

**LA INVESTIGACION TURISTICA EN LA ARGENTINA.
EL CASO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UBA**

Alicia Gemelli¹ y Enrique Amadasi²

Buenos Aires, marzo de 2019

¹ Escuela de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Academia Argentina de Turismo. aliciagemelli@gmail.com

² Escuela de Estudios de Posgrado, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Academia Argentina de Turismo. amadasienrique@gmail.com

Índice

Introducción

1. ¿A qué denominar “investigación”?
2. La investigación en Turismo
 - 2.1. La investigación turística en el ámbito europeo
 - 2.2. La investigación turística en Norteamérica
 - 2.3. La investigación turística en Latinoamérica
 - 2.4. La investigación turística en la Argentina
3. Los estudios que analizan la investigación turística en Argentina
4. Las tesis en la Maestría en Economía y gestión del turismo, de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA
 - 4.1. Los temas de investigación seleccionados
 - 4.2. Los marcos de referencia utilizados
 - 4.3. Los aspectos metodológicos
 - 4.4. Las bibliografías consultadas
5. Referencias bibliográficas
6. Anexo

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este documento es dar a conocer los trabajos de investigación producidos en la Maestría en Economía y Gestión del Turismo, de la Escuela de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires entre el año 2012 y marzo de 2019.

De las 31 tesis presentadas durante este período, se examinan las primeras 17 defendidas durante el período 2012- 2017. Para todos los casos se analizará los siguientes aspectos: el tema de investigación seleccionado, así como el marco de referencia elaborado para su abordaje; la metodología de investigación utilizada y la bibliografía consultada. Este análisis se presenta en el punto 4 de este trabajo.

En la primera parte del documento, con el propósito de contextualizar el tema, se pasa revista a la evolución de la investigación en turismo en el mundo considerando particularmente los datos procedentes de Europa y Norteamérica, y los antecedentes de la investigación en turismo en Latinoamérica y la Argentina; en un recorrido que no aspira a tener exhaustividad sino más bien reflejar la experiencia de los autores sobre el tema.

El documento se cierra con las referencias bibliográficas en las que abrevia el estudio y el listado en orden cronológico de las 31 tesis de maestría en Economía y Gestión del Turismo de la Escuela de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas ya mencionadas.

1. ¿A QUÉ DENOMINAR “INVESTIGACIÓN”?

Nuestro autor de referencia en este acápite es R. Hernández Sampieri³(2014: 4), quien define a la investigación como “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que aplican al estudio de un fenómeno o problema”. De esta primera definición querríamos subrayar -a los fines de nuestro propio trabajo- lo de empíricos, la investigación requiere de evidencia empírica, son argumentos siempre referidos a alguna evidencia empírica. Y más allá de cual sea el enfoque utilizado (el autor trabaja básicamente dos: el cuantitativo y el cualitativo), sostiene que para lograr ese conjunto de procesos siempre siguen -o deberían seguir- estas cinco estrategias:

i) se lleva a cabo una observación y evaluación de fenómenos, ii) se establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas, iii) hay una demostración del grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento, iv) hay una revisión de esas suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis, v) hay una propuesta de nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

O sea que, para iniciar una investigación, siempre se necesita una idea. E insiste Hernández Sampieri: “todavía no se conoce el sustituto de una buena idea”.

¿Una investigación de mercados también? Por supuesto, en la medida que pretendamos que se denomine “investigación” de mercados. Uno puede producir un cuadro estadístico que cuantifique para un determinado corte de tiempo los países de procedencia de los arribados a determinado destino, o incluso varios de esos cuadros, o producir laboriosamente un “anuario estadístico” con toda esa información valiosísima e indispensable, pero esto por sí solo, si se acepta esta definición, no sería una “investigación de mercados”. Casi seguramente una buena investigación de mercados debería incluir tales cuadros, pero hasta es posible pensar una igualmente buena aún sin tales cuadros estadísticos, por ejemplo, mediante la utilización de enfoques cualitativos. Lo que no puede faltar, según esta definición, es sistematicidad, criterio crítico y evidencia empírica.

³ Hernández Sampieri, Roberto et.al. (2014). *Metodología de la investigación*, sexta edición. México: Mc. Graw Hill Interamericana.

2. LA INVESTIGACION EN TURISMO

2.1. La investigación en turismo en el ámbito europeo

Podemos situar el comienzo de los estudios sistemáticos del turismo en la década del 40 del siglo XX, cuando se crearon los primeros centros de enseñanza e investigación en turismo en las Universidades de Berna y St. Gallen en Suiza. Los profesores Kurt Kraft y Walter Hunziker, directores de estas instituciones, pasaron a la historia por ser los primeros en organizar la enseñanza e investigación en turismo.

En 1942 Kraft y Hunziker publican el texto *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* cuya traducción es "Fundamentos de la Teoría General del Turismo"; en esta obra explicitan los elementos esenciales a considerar para el estudio y concepción de una teoría del turismo y sintetizan los aportes realizados por diversos autores hasta fines de la década del 30 para definir el concepto de turismo.

El repaso por estos antecedentes los lleva a destacar las contribuciones de autores como Schullern (1911), Schwink (1929) y Bormann (1930) que describen al turismo como un hecho de naturaleza económica producido por la afluencia y estadía del ser humano para ponerse en contacto con los bienes naturales, y la de otros autores como Stradner (1930) y Morgenroth (1930) que describen al turismo como un hecho psicosocial, en el que destacan el efecto social que tiene el turismo tanto para el turista como para el anfitrión, a partir del viaje que responde a una motivación interna y social de las personas por desplazarse.

En la obra de 1942 Hunziker y Kraft elaboran su propia definición del turismo que intenta sintetizar las contribuciones anteriores, que dice que: "*El turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual sin que sean motivadas por el lucro*". Esta definición es adoptada internacionalmente en 1947 en la Primera Asamblea constitutiva de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) en La Haya, cuya sede provisional se establece en Londres y es posteriormente trasladada a Ginebra.

Una breve reseña de los principales trabajos de investigación realizados por ambos nos permite destacar de Kraft, un estudio denominado *El consumo turístico, una contribución a la teoría del consumo* publicado en 1964 en alemán y que fue traducido al francés por René Baretje y años más tarde al español por Francisco Muñoz de Escalona. Esta obra, a pesar del paso del tiempo, no ha perdido vigencia por su claridad conceptual en la relación entre el turismo y la teoría del consumo. Kraft publica además *Reflexiones sobre la demanda turística* en 1949, *Las estadísticas de turismo internacional* en 1956 y *El rol y la importancia del turismo internacional*, trabajo que es presentado ante la ONU en 1963 en Roma.

Por su lado, Hunziker publica en 1943 una obra acerca del sistema de "investigación científica del turismo", en la que propone al Turismo como una nueva disciplina, rama de la sociología, en la que abogaba por que el turismo no tuviera impactos negativos en los valores culturales de los destinos receptores. En 1948 publica la historia del turismo en Suiza en el libro *Un siècle de tourisme en Suisse-1848-1948*; en 1951 en colaboración con Kens Andrew publica *Le Tourisme Social: caracteres et problemas* (en alemán) un trabajo que fue el precursor de desarrollos

ulteriores sobre el tema; en 1959 publica en St. Gallen, Suiza *The tourist industry and its organization* (en alemán) y en 1973 también en St. Gallen *Le Systeme de la Doctrine Touristique* (en alemán).

La Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) fundada por Krapft y Hunzinger se inaugura formalmente en Roma en 1951, con el objetivo de celebrar reuniones internacionales y alentar los trabajos científicos sobre el turismo. La AIEST contribuyó desde muy temprano a una comprensión objetiva del turismo y a la aceptación científica de los estudios en este campo. En 1955 comienzan a editar en Berna una de las primeras publicaciones regulares en turismo, la *Revue du tourisme*, en tres idiomas -alemán, francés e inglés-. La AIEST en la actualidad reúne en red alrededor de 300 investigadores en 49 países <http://www.aiest.org>. La *Revue de tourisme* se sigue publicando y está disponible por Internet.

Esta tradición de centros especializados en el estudio del turismo fue seguida muy de cerca a mediados de la década del 60 en el resto de Europa. Para estudiar estas trayectorias haremos aquí un análisis de tres centros de investigación localizados en Francia, España e Italia, debido a que son los que, a nuestro entender, han recibido el mayor número de becarios e investigadores de Latinoamérica, por lo que han tenido una fuerte influencia en la región.

En **Francia** René Baretje⁴ inicia su carrera presentando en 1968 su tesis de doctorado en la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas de la Universidad d'Aix-Marseille sobre el tema de la demanda turística, obra que dedica a Kurt Kraft. Al año siguiente, Baretje junto a un grupo de colaboradores pone en marcha en esa Universidad el CHET-Centre d' Hautes Études du Tourisme, Bouches-du-Rhône en Aix-en-Provence, ciudad del sur de Francia.

Este Centro tendrá dos funciones: la enseñanza del turismo a niveles de Posgrado y Doctorado y la creación de un Centro de Documentación sobre turismo; veinte años más tarde a fines de los años 80, el Centro de Documentación del CHET reunía cientos de libros y documentos sobre turismo en alemán, francés, inglés y en menor medida en español, disponibles para la consulta.

El CHET además, seleccionaba y editaba las investigaciones de turismo que se producían en el centro o que eran remitidas por sus autores, en dos formatos: la colección de *Études et Memoires*, de la que salieron dos tomos por año y la colección *Les Cahiers du Tourisme*. Estas obras eran publicadas en formato económico y estaban disponibles para su adquisición por catálogo y vía postal desde Europa y América a precios muy razonables.

Hasta bien entrados los años 90, el CHET fue un lugar de peregrinación obligado para los investigadores en turismo, atraídos por la cantidad de obras disponibles clasificadas por tema, autor e idioma que podían ser consultadas en préstamo durante la estadía en el lugar. El Centro de Documentación, en su localización en el 18 de la Rue de L'Opera, en pleno centro de Aix, estaba tan abarrotado de material que no había una sala de lectura disponible en el lugar. En aquellos años el saber no solo pesaba, sino que también ¡ocupaba mucho lugar!

⁴ Baretje, Rene (1968). "*La Demande Touristique*" thèse de doctorat dès-sciences économiques. Université D'Aix-Marseille, Fac. de Droit et des Sciences Economiques, 532 pages.

En 1996 el CHET se convierte en el CIRET (Centro Internacional de Recherches et études en Tourism) <http://www.documentation-provence.org> , como su continuación, formado por el mismo equipo de profesionales dirigidos por Rene Baretje. El CIRET, entidad sin fines de lucro, ofrece sus contenidos por medio de Internet en francés y en inglés, como una herramienta para la cooperación científica y profesional. El lema que preside el ambicioso proyecto del Centro es: "La investigación turística: un archipiélago de bienestar, un océano de problemas", "el CIRET puede ayudarlo a convertirse en un buzo de alto riesgo".

