación del área también podría conducir potencialmente a cambios significativos en los patrones de migración, lo que significa que la vida silvestre local podría desaparecer [27].

En lo económico, es fácil simplificar demasiado las implicaciones económicas del turismo, donde el turismo significa más empleos y más personas que invierten dinero en la economía local. En realidad, sin embargo, muchos de estos trabajos son estacionales o inestables. Muchos de estos trabajos ahora se consideran poco calificados y, por lo general, ofrecen salarios bajos. Algunos lugares dependen demasiado del turismo a expensas de otros aspectos de su economía. Esto puede conducir a una falta de diversidad en términos de puestos de trabajo disponibles. En la peor de las situaciones, también puede significar que las personas que no eligen vivir en una zona turística central enfrentan la perspectiva de quedarse atrás mientras otros prosperan [28].

5. Importancia de la gestión e innovación turística

La importancia de la gestión del turismo es difícil de resumir en una oración corta, ya que es un campo amplio que incluye todos los puestos gerenciales en la industria hotelera, la industria de viajes e incluso partes de la industria alimentaria, incluidos restaurantes, bares y cafeterías [26,29]. Para aquellos que trabajan en estas áreas, es probable que las responsabilidades gerenciales incluyan mantenerse al tanto de las últimas tendencias en viajes, hospitalidad y hoteles. Supervisar las operaciones principales, mantener una reputación comercial positiva, gestionar las relaciones con los clientes y supervisar las estrategias comerciales y administrativas, incluido el marketing [28,30].

Además, la gestión turística es una disciplina que se ocupa de la gestión de las actividades

turísticas. Esto podría incluir, por ejemplo, trabajar para una agencia o junta de turismo, brindar información turística y tomar medidas estratégicas para ayudar a un lugar a hacer frente a las demandas y el estrés de una gran cantidad de visitantes [31,32].

La tecnología turística puede impulsar la innovación en la región. Es más probable que las empresas que adoptan las últimas tendencias turísticas ofrezcan el tipo de experiencias turísticas de calidad que los clientes desean. De hecho, casi cualquier tecnología utilizada en los negocios turísticos o para ayudar a los turistas puede considerarse tecnología turística. En la industria de la hospitalidad, por ejemplo, la tecnología se usa a menudo para hacer que los procesos sean más manejables para el personal o para mejorar la experiencia de los huéspedes del hotel.

También se ha implementado tecnología para facilitar el acceso al turismo. Las aplicaciones móviles han hecho que reservar viajes o habitaciones de hotel sea más rápido y fácil. Por el contrario, diversas innovaciones en software informático, robótica e inteligencia artificial han ayudado a las empresas a aumentar la productividad y mejorar las estrategias comerciales. El software también ha facilitado el procesamiento de grandes cantidades de datos y la generación de información valiosa. Esto puede identificar tendencias emergentes de viajes y hospitalidad u optimizar las estrategias de distribución para maximizar los ingresos.

6. Conclusiones

Un significado o definición de turismo detallado también proporciona una descripción general de los diversos sectores y empresas que componen la industria, una explicación de las diversas oportunidades profesionales que ofrece la industria y una exploración de algunos campos relacionados, como agencias de viajes y cursos de turismo. Para las empresas que operan en la industria del turismo, el marketing es un aspecto crucial. El marketing turístico eficaz significa que las empresas abordan los deseos, necesidades y expectativas de los clientes y ofrecen incentivos para reservas o compras. Por ejemplo, la búsqueda por voz se está volviendo cada vez más importante, mientras que los chatbots pueden ayudar a proporcionar respuestas rápidas a preguntas más básicas que los clientes potenciales pueden estar haciendo.

Las ventajas del turismo van más allá de generar miles de millones de dólares y cientos de millones de empleos y oportunidades comerciales. Una industria turística en auge ayuda a construir infraestructura como carreteras, parques, hospitales, escuelas y áreas comunitarias. También ayuda a preservar los sitios patrimoniales, las maravillas naturales y las culturas preciosas, al crear un espacio para que las personas muestren sus tradiciones culturales y protejan las áreas sagradas. Sus viajes pueden tener un impacto positivo directo cuando se aloja en alojamientos de propiedad local, compra en mercados artesanales, participa en festivales tradicionales y realiza excursiones con guías locales. La industria del turismo también ayuda a proteger el medio ambiente y su vida silvestre, con muchas empresas turísticas que ofrecen servicios ecológicos y alientan a los turistas a respetar las tierras y las comunidades que visitan.