La intención es que cada investigador y centro universitario de investigación pueda saber: quién hace qué en el tema que desea investigar y la totalidad de producción de cada investigador o centro de investigaciones sobre el tema. Para ello el Centro ofrece:

1. Una biblioteca organizada y funcionando que para 2014 tenía un total de 105.453 documentos, sumando 63.776 libros y 41.677 artículos de revistas.
2. El análisis de contenidos a través de un tesoro de 1.600 palabras clave y un índice geográfico de la investigación mundial de turismo y viajes a través del acceso a 170.317 artículos, documentos y libros que CIRET ha leído sistemáticamente, con la indicación del título de los autores y el editor.
3. Un banco de datos de investigadores individuales que para 2014 tenía censados 5.402 investigadores en 119 países.
4. Un banco de datos de centros de investigación pertenecientes a universidades, facultades, institutos, centros y laboratorios con 841 instituciones académicas.
5. Un banco de datos con 327 editoriales dedicadas al turismo.
6. Un centro de publicación abierto a todos los investigadores para poner su producción a disposición de la comunidad investigadora mundial.

Las publicaciones editadas por el CIRET en la colección *Études et Rapports*, que en 2014 ofrecía la reedición de un centenar de estudios ofrecidos anteriormente por el CHET y 246 publicaciones nuevas se dividen en tres categorías:

- a. bibliographie touristique générale -----211 volúmenes
- b. bibliographie touristique spécialisée -----14 volúmenes
- c. la colección de *Études et Rapports*-----21 volúmenes (esta colección no está impresa, sino que se ofrecen por email las referencias bibliográficas por tema).

Como segunda referencia en Francia, merece una mención especial la revista **Espaces** que se edita en París desde fines de la década del 60, con una frecuencia trimestral en sus orígenes y mensual a partir de 1979. Su director y redactor en jefe, el respetado investigador y geógrafo Pierre Defert, acompañado por el comité editor formado por Michel Bonneau, Marc Boyer, Georges Cazes, Paulette Girodin, Georges Plaisance y Gabriel Wackerman, aseguran el respaldo científico y la calidad de su contenido. Además, contó con el respaldo científico de la Asociación Francesa de expertos de turismo, el CHET de Aix en Provence, el Centre d' études supérieures du Tourisme de l'Université Panthéon-Sorbonne, el Centre de Droit du tourisme de l'Université de Grenoble, el Seminaire du loisirs et tourism de la l'Université de Lyon y el Centre de études du tourisme de Quebec.

Espaces, que se dirige tanto a decisores de los sectores público y privado como a investigadores y profesores de turismo, se define a sí misma como la revista para todos los que se ocupan de organizar el tiempo y el espacio para el bienestar y la calidad de vida. *Espaces* es la revista de referencia del sector, con un posicionamiento bastante original por ser a la vez una mezcla y un símbolo que contiene:

- una revisión de la literatura con contenido de alto valor agregado (artículos detallados, reflexiones estratégicas, etc.);
- una revista hermosa que da ganas de leer y guardar: cada ejemplar es una mezcla de revista y libro de más de 120 páginas articuladas en torno a dos cuestiones principales: una investigación (50 a 60 páginas sobre un tema candente), y un cuaderno (de 60 a 80 páginas sobre un tema sustantivo);
- una herramienta de trabajo, con acceso a los "archivos web" incluidos en la suscripción.

La suscripción a la revista que se edita semanalmente, incluye el acceso a los archivos web, que contiene unos 4.000 artículos de las publicaciones de las revistas anteriores completas <https://www.tourisme-espaces.com/doc/tourisme-loisirs-culture.html>, además y de manera gratuita se puede recibir en el correo electrónico cada lunes las novedades de la revista *Espaces* y los datos de los dossiers del mes.

En **España** en 1962 se crea la Subsecretaría de Turismo, perteneciente al Ministerio de Información y Turismo, dirigido por Manuel Fraga Iribarne, cuya misión principal en las postrimerías de la etapa Franquista, era lograr la apertura al mundo de España promoviendo la llegada de turistas por el aporte de divisas que esto significaba y a la vez para mejorar la imagen del gobierno mostrando España e invitando a conocerla al resto de Europa. Al año siguiente se crean el Instituto de Estudios Turísticos y la Escuela Oficial de Turismo, ambos dependientes de la Subsecretaría de Turismo, dirigida hasta 1969 por José Ignacio De Arrillaga.

El Instituto de Estudios Turísticos (IET) se organiza desde sus inicios como un centro de enseñanza e investigación en turismo y comienza a publicar con regularidad la *Revista de Estudios Turísticos*, en cuyo número 0 se presentaron las conferencias pronunciadas en el curso para hispanoamericanos: «Técnicas y economía del turismo», organizado por el IET y realizado en la Universidad Menéndez y Pelayo, de Santander, en agosto de 1963.

Según De Arrillaga,⁵ desde 1963 hasta 1974 aparecieron 44 números en los que los autores de los artículos (algunos múltiples veces) fueron 151, de los cuales 29 eran extranjeros y para el año 2000 habían llegado a la edición del Número 145. La revista continúa publicándose trimestralmente y sus sumarios están disponibles hasta el número 212 del segundo semestre del 2017 y los textos completos hasta el número 181 del año 2009 en el sitio: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=3479>. El Instituto de Estudios Turísticos a partir de 2009 pasa a depender directamente de la Presidencia de Turespaña, y se le encomienda la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas y datos relativos al turismo. El instituto se encarga a partir de entonces de las estadísticas de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur) y de los Movimientos Turísticos de los

⁵ De Arrillaga, José Ignacio, *La creación del Instituto de Estudios Turísticos y los primeros trabajos de investigación y enseñanzas de turismo (1962-1974)*

españoles (Familitur), generando datos sobre las llegadas de visitantes extranjeros al país, sus peculiaridades y gastos, así como de los viajes realizados por los españoles y sus características. Esta información se pone a disposición de los usuarios a través del enlace <http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx>.

El Instituto de Estudios Turísticos fue una influencia muy importante en la creación de los primeros establecimientos de enseñanza del turismo en la Argentina a partir de 1964/65 ya que sus promotores tomaron como modelo el IET español, así como gran parte de la bibliografía sobre el tema que provenía de las experiencias españolas. Entre los autores españoles más influyentes por su obra en América Latina encontramos a Luis Fernández Fuster, profesor de economía y turismo en España. Su libro fue *Teoría y Práctica del turismo*, que se publicó en 1967 en dos tomos, reunían cerca de 1.000 páginas. Aunque se trata de un trabajo introductorio al turismo, su valor consistió en reunir el conocimiento existente sobre los tópicos relacionados con turismo en la época, brindando a los estudiantes bibliografía de referencia y ampliatoria sobre sus principales temas de estudio. Las sucesivas reimpressiones, que incluyeron actualizaciones en su contenido, dan cuenta del valor y pertinencia de esta obra que en 1985 había agotado su quinta edición. Disponibles en línea en <https://es.scribd.com/.../Fernandez-Fuster-L-Teoria-y-Tecnica-Del-Turismo>. Fernández Fuster publicó posteriormente dos libros más dedicados a reseñar la historia del turismo de masas y la geografía del turismo de masas, ambos disponibles en línea.

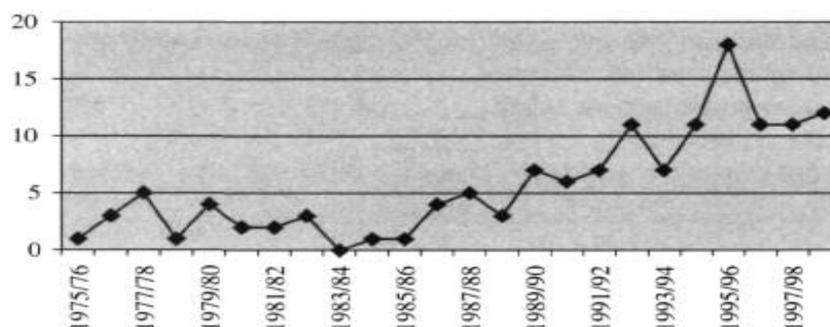
Continuando con los aportes de España a la investigación en turismo resulta ineludible referirnos a *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio cultural*. Editada por el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna (España) y el Instituto Universitario da Maia IMAI (Portugal), su primer número se publica en 2003. Se trata de una revista cuatrimestral de distribución gratuita en la web <http://pasosonline.org>, con una periodicidad cuatrimestral, y dos números por año dedicados a temas especiales, que ha editado en 2018 su volumen 16. PASOS se especializa en el análisis de los procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés en la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos, sus espacios y el patrimonio. Con una perspectiva académica alienta la publicación de escritos desde las ciencias sociales y la práctica administrativo-empresarial, procurando ser un foro de manifestación y discusión de teorías y metodologías, además de divulgar estudios y experiencias.

La revista tiene como objetivo contribuir a la comprensión del turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino. PASOS cuenta con un comité editorial organizado en torno a grandes áreas temáticas e idiomáticas, y un comité científico asesor internacional, formado por doctores y profesionales del turismo y el patrimonio cultural de veintiséis universidades y centros de investigación. El número promedio anual de trabajos que se reciben en la revista es de 258, con un índice de rechazo tras la evaluación por pares anónimos cercano al 57% pasando mayoritariamente el resto por algún tipo de modificación a solicitud de los revisores. La procedencia de los trabajos es internacional. Tomando datos de Redalyc.org en su análisis de las publicaciones de *Pasos* entre 2005 al 2014 el porcentaje de autores por países es de 30,9% España, 22,6% Brasil, 7,7% México y 5,7% Portugal.

Para finalizar esta reseña sobre los aportes de España al tema en estudio es ineludible mencionar a la investigadora Agueda Esteban Talaya,⁶ (2000) a quien debemos un informe pormenorizado sobre la investigación en turismo en las universidades españolas, durante las cuatro décadas transcurridas entre 1958 (fecha en la que se presentó la primera tesis de doctorado en Turismo) en la Universidad Complutense de Madrid, y 1998.

Esteban Talaya a partir de su estudio sobre las tesis de doctorado en Turismo realizadas en España nos permite conocer los primeros pasos en la investigación sobre el tema con un número relativamente pequeño de tesis doctorales (5) entre 1958 y 1966 (14 en la década del 70), y cantidades que superan ampliamente estos modestos inicios, en las dos últimas décadas, como se puede apreciar en el siguiente gráfico de la autora.

Tesis doctorales en turismo 1975-1998



Su investigación recopila 141 tesis doctorales defendidas en las universidades de todo el territorio español, que tuvieron como tema principal de estudio al turismo. Esta magnitud es una sorpresa para la autora, dada la poca relevancia que se daba en esa época al estudio del turismo en las Universidades. Respecto al ranking de las universidades españolas por cantidad de tesis de doctorado presentadas durante ese período. En primer lugar, figura la Universidad Complutense de Madrid con 34 tesis, seguida por la Universidad de Islas Baleares y la Universidad de Barcelona, ambas con 11 tesis cada una y por último las Universidades de Málaga y de Valencia con 10 tesis cada una.

En un análisis diacrónico del contenido de las tesis presentadas se explora las principales temáticas abordadas según la fecha de su presentación. Así sabemos que las tesis de la década del 60 se ocuparon de manera preponderante de la dimensión económica del turismo, su estructura e importancia en la economía nacional, así como las variables más significativas procedentes de la demanda y los movimientos físicos. También en esa época, pero en menor medida, se estudió la influencia del turismo en la sociedad tanto por sus implicaciones en el cambio de las poblaciones residentes, como por sus efectos como una actividad nueva que permite ocupar el tiempo de ocio. En la década del 70 la mayoría de las investigaciones siguen siendo de carácter económico, aunque empiezan a presentarse trabajos de carácter multidisciplinar con aproximaciones a la actividad turística desde perspectivas geográficas, antropológicas, históricas y urbanísticas. A mediados de esa década se introducen la

⁶ Esteban Talaya, Agueda. "La investigación turística en la Universidad Española". *Estudios Turísticos* Nº:144-145 (2000) -pp 155- 180

configuración regional y territorial del Turismo con estudios localizados en las zonas más turísticas (Costa del Sol, Mallorca, Cataluña).

En los años 80 las tesis doctorales comienzan a tratar al turismo como un fenómeno de masas, que abordan desde dos aspectos: la contribución del turismo al desarrollo regional, desde perspectivas económicas, territoriales e incluso jurídicas y la consideración creciente de las empresas turísticas y su gestión, con trabajos sobre productos turísticos alternativos al turismo de sol y playa tradicional en España. También se empiezan a aplicar técnicas cuantitativas, principalmente econométricas, al estudio de la demanda turística con una vocación prospectiva. Otros aspectos que interesan a los investigadores son la influencia del turismo en la configuración de la imagen de un país o región, así como la calidad de las prestaciones turísticas. En los años 90 se pone en marcha el Plan de Competitividad del Turismo Español (FUTURES), desde cuya primera convocatoria se articulan medidas y se convocan becas orientadas a los jóvenes investigadores, ya sea para que desarrollen su actividad en el seno de los organismos públicos, o para la elaboración de tesis doctorales. Esta política dio un gran impulso a los trabajos de investigación en Turismo que se realizan en todas sus temáticas tanto en las áreas más prolíficas hasta entonces como las económicas y geográficas, como en otras que se incorporan: la arquitectura, el urbanismo, el medio ambiente, la psicología, la formación y gestión de los recursos humanos, la dirección estratégica de las empresas, el régimen jurídico y administrativo y las competencias en materia de turismo, el espacio de ocio y la gestión de los recursos turísticos. A continuación, Esteban Talaya clasifica las 141 tesis doctorales según la disciplina a la que pertenecen e identifica las siguientes 12 áreas disciplinares que proceden de la mayoría de los campos del conocimiento científico:

Tesis doctorales en Turismo por áreas de conocimiento (1958-1999)

| ÁREAS DE CONOCIMIENTO | NÚMERO | % |
|------------------------------------|---------------|--------------|
| Antropología | 5 | 3,5 |
| Ciencia Política | 2 | 1,4 |
| Ciencias de la Tierra y el Espacio | 5 | 3,5 |
| Ciencias Económicas | 66 | 46,8 |
| Ciencias Jurídicas | 7 | 5,0 |
| Ciencias Tecnológicas | 8 | 5,7 |
| Geografía | 30 | 21,3 |
| Historia | 3 | 2,1 |
| Lingüística | 1 | 0,7 |
| Pedagogía | 3 | 2,1 |
| Psicología | 4 | 2,8 |
| Sociología | 7 | 5,0 |
| TOTAL | 141 | 100,0 |

Fuente: Esteban Talaya, op. cit.

En el cuadro anterior se destacan dos áreas predominantes en el enfoque de las tesis de doctorado; la primera es la de las Ciencias Económicas que con un total de sesenta y seis tesis representa el 46,8 % de la muestra, y la segunda corresponde a los estudios de Geografía que

con treinta tesis representa el 21,3% del total. Esto nos muestra que a pesar de las diferentes y múltiples ópticas con que puede abordarse el análisis del Turismo, ha sido su papel como actividad económica el que ha suscitado un importante cuerpo de investigación.

Después de estas dos áreas (Economía y Geografía), que de forma conjunta suponen más de dos tercios de las investigaciones doctorales analizadas, se encuentra un segundo grupo de Áreas a las que podemos denominar como Intermedias, que muestran su interés por investigar en Turismo desde planteamientos tecnológicos, jurídicos, sociológicos, espaciales, antropológicos y medioambientales. Las áreas incluidas en este segundo grupo poseen participaciones individuales muy inferiores a las recogidas por la Economía y la Geografía, moviéndose en torno al 8 y 5 %.

Un tercer grupo, formado por áreas algo interesadas en el conocimiento turístico y que han realizado alguna tesis doctoral en este sentido, integra estudios psicológicos, históricos, pedagógicos y políticos. En conjunto, suponen cerca del 9,2 % de todas las tesis analizadas, con participaciones individuales menores al 3 % y un número de tesis que oscila entre una y cuatro.

Para continuar con el análisis de la producción científica en esa época, la autora clasifica las tesis doctorales presentadas dentro del área de las Ciencias Económicas, según la especificidad temática adoptada tanto dentro de la Economía como de la Administración de empresas.

Tesis doctorales en Turismo por áreas económicas

| Materias | NÚMERO | % |
|--|--------|-------|
| Organización y Dirección de Empresas: | 27 | 41,0, |
| • Marketing | 14 | 21,2 |
| • Dirección de Empresas | 9 | 13,6 |
| • Recursos Humanos | 4 | 6,1 |
| Contabilidad | 3 | 4,5 |
| Economía sectorial | 11 | 16,7 |
| Econometría | 10 | 15,1 |
| Estadística Económica y Desarrollo Económico | 3 | 4,5 |
| Económico | 9 | 13,6 |
| Hacienda Pública | 2 | 3,0 |
| Actividad Económica | 1 | 1,5 |
| Total | 66 | 100 |

Fuente: Esteban Talaya, op. cit.

La perspectiva económica más empleada para la investigación del Turismo ha sido en el ámbito de la Organización y Dirección de Empresas. De esta aproximación empresarial, destaca el área de Marketing con tesis que han investigado el comportamiento del consumidor, las variables de Marketing, y planes de Marketing, de empresas o de destinos.

Otros aspectos analizados con cierta importancia dentro de la Economía de la Empresa son los relativos a la Dirección de Empresas. Las aportaciones que han destacado en este campo son las siguientes: i) la dirección estratégica tanto aplicada a empresas como a destinos turísticos, ii) la aplicación de la Teoría General de Sistemas a las empresas del sector, iii) los diseños organizativos y de la cultura organizacional en las empresas turísticas, sus características y la influencia de los aspectos de innovación y tecnología en su jerarquía y control, iv) la estructura

empresarial del sector turístico, dimensión, concentración y relaciones inter-organizacionales, v) el análisis de la calidad y los modelos de valoración orientados a la mejora de la competitividad de las empresas y los servicios turísticos.

En cuanto a las investigaciones realizadas en el marco de la Geografía las especialidades geográficas abordadas son tres: la geografía regional, la geografía económica y la geografía humana. El área geográfica con mayor número de tesis doctorales que se han ocupado del análisis del Turismo ha sido la Geografía Regional, principalmente desde la perspectiva territorial, con un total de trece trabajos. Los temas abordados en estas investigaciones se han ocupado de las diferentes aproximaciones espaciales del territorio: litoral, urbano, montaña, rural y natural.

En segundo lugar, se ubica la Geografía Económica, con nueve tesis doctorales, que proponen el análisis de los recursos, principalmente el suelo, dentro de los nuevos sistemas de actividad económica. A diferencia de la aproximación geográfica anterior, que se refería principalmente al espacio litoral, la mayoría de los estudios integrados en esta orientación se ocupan del espacio interior, encontrando en el turismo rural una fuente común de exposición y desarrollo.

El espacio costero también se ha considerado en alguna de las investigaciones de este campo, aunque casi siempre desde una perspectiva de conflicto, saturación y deterioro del medio natural. Una reciente investigación aborda también esta problemática desde la perspectiva del espacio urbano, por medio de las incidencias económicas y funcionales del turismo en las ciudades históricas con un rico patrimonio cultural.

Un conjunto de siete tesis doctorales se ha ocupado del Turismo desde la perspectiva de la Geografía Humana. Esta visión, supone al Turismo como un elemento de cambio e impacto social y el elemento común en la mayoría de los trabajos, es el territorio como espacio recreativo y de ocio. Las investigaciones en esta materia tratan principalmente de Geografía Social, de los movimientos residenciales de las zonas turísticas y de la transformación socioeconómica que determinadas zonas han experimentado como consecuencia de las nuevas necesidades de los individuos. Como en casos anteriores, el espacio de litoral atrae una buena parte de estos estudios geográficos, principalmente las costas mediterráneas, aunque también existen trabajos que han centrado su análisis en zonas de montaña (Pirineos) y áreas rurales bajo la influencia de grandes núcleos urbanos. Una aproximación geográfica al Turismo algo diferente a las tres anteriores se aborda desde la perspectiva de Geografía Histórica, con una tesis doctoral que analiza la visión de un territorio concreto (las islas de Córcega y Baleares) aportada por los libros de viajes y las narraciones de los viajeros del siglo 19.

Para finalizar la autora nos entrega una breve síntesis de aquellas materias y aspectos del Turismo que han sido estudiados con mayor profusión. La clasificación de materias turísticas se realizó atendiendo a tres criterios:

1. Las investigaciones que han considerado la actividad turística en general como un concepto global y con claras implicaciones económicas, los estudios de demanda total o para el conjunto de los movimientos físicos en alguna de las variables más habituales de análisis (visitantes, turistas, ingresos, gastos, pernoctaciones, entre otras).
2. Los estudios centrados en las empresas turísticas y sus diferentes tipos, debido a que el Área de Conocimiento individual con mayor número de tesis doctorales ha sido la Organización y Dirección de Empresas, como ya se ha consignado.

3. Las investigaciones que se han centrado en alguna forma de turismo concreta o producto turístico con el fin de conocer los aspectos preferidos por los investigadores y que suelen coincidir con las zonas donde desarrollan su actividad académica e investigadora.

Tesis doctorales por materia turística (1958-1999)

| Materias | Números | % |
|--------------------------------|------------|------------|
| Actividad turística en general | 17 | 12,1 |
| Demanda turística | 14 | 9,9 |
| Empresas turísticas en general | 11 | 7,8 |
| Empresas hoteleras | 18 | 12,8 |
| Empresas de transporte aéreo | 3 | 2,1 |
| Otras empresas | 2 | 1,4 |
| Turismo de litoral | 33 | 23,4 |
| Turismo rural y de naturaleza | 9 | 6,4 |
| Turismo de ciudades y cultural | 8 | 5,7 |
| Turismo de montaña | 7 | 5,0 |
| Turismo de salud | 1 | 0,7 |
| Turismo para tercera edad | 1 | 0,7 |
| Turismo de varios productos | 15 | 10,6 |
| Tiempo compartido | 2 | 1,4 |
| TOTALES | 141 | 100 |

Fuente: Esteban Talaya, op. cit.

Las investigaciones que han considerado variables generales se reparten entre las que consideran la actividad turística en su conjunto (diecisiete tesis) y el análisis de la demanda global (catorce tesis). En los estudios centrados en las empresas turísticas, destacan por su importancia aquellos que se ocupan de las empresas hoteleras, haciendo notoria la escasez de investigaciones sobre las empresas dedicadas a la intermediación, creación y distribución de ofertas turísticas, sobre todo las agencias de viajes.