La buena noticia es que el turismo responsable, y su gran impacto en la economía, está en

aumento. A medida que la industria del turismo regresa gradualmente a raíz de COVID-19, es probable que veamos cambios en la forma en que viajamos. Las tendencias de viaje como los viajes nacionales, salir a la naturaleza y los viajes en grupos pequeños serán más populares en la siguiente década.

Author Contributions: La autora participó en el desarrollo íntegro del artículo.

Funding: La autora financió a integridad el estudio.

Conflicts of Interest: Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

References:

1. Janet, C.; Morrison, A.M.; Lin HsinHung [Lin, H.H.S.]; ChingYen, H. How do food consumption motivations and emotions affect the experiential values and well-being of foodies? *Br. Food J.* **2020**, *123*, 627–648, doi:10.1108/BFJ-04-2020-0355.
2. Melián Alzola, L.; Fernández Monroy, M.; Hidalgo Peñate, M. El Sector Turístico en Contextos de Crisis: Análisis de Situaciones de Riesgo e Implicaciones Directivas para el Sector Hotelero en Canarias. *Universia Bus. Rev.* **2015**, 110–129.
3. Ramon, C.M.; Capa, M.S.; Garcia, A.C.; Gutierrez, M.J.; Villacís, M.T.; Velasco, A.A. Community Tourism In Ecuador: A Special Case In The Rio Indillama Community, Yasuni National Park. *Int. J. Eng. Res. Technol.* **2019**, *08*, 5.
4. Jiménez-García, M.; Ruiz-Chico, J.; Peña-Sánchez, A.R. Landscape and tourism: Evolution of research topics. *Land* **2020**, *9*, 488.
5. Mestanza-Ramón, C.; Capa, M.C.S.; Gutiérrez, M.J. Capacidad de Carga turística una herramienta para la gestión sostenible en áreas protegidas. *Tierra Infín.* **2019**, *5*, 6–22.
6. Mestanza-Ramón, C.; Jiménez-Caballero, J.L. Nature Tourism on the Colombian—Ecuadorian Amazonian Border: History, Current Situation, and Challenges. *Sustain.* **2021**, *13*.
7. Mestanza-Ramón, C.; Lara-Váscones, R.; Mora-Silva, D.; Milanes, C.B.; Saeteros-Hernández, A.; Sanchez-Capa, M.; Cunalata-Garcia, A. Charapa Turtles (*Podocnemis unifilis*), an Opportunity to Improve Community Tourism and Contribute to Their Conservation in Yasuni National Park, Ecuador. *Sustain.* **2022**, *14*.
8. Mestanza-Ramón, C.; Pranzini, E.; Anfuso, G.; Botero, M.C.; Chica-Ruiz, A.J.; Mooser, A. An Attempt to Characterize the “3S” (Sea, Sun, and Sand) Parameters: Application to the Galapagos Islands and Continental Ecuadorian Beaches. *Sustain.* **2020**, *12*.
9. Rodas, M.; Donoso, N.U.; Sanmartín, I. El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT Rev. Tur. Desarro. y Buen Vivir* **2015**, 60–78.
10. Prieto, M. *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*, FLACSO, S.E., Ed.; 1st ed.; FLACSO, Sede Ecuador: Quito, 2011;
11. Mestanza-Ramón, C.; Anfuso, G.; Chica-Ruiz, J.A.; Mooser, A.; Botero, C.M.; Pranzini, E. Coastal Scenic Evaluation of Continental Ecuador and Galapagos Islands: Human Impacts and Management Issues. *J. Mar. Sci. Eng.* **2020**, *8*.
12. López, M.L.D.; Coronel, S.C.; Tene, M.L.; Pauta, P.G. Importancia del paisaje como recurso en la planificación turística. *Rev. Tur. Desenvolv.* **2021**, *37*, 31–45.
13. Harris, L.C.; Pressey, A. Dirty work or working dirty? Deceiving cruise tourists. *Ann. Tour. Res.* **2021**, *88*, 103183, doi:https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103183.
14. Kellershohn, J.; Walley, K.; Vriesekoop, F. An international study of fast-food dining perceptions: millennial parents, non-millennial parents, and peer judgement during fast-food