Los trabajos centrados en el turismo de litoral representan una mayoría (23 %) del total de tesis; también hay un cierto predominio de los estudios que consideran varios productos turísticos, ya que suelen corresponderse con análisis de los recursos turísticos de ciertas zonas geográficas en donde no existe una única posibilidad de desarrollo de esta actividad. Del resto de los productos turísticos, el turismo rural y de naturaleza ha suscitado también una cierta preferencia por parte de los investigadores. Integrados entre las anteriores materias, pueden destacarse dos temas (ambos con seis tesis doctorales cada uno) que han sido estudiados desde diferentes perspectivas: la calidad de los servicios turísticos, y la imagen, tanto de empresas como de destinos.

El análisis de zonas geográficas muestra una preeminencia en el estudio de la actividad turística para el conjunto de España y distribuidas entre Comunidades Autónomas, se aprecia un mayor número de trabajos en las regiones de litoral, principalmente mediterráneo, destacan Andalucía, Baleares, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Canarias.

En el ámbito internacional también se han defendido tesis en España cuyo contenido de investigación se ha localizado en otros países o zonas plurinacionales. En este sentido, destacan los trabajos sobre Europa y la Unión Europea, como reflejo de la preocupación y curiosidad que ha despertado el proceso de integración europea y sus implicaciones para el Turismo. Como aspecto interesante, puede apreciarse la vocación latinoamericana de ciertas investigaciones como consecuencia de la búsqueda de conocimiento sobre Turismo, por parte de alumnos e investigadores de estos países.

En **Italia** el referente para nuestro tema es Alberto Sessa, quien crea en 1974 en Roma la Scuola Internazionale di Scienze Turistiche (SIST), un organismo privado de enseñanza, que buscó erigirse como centro especializado de educación superior y centro de investigación y de estudios, sin olvidar la consultoría y la asistencia técnica, la planificación del desarrollo turístico, y la necesidad de un centro de documentación. Para Sessa es esencial, a casi cien años que el turismo ha devenido un fenómeno de masas, su estudio como hecho de carácter social y a partir de allí reconocer los procesos económicos y sociales que involucran a decenas de millones de personas, tanto como consumidores como recibiendo a los turistas en las localidades turísticas. Lo que señala este autor es la carencia de una sistematización teórica que permita captar la esencia del turismo para encuadrarlo metodológica y teóricamente.

Los aportes de Sessa a la investigación turística parten de su experiencia en largos años de residencia en Francia, Suiza, Estados Unidos e Inglaterra, donde colaboró con instituciones universitarias en la docencia para el sector turístico y hotelero. A partir de estos antecedentes, colabora con el ya mencionado Centre des Hautes Études du Tourisme en Aix-en-Provence, en cuyo marco publica dos investigaciones monográficas y también colabora con el también ya mencionado centro de St. Gallen, entonces dirigido por el prestigioso Hunziker.

Su activa participación en congresos internacionales, lo lleva a relacionarse con el Ministero degli Affari Esteri de Italia a través del Servizio della Cooperazione Tecnica per i Paesi in via di sviluppo lo que permitió que ese Ministerio patrocinara y contribuyera financieramente con el Corso di Specializzazione in Turismo, en el marco de la Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Pro Deo, en cuya primer cursada realizada en Roma en 1974 participaron 19 representantes de 12 países de Latinoamérica, dado que la Cancillería italiana concentró sus becas de estudio solo en esta región. En sus 10 primeros años, que incluyeron cambios de sede y de planes de estudio, pasaron por sus aulas graduados de 35 países, ya no solo latinoamericanos. Este Curso de Especialización en Turismo dio origen a la *Collana di Libri* editada por la SIST, integrada por 17 obras.

La importancia de los aportes de Sessa a la investigación turística en Italia se corresponden con su larga historia académica que puede sintetizarse así: i) fue Presidente de la Associazione Nazionale Italiana Esperti Scientifici del Turismo y director de la *Rassegna di Studi Turistici* de Roma, ii) fue codirector de la revista estadounidense *Annals of Tourism Research*, que se menciona más abajo, y colaborador permanente de la *Revue de Tourisme* de Berna, iii) ha publicado cerca de 90 ensayos y 20 libros que se difundieron en lengua italiana, inglesa, española, portuguesa y francesa.

2.2. La investigación turística en Norteamérica

En los Estados Unidos de América a partir de la década del 70 hubo una creciente comunidad de investigadores formados principalmente en Ciencias Sociales que se dedicaron al estudio del turismo principalmente en las Universidades de Colorado y Wisconsin-Stout. Sus investigaciones se difunden a través de dos revistas académicas (en inglés) que al correr de las décadas han sido consideradas entre las más rigurosas e influyentes en la investigación turística en el ámbito internacional, el *Journal of Travel Research* y *Annals of Tourism Research*.⁷

El *Journal of Travel Research* (JTR), publicado por la Universidad de Colorado, es la primera revista internacional dedicada exclusivamente a la gestión y el comportamiento de viajes y turismo que se encuentra en el tope del ranking de las revistas especializadas. El *Journal*, que fue publicado por primera vez en 1968, proporciona información actualizada sobre la investigación internacional y multidisciplinar en turismo. En 2018 ha editado su volumen 57.

Annals of Tourism Research, publicada por el departamento de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de Wisconsin Stout, es una revista de ciencias sociales que aborda las perspectivas académicas en turismo, intentando lograr un equilibrio entre teoría y práctica en el desarrollo de las bases teóricas y nuevos enfoques que propicien una mejor comprensión del turismo. Jafar Jafari es el fundador y editor de la revista desde 1973 y hasta 2008, en que John Tribe le sucede en su dirección.

Annals of Tourism Research recibe para su publicación trabajos sobre aspectos antropológicos, de negocios, económicos, educativos, ecológicos, geográficos, históricos, psicológicos, filosóficos, religiosos, sociológicos, incluyendo ensayos teóricos, estudios de casos, y exposiciones orientadas a la actividad turística. La revista en mayo de 2018 publicó su número 80 y puede ser consultada en línea en el sitio: <https://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research/>

Para sondear la composición y evolución del conocimiento científico en turismo en Estados Unidos de América, se tomó como fuente el trabajo de Xiao y Smith⁸ (2006) en el que a partir del análisis de contenido de los artículos publicados en *Annals of Tourism Research* entre 1973 y 2003, identifican los principales temas objeto de estudio siguientes: metodología, desarrollo, impactos, organización y asociación, EEUU, turistas, turismo internacional, planificación, descanso (resort), cultura, marketing, motivación y atracciones.

Los autores además registran cuatro tipos de cambios en las temáticas abordadas por *Annals* durante esos 30 años:

- a. En la primera época se toma el turismo en su sentido conceptual y de definición de manera recurrente, se discute acerca de modelos, estatus y naturaleza del turismo como actividad productiva y sistema.

⁷ Dogan Gursay and Jennifer Kaye Sandstrom, "An Updated Ranking of Hospitality and Tourism Journals". *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Vol 40, Issue 1. First Published June 4, 2014.

⁸ H. Xiao, S. Smith (2006). "The making of tourism research: insights from a social sciences journal". *Annals of Tourism Research*. Elsevier.

- b. En los años 80 se da una orientación creciente hacia aspectos económicos del turismo como empleo, inversión, balanza de pagos, inflación, relaciones internacionales. Esta influencia declina en los años 90 a favor de estudios socioculturales, desarrollo comunitario y aspectos ambientales.
- c. Comienzan a prevalecer los temas relacionados con el marketing, la administración, el estudio de la conducta de los consumidores, en detrimento de estudios de la oferta hotelera, playas y restaurantes.
- d. El último cambio registrado se da en el pasaje de estudios internacionales en términos de continentes o regiones en los que la cobertura predominante era Norteamérica a estudios de turismo en Europa, Asia, Australia, Nueva Zelanda.

Jafar Jafari, además de haber sido el responsable de la edición de la revista *Annals* hasta 2008, merece ser mencionado por la publicación de dos colecciones de libros de turismo en inglés: *Tourism Social Science* y *Bridging Tourism Theory and Practice*; y en 2016 por la publicación de la *Encyclopedia du Tourism* en colaboración con Honggen Xiao de la Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, China.

La *Enciclopedia del Turismo* es una obra de referencia y consulta que ha reunido a más de 300 destacados colaboradores del mundo para abordar la problemática del turismo desde campos tan diversos como relevantes, entre ellos la economía en general y el marketing y la administración de empresas en particular, la ecología, la estadística, la antropología, el derecho, la geografía, la historia, la psicología, la sociología, la publicidad y la informática, reflejados todos ellos en más de mil entradas que componen la obra.

Jafari, graduado en Administración Hotelera en la Universidad de Cornell y doctorado en Antropología Social por la Universidad de Minnesota, se ha desempeñado como profesor de Hotelería y Turismo en la Universidad de Wisconsin-Stout, posición desde la que ha editado las publicaciones ya mencionadas, a raíz de lo que ha tenido una autoridad creciente en el ámbito de estudios e investigaciones académicas. Es autor, solo o en colaboración, de artículos relativos a la enseñanza e investigación del turismo de gran repercusión en el ambiente académico mundial. Podemos citar como ejemplo significativo su obra en colaboración con Ritchie: *Toward a framework for tourism education*,⁹(1981) en la que proporcionan un fundamento para el análisis y la discusión de la educación en turismo.

En este artículo, los autores consideran que el enfoque transdisciplinar es el más adecuado para estudiar el turismo, y debido a las diversas limitaciones que implica este enfoque, lo mejor es aceptar un modelo multi o interdisciplinar para su estudio. Originalmente este modelo presentaba 16 disciplinas, pero durante el VII Congreso Nacional e Internacional de Investigación Turística realizado en Guadalajara, México en 2005, Jafari añadió las áreas de Religión e Historia,

⁹ Jafari, J. & Ritchie, J.. (1981) "Toward a framework for tourism education: problems and prospects". *Annals of Tourism Research* 8(1): 13-34.

En su artículo, Jafari pasa revista a la producción científica en turismo desde sus albores hasta nuestros días, describiendo las condiciones, factores e ideas que han influido en cada una de esas etapas del pensamiento sobre el tema. Denomina a esas etapas plataformas y las describe como:

1. Plataforma favorable (optimista),
2. Plataforma desfavorable (pesimista),
3. Plataforma conciliadora; y
4. Plataforma científica.

Si bien las tres primeras plataformas expresan, tal como se nombran, las condiciones reinantes en las etapas en las que podemos distinguir la evolución o las modas en el saber turístico, la cuarta plataforma es la que ha generado más polémica debido a que pretende calificar el discurso del turismo como científico. El criterio de científicidad que Jafari intenta establecer es el reconocimiento del hecho de que la investigación en turismo y su campo de acción se han planteado durante la última década del siglo XX de un modo integrador, es decir en sus palabras “como un sistema, para la adecuada comprensión de las estructuras turísticas y de sus funciones, lo que ha dado como resultado un corpus teórico”. Su conclusión es que el conocimiento del turismo está adquiriendo estatus científico porque en la actualidad este hecho social es una importante y legítima área de investigación en numerosas universidades del mundo; además porque han proliferado programas de estudio en la materia (incluso a nivel de doctorado) y se han editado abundantes libros y publicaciones periódicas especializadas en el tema.

Annals of Tourism Research en español

Durante su estadía en la Universidad de Les Illes Balears en 1999, Jafari, entonces editor de *Annals of Tourism Research*, acordó con el Laboratorio de Investigación y Documentación Turística de esa universidad traducir la revista al segundo idioma más hablado del planeta. La idea era contribuir a una mejor y mayor difusión de *Annals of Tourism Research* en el mundo de habla hispana. Esta nueva publicación, cuyo "copyright" pertenece a la UIB en Palma de Mallorca (España), es editada por su Laboratorio de Investigación y Documentación Turística (LABTUR) y contiene artículos y textos traducidos de los dos últimos números publicados en su versión en inglés. Si bien cada número en español contiene alrededor de ocho artículos, aproximadamente el mismo volumen de material que un número en inglés, se trata de una selección de los artículos más interesantes, a criterio de los editores, para el mundo de habla hispana. Además de estos artículos, que son el contenido básico de la publicación, se traducen también algunas notas de investigación, informes de conferencias, reseñas de libros, etc. El contenido de la revista se puede consultar online hasta su número 11, editado en 2009 y facilitado por Elsevier Science Ltd.

En **Canadá** una de las principales referencias académicas al tratamiento científico del turismo es *Téoros*, una revista de investigación en turismo fundada en 1982 por un grupo de profesores del Département d'études urbaines et touristiques de la Universidad de Quebec. Esta revista que aparece tres veces al año, adopta una orientación temática para cada número. El sumario de sus contenidos está disponible en: <https://journals.openedition.org/teoros/>.

Podemos apreciar la contribución de *Téoros* a la investigación turística en Canadá a través de la reseña de los temas de investigación elegidos para su publicación en la revista. Para ello tomaremos como fuente a Kadri, Bédard y Chicoine en su artículo “¿Hacia una ciencia del turismo? La contribución de la revista *Téoros*”¹¹.

Para analizar la evolución de las temáticas de investigación, los autores ordenan y comparan por períodos de diez años, lo que da una secuencia 1982/1989, 1990/1999, 2000/2005, además del total del período de análisis entre 1982 y 2005.

Respecto a la diversidad de temas objeto de estudio, se agrupan algunos de los temas dentro de una categoría más genérica; por ejemplo, en Industria del turismo se incluyen los diferentes aspectos de intervención económica como la gestión, la comercialización, la información; y en Turismo: turismo y ciudad, turismo aborigen, turismo de aventura, etc.; mientras que otros temas tales como Teoría y metodología, o Regiones y culturas, se mantienen tal como son descritos por *Téoros*.

El resultado de este análisis arroja las preferencias respecto a temáticas objeto de publicación en *Téoros* durante el período 1982- 2005 que se agrupan en torno a los siguientes campos que despiertan mayor interés : Industria turística (22), Experiencias turísticas (18), y Regiones y cultura (10) y Organización del turismo (5); mientras que los temas siguientes registran las menores frecuencias; Economía turística, Epistemología y prospectiva (3), Formación turística: condiciones de trabajo y enseñanza (2), Fenómeno Turístico: historia y estado de los lugares (2), Teoría y Metodología (2), Turismo y religión (2), Turismo y países en desarrollo (2), Tecnología de la información (1), Transporte (1). Y con ninguna referencia: Turismo y Riesgos, Comportamientos turísticos y accesibilidad en turismo.

Hay dos grandes núcleos de investigación que estructuran este retrato temático: de un lado “el turismo” y del otro la “experiencial-regional-cultural”; este último núcleo es el resultado de la fusión de las dimensiones "turismo" y "regiones-culturas", porque se ha tratado de poner de relieve las regiones y espacios metropolitanos de Quebec a través de los diferentes tipos de turismo. Ambos núcleos extremos marcan la temática de *Téoros* por su evolución permanente, mientras que otros temas, como la teoría y metodología, no continúan como objeto de estudio durante los tres períodos.

En el curso del período 1982-1989 los temas Industria turística (12) y Experiencias regionales-culturales (7) son preponderantes como temas de investigación turística. La categoría Teoría y metodología, a la que podemos sumar Economía turística debido a las reflexiones epistemológicas llevadas a cabo sobre este tema, están muy poco presentes en las orientaciones temáticas de *Téoros*. Los aspectos teóricos y metodológicos de la investigación que permiten la construcción de un cuerpo de conocimientos solo aparecerán como temas tres veces: la investigación del turismo en 1982, economía del turismo en 1988 y la investigación en turismo en 1989. El tema turismo y metodología no se trata en el curso de los períodos 1990-1999 y 2000-2005 con la excepción de un desarrollo especial sobre el tema de los análisis de los métodos de previsión y prospectiva en turismo en 1993 y de otro sobre los comportamientos

¹¹ Kadri, Bédard, Chicoine (2005). “Vers une science du tourisme? La contribution des revues *Téoros* et *Loisir et Société*” en *Téoros: revue de recherche en tourisme*, Vol. 24, Nº 3.

turísticos en 1999. Pero aparecen nuevos temas tales como el turismo y la religión, el turismo y la tecnología.

En síntesis, se observan dos orientaciones predominantes en las temáticas abordadas por la revista: captar y movilizar la atención de la industria turística hacia los problemas del turismo e introducir y difundir la imagen del turismo en Quebec, tanto en el plano externo como interno. Sin embargo, el tema experiencial, cultural, regional continúa siendo preponderante en el resto del período 1982-2005 en relación a los temas de la industria turística, con una presencia más sostenida en el tiempo que las de la industria turística y de las regiones y culturas.

Para completar este relevamiento, se analiza el índice de contenidos de la revista *Téoros* entre 1982 y 2005; el resultado es que, sobre un total de 180 referencias, 50 han sido seleccionadas porque concentran el mayor número de referencias de artículos, es decir el 80% de la totalidad de las referencias durante el período de estudio.

Del total de temas de materias de estudio catalogados según el número de artículos citados en el índice de la revista, se observa que más del 45% de las referencias totales (2.614) identificadas se concentran en los siguientes ocho temas:

1. Turismo (fenómeno y experiencias turísticas);
2. Gobierno, Política, Planificación;
3. Desarrollo;
4. Patrimonio cultural, Museos;
5. Regiones;
6. Análisis socioeconómico y estadístico;
7. Temas urbanos y metropolitanos;
8. Medio ambiente y parques.

Esta nueva observación muestra un cierto interés de la investigación orientada hacia la visión y dominio del desarrollo del turismo, es decir hacia a una perspectiva de tipo gerencial y estratégica y aparece nuevamente la importancia del tema "industria turística".

Casi todos los temas listados están relacionados con la actividad productiva del turismo e incluyen casi el 47% de las referencias totales (2.614) y puede incluso llegar a más del 50% si se agregan los aspectos relacionados con el tema "urbano- metropolitano" o el tema "análisis estadísticos, sociales y económicos". Por otra parte, cabe señalar que es de gran importancia conectar los temas tratados en el ítem "región" (123) con los del ítem "urbano-metropolitano" (105), que juntos muestran la diversidad de la experiencia turística. Por último, es válido señalar que esta investigación vuelve a confirmar el resultado ya obtenido anteriormente acerca de la debilidad de la presencia de temas relacionados con la investigación, la metodología y la crítica y construcción de paradigmas.

2.3. La investigación turística en Latinoamérica

Un importante impulso para la investigación turística en América Latina fue la creación en 1974 en la ciudad de México del Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) dependiente de la Organización de Estados Americanos, que fuera dirigido por Roberto Boullon. En este espacio confluyeron durante más de diez años Miguel Acerenza, Edgar Hernández Díaz, Fabio Cárdenas y Sergio Molina entre otros, especialistas en turismo de Latinoamérica que generaron marcos conceptuales y metodológicos pertinentes para la investigación del turismo en la región. Adicionalmente CICATUR fue un crisol para la formación de jóvenes investigadores que en los años posteriores se destacarían como funcionarios, docentes y directores de grupos de investigación en sus países.

El grupo de especialistas convocados por CICATUR México dividía su año de trabajo entre el dictado del Curso Interamericano de Capacitación Turística y las Misiones de Asistencia Técnica a los países de América Latina solicitadas a través de la OEA, en los que además de la capacitación se asistía a las autoridades de cada país en la elaboración de planes y proyectos turísticos.

Para atender las demandas de capacitación de América del Sur, en 1976 la OEA crea la sede de CICATUR en Buenos Aires que dirige Juan Carlos Darriulat, y cuenta con la participación de Eduardo Pantano, Lucila Oliver, Lydia Laurencena y Eduardo Goldenhorn, quienes llevan a cabo una intensa labor de capacitación y asistencia técnica para el cono sur. Los cursos regionales dictados en Buenos Aires fueron más variados y de menor duración, manteniéndose activa esta subsede hasta 1986.

En setiembre de 1974 CICATUR en México dicta el Primer Curso Interamericano de Planificación Turística, con una duración de 4 meses y una carga horaria de 400 horas teóricas y 320 horas prácticas. A este curso asistieron 30 becados por la OEA, cuatro de ellos de Argentina. Los Cursos Interamericanos se siguieron repitiendo durante doce años en el segundo semestre de cada año hasta 1986, con la participación de entre 25 a 30 alumnos becados por la OEA por año.

Según una publicación de la OEA, entre 1974 y 1986 habían participado de los diversos cursos dictados en CICATUR, sede México, un total de 699 personas de toda América Latina, de los cuales 177 eran argentinos. En otros tipos de formación, como los Cursos Regionales y Nacionales en diferentes países y programas educativos organizados por los países con financiamiento de la OEA, participaron 946 personas de las cuales 311 eran argentinos. Estos alumnos, que como requisito mínimo tenían que tener un título universitario de grado y desempeñarse en el sector turístico, pertenecían a los organismos oficiales de turismo de países y provincias de Latinoamérica, así como a las universidades que dictaban la carrera de Turismo. Estas cifras nos dan una idea de la importancia de la labor desarrollada por el equipo CICATUR y de su trascendencia en América Latina, ya que gran parte de los especialistas de los organismos nacionales y provinciales de turismo de Latinoamérica, así como muchos de los docentes de las escuelas de turismo que comenzaron a proliferar por esos años, pasaron por sus aulas en el Distrito Federal.

Los aportes desde la Serie Trillas Turismo

A partir de la década del 80 la Editorial Trillas de México, consciente de la creciente importancia del turismo para México y Latinoamérica, ofrece a sus lectores en su Serie “Trillas Turismo”, un conjunto de obras orientadas a robustecer bibliográficamente esta actividad.

En esta serie se comienzan a publicar los desarrollos conceptuales y metodológicos elaborados por los profesores de CICATUR, que anteriormente circulaban de mano en mano como material de estudio y apuntes de clases. Los principales autores son Boullon, Hernández Díaz, Acerenza, Cárdenas, Molina y Rodríguez Wog. Este material se plasma en unos 8 libros editados en los años 80¹² y una continuidad de esas obras en la década del 90, que alcanzaron amplia difusión y formalizaron el corpus de lo que Jiménez Guzmán, Luis (1986)¹³ llama la “Escuela Americana de Turismo”.