- family dining. *Int. J. Cult. Tour. Hosp. Res.* **2021**, *15*, 598–614, doi:10.1108/IJCTHR-06-2020-0119.
15. Wang, Y.; Zhang, Y.; Yang, G.; Cheng, X.; Wang, J.; Xu, B. Knowledge Mapping Analysis of the Study of Rural Landscape Ecosystem Services. *Buildings* **2022**, *12*.
 16. Ingram, C.; Themistocleous, C.; Rickly, J.M.; McCabe, S. Marketing 'Literary England' beyond the special interest tourist. *Ann. Tour. Res. Empir. Insights* **2021**, *2*, 100018, doi:https://doi.org/10.1016/j.annale.2021.100018.
 17. RAMON, C.M.; VILLACÍS, M.T.; CAMPAÑA, D.L.; GARCÍA, A.C.; CALDERÓN, E.P.; GUTIERREZ, M.J.; VELASCO, A.A.; GUAMÁN, F.G.; NAVEDA, N.O. NATURAL PROTECTED AREAS IN ECUADOR, A POTENTIAL OF BIODIVERSITY FOR THE TOURISM.
 18. Cooper, C.; Hall, C.M. Chapter 3 – Contemporary tourists, tourist behaviour and flows. In; Cooper, C., Hall, C.M.B.T.–C.T., Eds.; Butterworth–Heinemann: Oxford, 2008; pp. 51–76 ISBN 978-0-7506-6350-2.
 19. Aguirre–Vélez, S.; Mestanza–Ramón, C. Indicadores de sostenibilidad turística enfocados al turismo comunitario: Caso de estudio Comunidad Kichwa “Shayari”, Sucumbíos-Ecuador. *Green World J.* **2022**, *5*, 017, doi:10.53313/gwj51017.
 20. Hassan, S.B.; Soliman, M. COVID-19 and repeat visitation: Assessing the role of destination social responsibility, destination reputation, holidaymakers' trust and fear arousal. *J. Destin. Mark. Manag.* **2020**, 100495, doi:https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100495.
 21. Brida, J.G.; Pereyra, J.S.; Devesa, M.J.S.; Aguirre, S.Z. La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuad. Tur.* **2008**, 35–46.
 22. Mestanza, C.; Saavedra, H.F.; Gaibor, I.D.; Zaquinaula, M.A.; Váscones, R.L.; Pacheco, O.M. Conflict and Impacts Generated by the Filming of Discovery Channel's Reality Series “Naked and Afraid” in the Amazon: A Special Case in the Cuyabeno Wildlife Reserve, Ecuador. *Sustainability* **2019**, *11*, 50.
 23. Yepes Piqueras, V. Las playas en la gestión sostenible del litoral. *Cuad. Tur.* **1999**, *1*, 89–110.
 24. Mooser, A.; Anfuso, G.; Mestanza, C.; Williams, A. Management Implications for the Most Attractive Scenic Sites along the Andalusia Coast (SW Spain). *Sustainability* **2018**, *10*, 1328, doi:10.3390/su10051328.
 25. Carlos, M.; Maritza, S. Community Tourism In Ecuador: A Special Case In The Rio Indillama Community, Yasuní National Park. *Int. J. Eng. Res.* **2019**, *V8*, doi:10.17577/ijertv8is060413.
 26. Arrova Gonzales, K.; Angamarca Monar, M.; Moreira Chiriap, J. Biodiversidad y turismo: Una propuesta para mejorar la economía, Parque Nacional Yasuní. *Green World J.* **2020**, *3*, 2, doi:https://www.greenworldjournal.com/doi-016-ka-2020.
 27. Mestanza Ramón, C.; Villacís, M.A.T.; García, A.E.C. Tortugas Charapa un aporte para el turismo comunitario y conservación de la biodiversidad. *Explor. Digit.* **2020**, *4*, 55–65.
 28. Lara Váscones, R.; López Pumalema, J.; Cunalata García, A. Agroturismo en la Amazonía norte: Punto de partida para el diseño de una ruta turística. *Green World J.* **2020**, *3*, 001, doi:https://www.greenworldjournal.com/doi-025-gwj-2020.
 29. Menchero–Sánchez, M. Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria* **2018**, *20*.
 30. RAMON, C.M.; CAPA, M.S.; VILLACÍS, M.T.; GARCÍA, A.C.; VILEMA, M.U.; GUTIERREZ, M.J.; GUAMÁN, F.G.; CARGUA, M.C.; REYES, M.J. THE ENVIRONMENT AND SPORTS PRACTICES. *Environment* **2019**, *6*.
 31. Guisado–Pintado, E.; Navas, F.; Malvárez, G. Ecosystem Services and Their Benefits as Coastal Protection in Highly Urbanised Environments. *J. Coast. Res.* **2016**, 1097–1101, doi:10.2112/SI75-220.1.

32. Kirillova, K.; Park, J.; Zhu, M.; Dioko, L. (Don); Zeng, G. Developing the cooperative destination brand for the Greater Bay Area. *J. Destin. Mark. Manag.* **2020**, *17*, 100439, doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100439>.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>