México

En los años 60 el Consejo Nacional del Turismo crea el Instituto Mexicano de Investigación Turística (IMIT), que orientó sus investigaciones hacia la planificación, promoción y estudio de la afluencia de turistas a los centros turísticos; por su parte el Politécnico Nacional fue más operativo, para otorgar un cierto apoyo a la capacitación turística. Los aportes a los avances disciplinarios del turismo con enfoques conceptuales y metodológicos y estudio de los impactos regionales y espaciales de la actividad turística se dieron principalmente en las Universidades de Guadalajara y en la Autónoma de Baja California.

La creación del CESTUR (Centro de Estudios Superiores del Turismo), dependiente de la SECTUR, en los años 80 permitió enfocarse en los estudios de perfiles turísticos, afluencia de visitantes, factibilidad del turismo cultural, así como estudios de inversión y promoción turística, donde se inserta el FONATUR.

Es recién en la década de los noventa, cuando la vinculación de la ciencia y la tecnología con el sector productivo alcanzan un mayor auge y se definen políticas de impulso a la educación superior y la investigación en turismo. López Leyva (2001)¹⁴.

En México la investigación sobre el turismo ha ido paulatinamente en aumento, cuyo mayor impulso se empezó a notar sobre todo a partir de los inicios del presente siglo XXI, siendo las instituciones de educación superior las responsables de su práctica en la mayoría de los casos.

¹² Cárdenas Tabares, Fabio (1982): *Comercialización del turismo: determinación y análisis de mercados*; Hernández, Edgar (1982): *Planificación turística: un enfoque metodológico*; Cárdenas Tabares, Fabio (1983): *Producto turístico: bases estadísticas para su muestreo y diseño*; Boullon, Molina y Rodríguez (1984): *Un nuevo tiempo libre: tres enfoques teórico prácticos*; Boullon, Roberto (1985): *Planificación del espacio turístico*; Acerenza, Miguel (1984): *Administración del Turismo*; Acerenza, Miguel (1985): *Promoción turística: un enfoque metodológico*; Boullon, R. (1990): *Los Municipios Turísticos*; Molina y Rodríguez (1991): *Planificación turística: un enfoque para Latinoamérica*; Boullon, R. (1994): *Las actividades turísticas y recreacionales*.

¹³ Jiménez Guzmán, Luis (1986). Teoría Turística. Un enfoque integral del hecho social. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.

¹⁴ López, Leyva. Santos (2001). La vinculación de las instituciones de educación superior con el sector productivo en México. La visión de los investigadores. Universidad Autónoma de Sinaloa, México

En este sentido, se presenta una muestra de los trabajos más destacados, que abordan la investigación turística y sus alcances, en el siguiente cuadro:

Publicaciones recientes sobre investigación turística en México

| Autor(es) y año | Título | Institución |
|---|---|---|
| Maribel Osorio García y Álvaro López López (2012) | Producción académica reciente en la investigación turística. En <i>Investigación turística. Hallazgos y aportaciones</i> | Asociación Mexicana de Investigación Turística (AMIT) |
| Gustavo López Pardo, Bertha Palomino Villavicencio, et. al.(2007) | <i>Elaboración de un diagnóstico del estado de la investigación turística en el país</i> | Universidad Nacional Autónoma de México (SECTUR/CESTUR) |
| Maribel Espinosa Castillo (2007) | La investigación turística en México: tendencias y retos. En <i>Tendencias de investigación turística a principios el siglo XXI</i> | Instituto Politécnico Nacional |
| Salvador Gómez Nieves (2007) | <i>Retos y desafíos de la educación superior y la investigación turística en México</i> | Universidad de Guadalajara |
| Rosana Guevara Ramos, Sergio Molina y Jordi Tresserras (2006) | <i>Hacia un estado de la cuestión en investigación turística. En Estudios Multidisciplinarios en Turismo</i> | SECTUR |

Fuente: UNAM- CESTUR, Centro de Estudios en Turismo

No obstante, aún y cuando existen condicionantes que determinan el curso de la investigación turística en México, también se hallan esfuerzos significativos por enfrentar tales limitaciones y en ese sentido, cooperar en la construcción del conocimiento turístico comprometido socialmente Osorio-García y López-López, (2012)¹⁵. Vale la pena aclarar que dicha afirmación no necesariamente hace alusión al conocimiento científico del turismo. Asimismo, las instituciones de educación superior que realizan investigación en turismo tienen que afrontar diversos retos, entre los que sobresale la formación de recursos humanos más informados y preparados, así como responder a la demanda de profesionales debidamente capacitados, entre otros (Gómez Nieves, 2007).

En la base de datos del RICIT (Red de Investigadores y Centros de Investigaciones en Turismo), Jiménez Martínez (2006)¹⁶, a través de un sencillo análisis sobre los registros de los proyectos de investigación e investigadores, elabora una clasificación temática con los resultados que se sintetizan a continuación.

La base de datos considera 137 personas registradas como directores o investigadores asociados de 32 instituciones diferentes, entre las de educación superior y los centros de investigación, que presentaron un total de 78 proyectos. Del total de los 78 proyectos, un tercio de ellos, es

¹⁵ Maribel Osorio García y Álvaro López López (2012) *Investigación turística. Hallazgos y Aportaciones, en México*: Universidad Autónoma del Estado de México/Universidad Nacional Autónoma de México/Academia Mexicana de Investigación Turística/Secretaría de Turismo

¹⁶ Jiménez Martínez (2006), *Las universidades y el turismo: Reflexiones sobre la investigación turística en México*. RICIT- Red de Investigadores y Centros de Investigaciones en Turismo.

decir 25, se concentran en temas relacionados con los recursos y atractivos turísticos de las localidades y las regiones; le sigue en importancia 9 proyectos relacionados con el turismo y la educación; entre 7 y 9 proyectos tratan el tema de la sustentabilidad y los impactos del turismo en general (ambientales, sociales y económicos); y otros 7 proyectos se dedican a temas administrativos o técnicos de operación y funcionamiento -con 4 proyectos en temas de superestructura turística, conceptualización e investigación, y 3 proyectos sobre el turista, su motivación y conducta, mercadotecnia y organización de las comunidades en torno al turismo y un proyecto sobre la historia y evolución del turismo- .

Otra fuente de información para conocer lo que se investiga en turismo en México son los temarios de los congresos y encuentros académicos realizados en los últimos 6 años. Para ello tomamos la revisión realizada por M. Osorio en 2008¹⁷ de las 125 ponencias presentadas en los congresos realizados en México entre 2004 y 2007.

Del análisis resultaron por orden de importancia las siguientes líneas temáticas:

1. Espacio, planificación sustentabilidad y desarrollo local..... 32 proyectos
2. Mercados, segmentos y desarrollo de productos..... 3 proyectos
3. Educación, capacitación y trabajo22 proyectos
4. Estudios económicos del turismo.....14 proyectos
5. Turismo, cultura, patrimonio e identidad..... 14 proyectos
6. Legislación, gestión y políticas públicas..... 10 proyectos
7. Propuestas teórico conceptuales de turismo..... 2 proyectos

Brasil

Uno de los primeros trabajos acerca de la producción científica en Turismo en Brasil, es el realizado por Miriam Rejowski (1993)¹⁸ en la Universidad de San Pablo, que recopila y analiza la producción en turismo de las universidades brasileñas en los 17 años transcurridos entre 1975 y 1992.

Para su elaboración, la autora toma el conjunto de disertaciones de maestría, tesis de doctorado y tesis de libre docencia, presentadas en entidades brasileñas de educación superior hasta diciembre de 1992, en las que el Turismo es tema central o aparece de forma explícita. Con este criterio reunió 55 documentos, cuyos datos fueron registrados en ficha técnica y dieron origen a la descripción de las mismas, bajo el punto de vista de la caracterización del universo, análisis disciplinario y temático y análisis por tipos de estudio.

En este conjunto predominan las disertaciones de maestría (67,3%), seguidas de tesis de doctorado (21,8%) y de tesis de libre-docencia 7 (10,0%). Esto es natural, teniendo en cuenta

¹⁷ M Osorio, (2008) *“Asesoría Técnica: elaboración de un Diagnóstico del Estado de la Investigación Turística en el país y generación de un Programa de Investigación Integral para el Sector Turismo”*.

¹⁸ Rejowski, Miriam (1997). “Realidade e necessidades da pesquisa turística na América Latina. O caso do Brasil.

que el inicio de las maestrías en Brasil se remonta a la década de los 70 y el inicio del doctorado a la década de los 80. Respecto a las áreas temáticas tratadas el área de Comunicación muestra la máxima producción (21 investigaciones), siguiendo las áreas de Administración (13) y Geografía (9). Las demás áreas responden por el 30% de la producción. Se puede decir que Comunicación, Administración y Geografía son áreas tradicionales de investigación turística en Brasil, siendo la primera de ellas la más promisoría.

El contenido disciplinario de las investigaciones fue clasificado por la autora en asuntos generales con base al contenido de las mismas, una vez que los títulos no expresaban, con exactitud, sus temas y subtemas. Del total de 17 asuntos generales clasificados, los preferidos fueron dos: planificación turística y turismo litoraleño (7 investigaciones en cada uno). Enseguida aparecen otros tres asuntos generales: hotelería (6), espacio y turismo (5) y economía y turismo (5). A pesar de la gran variedad de asuntos, los investigadores se han ocupado más de la planificación turística, como base para el desarrollo de esta actividad en el país, y del estudio de centros turísticos localizados en el litoral marítimo.

Entre tanto, en ambos casos no se da la debida importancia a la comprensión del Turismo como un todo, sea del punto de vista teórico sea de la aplicación. Son estudios aislados, valorizando la planificación sin la visión estratégica, y considerando los recursos naturales del Litoral Brasileño como el principal atractivo turístico del país.

En relación a las investigaciones que tratan del turismo y percepción éstas fueron desarrolladas específicamente en la Universidad Federal de Río Grande del Norte, y sus respectivos autores tuvieron el mismo profesor orientador. Este es el único caso de estudios sobre un único asunto que se complementan. En cuanto a la especificidad del objeto de estudio, se observó una producción máxima (39 investigaciones) sobre Turismo en núcleos y regiones de Brasil.

El análisis por tipos de estudio realizado por la autora consideró, en la medida de lo posible, la propia tipología empleada por los investigadores, resultando nueve categorías de tipos de estudios: la producción máxima (23 investigaciones) es de análisis, seguida de estudios de caso (11). Los otros siete tipos representan 38,2% de la producción total. Por la cantidad y período de las disertaciones y tesis en Turismo elaboradas en las universidades brasileñas (55 trabajos en 17 años), podría haberse obtenido algún tipo de retrato evolutivo del Turismo en Brasil, comparándolo a la situación de la investigación turística en otros países.

Sin embargo, para Rejowski las investigaciones relevadas y analizadas no posibilitaron visualizar el desarrollo esperado y son en realidad estudios individuales, sin interrelaciones entre líneas de investigación.

2.4. La investigación en turismo en la Argentina

En Argentina los primeros trabajos de investigación sobre turismo realizados a partir de los años sesenta y en la década del 70 fueron de investigación aplicada, realizados a pedido de los gobiernos y empresarios que pretendían comprender mejor esta actividad para evaluar su contribución a la economía y la pertinencia de fomentarla. Los profesionales convocados para dar respuesta a estos interrogantes fueron arquitectos, economistas, sociólogos, estadísticos y abogados entre otros, quienes desde sus saberes abordaron este nuevo "objeto de estudio",

aplicando diversos aportes sobre el tema extraídos principalmente de la experiencia europea, en especial de España y Francia.

Hacia mediados de los años sesenta esta inquietud creciente por el tema llega a las universidades privadas y públicas que comienzan paulatinamente a ofrecer formaciones en Turismo a niveles de Guía, Técnico o Licenciado en Turismo. Estas respuestas del sistema educativo son coincidentes con la apertura que se dio en esa época hacia la profesionalización de actividades tales como medios de comunicación, diseño, turismo, gestión, entre otros.

Sin embargo, para encontrar algo de investigación científica sobre el tema debieron transcurrir un par de décadas, hasta que comienzan a formarse centros de investigación y a publicarse revistas que reunían los resultados de las investigaciones encaradas por docentes y tesis de las universidades argentinas.

En un recorrido cronológico, hemos de mencionar en primer lugar la creación del Centro de Investigaciones en Turismo (CIET) en Buenos Aires a mediados de la década del ochenta, dirigido por Regina Schluter. Se trata de un centro privado que comenzó con publicaciones pequeñas de carácter local, para luego de organizar en 1989 en conjunto con la AMFORT (Asociación Mundial para la Formación Turística) el Seminario Interamericano de Capacitación Turística, publicar con regularidad la *Revista Latinoamericana de Estudios Turísticos*, que al año siguiente cambia su nombre por uno más genérico, el de *Estudios y Perspectivas en Turismo*, nombre que conserva en la actualidad.

Estudios y Perspectivas en Turismo publica en 1991 su primer número en Buenos Aires y se convierte así en la primera revista académica en español de Latinoamérica. Esta revista se caracterizó por recibir en sus inicios artículos de investigadores del resto de América entre los que se destacan Margarita Barreto, Mario Beni y Myriam Rejowski de Brasil, Maribel Osorio, César Dachary y Stella Maris Arnaiz desde México, Eros Salinas Chávez de Cuba, Anaida Melendez desde Venezuela, Rossana Campodónico desde Uruguay.

Además, se presentan en español aportes de especialistas de EEUU y España. En cuanto a la línea editorial de la revista, su directora declara que se analiza el turismo desde la óptica de las ciencias sociales, recibiendo contribuciones tanto de especialistas en turismo como de aquellos que provienen de la antropología, ciencia política, ecología, economía, geografía, psicología y sociología (CIET, 2015)¹⁹.

Con el objeto de analizar los temas tratados por la revista se tomó como fuente a Maribel Osorio García²⁰, quien examina las publicaciones de *Estudios y Perspectivas en Turismo* entre 1992 y 1994, los primeros tres años, y entre 2012 y 2014, los tres más recientes.

Para la clasificación temática de los artículos, Osorio García aplica con algunos agregados, un esquema similar al que utilizara en su estudio para la Universidad Autónoma de México (2007)

¹⁹ CIET. (2015) *Revista Estudios y Perspectivas. Número conmemorativo 25 Aniversario*. Editora invitada Margarita Barreto

²⁰ Osorio García, Maribel (2016), *Revista Estudios y Perspectivas en turismo-calidad científico y editorial, temáticas e indicadores bibliométricos. Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 25 pp.539-557.

ya citado. Este ordenamiento ilustra la amplitud del objeto de estudio abordado por la revista *Estudios y Perspectivas*, detallando los principales temas y subtemas en el cuadro siguiente:

| EJES | SUBTEMAS |
|--|---|
| Espacio, Planificación sustentable Y Desarrollo local (EPSD) | <ul style="list-style-type: none"> – Planificación y estudio del espacio natural, urbano y regional – Ordenamiento territorial – Sustentabilidad – Desarrollo local – Impactos – Cambio climático |
| Estudios económicos y Administrativos (EEA) | <ul style="list-style-type: none"> – Gestión de empresas turísticas – Administración hotelera – Tecnologías de la información y las comunicaciones. TICs. – Desarrollo sectorial |
| Mercados y competitividad (MC) | <ul style="list-style-type: none"> – Mercados turísticos – Estudios de creación y gestión de oferta y productos turísticos – Estudio de demanda – Destinos – Comercialización – Competitividad |
| Investigación y Posturas teórico-metodológicas (IPTM) | <ul style="list-style-type: none"> – Estado del conocimiento – Epistemología – Modelos teóricos – Metodologías |
| Cultura y Patrimonio e identidad. (CPI) | <ul style="list-style-type: none"> – Patrimonio – Gastronomía – Gestión cultural |
| Comunicación (C) | <ul style="list-style-type: none"> – Comunicación – Promoción – Imagen |
| Educación, Capacitación y Trabajo (EPT) | <ul style="list-style-type: none"> – Educación superior en Turismo – Inserción y mercado Laboral – Turismo en Educación básica – Capacitación |
| Análisis sociales y de Inclusión (ASI) | <ul style="list-style-type: none"> – Estudios sociales – Estudios de género – Turismo sexual – Turismo accesible – Ética |
| Legislación, Gestión y Políticas públicas (LGPP) | <ul style="list-style-type: none"> – Gestión y Políticas públicas – Gobernanza – Legislación – Seguridad y Prevención social |

Analizando las tendencias temáticas, se observó en los primeros años un fuerte interés por la preservación ambiental y la importancia del ecoturismo, particularmente de investigadores de Argentina tal como se refleja en el eje temático Espacio, Planificación, Sustentabilidad y Desarrollo local. Así también en esos primeros años se encuentra una importante participación de expertos anglosajones: Pearce, Jafari, Bar-On, Riley, Wall y de especialistas españoles: Bote Gómez, Requejo, Marchena, Velasco y Chirivella, cuyos aportes posicionan en segundo lugar al eje temático de Investigación y posturas teórico-metodológicas. Se puede notar también que en

los primeros años hay una carencia de temas en los ejes Cultura y Patrimonio e Identidad y Comunicación. Este cambio temático se fue observando para finales del siglo XX.

Por su parte Pearce (2013)²¹, preocupado por la escasa internacionalización de la investigación en turismo, releva los trabajos publicados en *Estudios y Perspectivas en Turismo* durante el período 2005-junio 2012. De los 304 trabajos publicados durante ese período, el 88% fueron de naturaleza empírica siendo los restantes revisiones o trabajos más conceptuales. En los trabajos centrados en un solo país (95%) dominaron los estudios empíricos, todos excepto algunos pocos se encuentran dentro de la región. En este aspecto los patrones de *Estudios y Perspectivas en Turismo* son comparables a los relevados por Svensson et al (2009)²² en las principales revistas en inglés donde se observó que el 91% de las contribuciones estaban basadas en datos recopilados en un solo país y sólo el 9% contenía datos de investigación internacional (es decir de dos o más países).

Con relación a la autoría de los artículos de *Estudios y Perspectivas en Turismo* estuvo casi exclusivamente limitada a un único país; solo el 4,8% comprendió investigación entre nacionalidades (generalmente de la región). La amplia mayoría de las contribuciones de un solo país fueron de América Latina: más de la mitad de Brasil (54%) y el 12% de Argentina. Respecto a los artículos que provenían de fuera de la región, la mayoría correspondió a España (9%) y Portugal (4%). La autoría que involucraba varios países comprendió esencialmente investigación colaborativa entre académicos de América Latina y se centraba tanto en un país como en varios.

A partir de principios de siglo la revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* inicia sus procesos de evaluación de calidad, consiguiendo su inclusión en los siguientes índices: CIRET, Latindex, Qualis, Scielo, Unired, RedAlyc, EBSCO, y DIALNET. Es importante destacar que la integración de *Estudios y Perspectivas* en la base de SciELO fue muy beneficiosa para la revista en dos sentidos: por una parte mejoró la calidad teórica y metodológica de los artículos que aplicaban a ella y por otra condujo a que tuviera su propio sitio web y optara por su edición en línea con acceso abierto (R. Schluter y R. Bertoncello, 2010)²³

La **Universidad Nacional de Mar del Plata**, ubicada en la provincia de Buenos Aires, que ofrecía desde 1968 la carrera de Licenciatura en Turismo desde la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, crea su Centro de Investigaciones Turísticas en 1992, dirigido por Juan Carlos Mantero; el CIT se dedica a la investigación pluridisciplinaria de la problemática del uso del Tiempo Libre y sus múltiples dimensiones enfocándose en sus primeros años a la región de influencia de las ciudades de Mar del Plata y Miramar, en temas tales como las expectativas de la población residente respecto al turismo, y el perfil de la afluencia de turistas tanto en temporada como fuera de ella así como los problemas de la estacionalidad.

En mayo de 1997 se publica el primer número de la *Revista Aportes y Transferencias - Tiempo Libre, Recreación y Turismo*, que compila las investigaciones realizadas durante los primeros

²¹ Pearce Douglas. "Comprometiéndose con el mundo. América Latina y la Internacionalización de la investigación en turismo". *Estudios y perspectivas en Turismo*. Volumen 22 -908-925.

²² Svensson et al (2009) "Empirical characteristics of scholarly journals in hospitality and tourism research: an assessment". *International Journal of Hospitality Management*. 28 (3)479-483.

²³ Schluter, R. y Bertoncello, R. (2010) "Tourism research in Latin America: past and future challenges". En: Pearce, D. y Butler, R (eds.) *Frameworks for Tourism Research*. Oxford: Goodfellow, pp. 135-146.

cinco años de experiencia del CIT, en ella se publican artículos redactados por los investigadores: Juan Carlo Mantero, Bernarda Barbini, Jorge Cañueto, Marcela Bertoni, Graciela Benseny y Ricardo Dosso. En esa fecha el CIT organiza en Mar del Plata el II Simposio Latinoamericano de Docentes, Investigadores, Planificadores y Gestores en Turismo.

En 2010 el Centro de Investigaciones Turísticas de Mar del Plata publica el libro *Turismo y territorio. Desarrollo Turístico: del diagnóstico a la propuesta*,²⁴ a propósito de la provincia de Buenos Aires. Esta obra, producto de la actividad desarrollada por los investigadores del CIT durante quince años, ha permitido al equipo abocarse a la problemática de la actividad turística y recreativa, local y regional, en una serie de proyectos sucesivos a propósito de la actividad turística en el territorio bonaerense. Los autores Bernarda Barbini, Graciela Bensey, Daniela Castellucci, Ricardo Dosso y Cristina Varisco con la dirección de Juan Carlos Mantero, han abordado las condiciones urbanas y de concentración de la afluencia turística del territorio bonaerense en Mar del Plata, condición que ha multiplicado su crecimiento, excluyendo la consideración de la potencialidad turística del interior bonaerense y postergando la consideración de la actualidad turística del resto del litoral atlántico.

Esta publicación asume el diagnóstico que les incluye y propicia una contribución a su puesta en valor y en desarrollo sustentable a partir de atributos y condiciones que les singularizan y les diferencian. Las aspiraciones y expectativas del interior cuanto a los problemas y los desafíos del litoral confieren sentido a los estudios y propuestas para dar cuenta de las carencias y potencialidades, en cuanto a las opciones y alternativas que permitan dirigir la actividad turística en su contribución al desarrollo local y regional.

La obra aporta al estudio dialéctico turismo del litoral-turismo del interior, trascendiendo el mero diagnóstico pluri-dimensional que permite proponer requisitos y condiciones de puesta en valor y desarrollo. La revista *Aportes y Transferencias* continúa editándose semestralmente hasta 2011 inclusive. Durante 2018 se ha relanzado su publicación de la revista que recibe contribuciones científicas sobre los siguientes temas: Teoría y epistemología del turismo, Gestión turística, Ocio y recreación, Turismo y economía, Turismo y desarrollo, Educación en Turismo y Turismo y ambiente.

En la Patagonia, la **Universidad Nacional del Comahue**, localizada en la ciudad y provincia de Neuquén, ofrece la carrera de Licenciatura en Turismo desde 1965 y ha constituido a lo largo de los años con profesores de la propia Universidad tres centros de investigación:

- el CEPLADES: Centro de Estudios para la Planificación y el Desarrollo Turístico Sustentable, creado en agosto de 2005 y dirigido por Adriana Otero.
- el CECIET: Centro de Estudios del Conocimiento e Innovación Empresarial Turístico, creado en 2008 y dirigido por María Alejandra Gazzera.
- el CETRIP: Centro de Estudios en Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio, creado en julio de 2015 y dirigido por Noemí Gutiérrez. La producción de estos centros, además de los

²⁴ Mantero Juan Carlos et.al. (2010) Turismo y territorio: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico. A propósito de la provincia de Buenos Aires. CIT. Universidad de Mar del Plata. Primera edición. Mar del Plata.

proyectos trianuales de investigación de los profesores titulares y las tesis de grado y de posgrado de los alumnos, se publican en el *Anuario de Estudios en Turismo*.

El *Anuario de Estudios en Turismo* es una revista de publicación periódica que tiene por objeto la difusión de la producción académica, de investigación y de extensión de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. Se trata de una publicación en línea, con referato y de edición anual, cuyos principales contribuyentes son docentes, investigadores, extensionistas y estudiantes de la Facultad.

Los objetivos del *Anuario* son permitir una mayor interacción entre los principales actores involucrados en la actividad turística de la región y el país, revalorizando la investigación como generadora de conocimiento y la extensión como una herramienta de su aplicación y como medio para resolver y/o modificar situaciones con la finalidad de alcanzar el desarrollo del turismo, y como consecuencia, contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de los ámbitos objeto de estudio.

El *Anuario e Estudios Turísticos* de la Universidad Nacional del Comahue se publica a partir de 2001 a razón de un volumen por año. Actualmente se puede consultar online hasta el volumen 11, correspondiente a las publicaciones de 2016.

<http://fatu-uncoma.com.ar/ft/index.php/2017/08/09/anuario-de-estudios-en-turismo-investigacion-y-extension/>

La revista recibe para su publicación tanto artículos científicos -corresponden a una investigación personal y/o grupal de carácter científico, cultural o profesional sobre un tema determinado, basado especialmente en bibliografía actualizada y/o datos empíricos-, como artículos de corte ensayístico -género breve que expone con profundidad una interpretación personal sobre un tema científico, histórico, filosófico, sin el rigor sistemático del artículo científico-.

El CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas relacionadas con la Enseñanza del Turismo) creado en 1997, es una asociación civil sin fines de lucro, que pretende ser un foro permanente de formación, investigación y extensión en turismo y que nuclea, en la actualidad, a las unidades académicas que dictan carreras relacionadas con el campo turístico en catorce Universidades Nacionales. El Condet decidió desde su creación la realización de Jornadas de Investigación y Extensión anuales de Estudios en Turismo de Universidades Nacionales, cuya organización y sede sería rotativa y la creación de una revista científica que se realizaría en forma conjunta.

La revista *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* es la publicación científica del CONDET editada anualmente por el área de publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. Su primer volumen data de marzo de 2000 y actualmente está disponible en línea hasta el volumen 15 editado en 2017. La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Para ello acepta:

- Artículos científicos: correspondientes a una investigación personal y/o grupal de carácter científico, cultural o profesional, sobre un tema determinado, basado especialmente en bibliografía actualizada y/o datos empíricos.

- Reseñas: la revista recibe reseñas de libros publicados en los últimos dos años y de reediciones de obras antiguas.
- De corte ensayístico: género breve que expone con profundidad una interpretación personal sobre un tema científico, histórico, filosófico, entre otros, sin el rigor sistemático del artículo científico.

3. LOS ESTUDIOS QUE ANALIZAN LA INVESTIGACION EN TURISMO EN ARGENTINA

El primer antecedente que evalúa la producción científica en materia de turismo realizado en el país es "Diagnóstico del estado de la investigación turística en las Universidades Argentinas" de Daniela Castellucci²⁵, investigadora de la Universidad Nacional de Mar del Plata, publicado en 2001 en la revista *Aportes y Transferencias*. En esta obra se identifican, tipifican y analizan los trabajos de investigación en turismo producidos por las universidades con formación académica de grado en el período comprendido entre 1991 y 2001.

Para la recopilación de información se tomaron en cuenta las investigaciones presentadas en las reuniones científicas de turismo y/o las publicadas en revistas especializadas en turismo, y catálogos, a los que se agregó el contacto directo con algunos centros de estudio. La principal dificultad que la autora afrontó fue la carencia de información sistematizada y de catálogos e intercambio de información entre las unidades académicas de la misma o de diferentes universidades.

En el período que abarca el estudio se registran en el país 17 universidades públicas o privadas que incluyen en su oferta académica carreras de turismo. En el relevamiento se encuentran actividades de investigación solo en ocho de estas unidades académicas.

En los trabajos de investigación analizados se evidencia un predominio de producción en las Universidades Nacionales del Comahue (49) y de Mar del Plata (42), seguidas en menor proporción por la Universidad Nacional de Misiones (16), Universidad Nacional del Sur (12) y Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (9). Respecto a las universidades privadas los resultados son: Universidad de Morón (7), Universidad J.F. Kennedy (1) y Universidad del Salvador (1).

El área temática de los trabajos de investigación fue clasificada sobre la base de su contenido, una vez que los temas extraídos de los resúmenes de los trabajos expresaban la información contenida en los mismos. Los temas preferidos en las investigaciones en turismo fueron en orden decreciente los siguientes:

| | |
|--|----|
| Recursos Turísticos Culturales y Naturales | 27 |
| Turismo y Medio Ambiente | 24 |
| Estudio de Oferta y Demanda | 22 |
| Turismo y Desarrollo Económico | 14 |
| Turismo y Espacio | 12 |
| Tiempo Libre y Recreación | 12 |
| Marketing Turístico | 9 |
| Turismo y Sociedad | 8 |
| Turismo y Trabajo | 5 |
| Formación en Turismo | 2 |
| Legislación Turística | 1 |
| Investigación Turística | 1 |

²⁵ Castellucci, Daniela (2001) "Diagnóstico del estado de la investigación turística en las Universidades Argentinas" *Aportes y Transferencias*. Año 5 Número 1

Un segundo trabajo integral sobre esta temática es la investigación sobre “El Turismo como campo de investigación, Universidad Pública y Políticas Globales” (2009) elaborado en la Universidad Nacional de Misiones con la dirección de Marina Nidding y la participación de un equipo integrado por Emilce Cammarata, Lila Sintés, Julieta Andueza, Diana Farías, Antonio Zamudio y María de los Ángeles Alonso.

El trabajo se centra en la caracterización del campo del turismo como área de conocimiento y objeto de investigación académica en el período comprendido entre 2001 y 2008 en Argentina. La principal fuente de información tomada fue la producción sobre el tema de los docentes-investigadores de las universidades nacionales.

El estudio relevó 301 publicaciones efectuadas por más de 500 autores, derivadas de 135 encuadres de investigación diversos en diez de las universidades nacionales miembros del CONDET. El resultado final de la investigación es un Banco de datos sobre la producción global de conocimientos en turismo a partir de las investigaciones realizadas en las universidades públicas en el período comprendido entre 2001 y 2008 en nuestro país.

En el siguiente cuadro se observa que las cinco universidades con mayor generación de proyectos son precisamente las de mayor antigüedad y tradición académica en turismo. Es notoria la prevalencia de la Universidad Nacional del Comahue, que es la única entre las universidades nacionales que otorga el carácter de Facultad de Turismo al ámbito en el que se desarrolla la carrera de grado específica. Esto les permite a profesores de esa unidad académica disponer de mayor presupuesto, recursos humanos -con suficientes estructuras de cátedra- y en consecuencia mayor tiempo disponible y facilidades para el desarrollo de múltiples proyectos.

| Universidad | Proyectos | % |
|---------------------------|------------------|----------|
| Nacional de Misiones | 19 | 12,3 |
| Nacional del Comahue | 32 | 20,6 |
| Nacional del Centro | 10 | 6,5 |
| Nacional de Lanús | 9 | 5,8 |
| Nacional de La Plata | 5 | 3,2 |
| Nacional de Mar del Plata | 16 | 10,3 |
| Nacional de la Patagonia | 26 | 16,8 |
| Nacional de Quilmes | 4 | 2,6 |
| Nacional del Sur | 22 | 14,2 |
| Nacional de San Juan | 12 | 7,7 |
| Total | | 100 |

Del total de proyectos analizados solo el 15 % dispuso o dispone de fondos de investigación externos a las universidades ejecutoras.

Los proyectos analizados se clasifican en función de su temática, adoptando para ello las seis categorías consensuadas por el CONDET para agrupar temáticamente las ponencias que se presentan anualmente a los congresos:

| TEMÁTICA | PROYECTOS | % |
|-------------------------------|-----------|------|
| Territorio | 38 | 24,5 |
| Patrimonio | 34 | 22 |
| Desarrollo Local | 31 | 20 |
| Economía | 28 | 18 |
| Sociedad | 20 | 13 |
| Formación de Recursos Humanos | 4 | 2,5 |
| Total | 155 | 100 |

Un tercer trabajo que brinda información significativa para nuestra reseña es una publicación de Andrés Pinassi y Patricia Ercolani²⁶(2015), investigadores del Departamento de Geografía y Turismo de la Universidad Nacional del Sur (Argentina), sobre las investigaciones en turismo abordadas desde la Geografía.

En una introducción conceptual los autores se refieren a la Geografía del Turismo, como rama de la Geografía Humana centrando su reflexión en las múltiples vinculaciones entre el turismo y el territorio, así como en los cambios ocurridos a lo largo de las décadas en cuanto a los abordajes y las temáticas, desde una primera visión centrada en lo descriptivo a una más analítica e integral. Para arribar a estas conclusiones pasan revista desde una perspectiva teórico-metodológica a los artículos publicados en las revistas científicas de turismo en Argentina, para posteriormente establecer en forma cuantitativa y cualitativa sus temáticas y paradigmas de abordaje desde la Geografía Turística.

De la totalidad de publicaciones examinadas (341), el 41% se corresponde con aquellas divulgadas en la revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* (CIET), el 33% en *Aportes y Transferencias* (Universidad Nacional de Mar del Plata), el 14%, en el *Anuario de Estudios en Turismo* y el 12%, en *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* (ambos en la Universidad Nacional del Comahue).

Los autores comienzan por clasificar los artículos por disciplina, contexto en el que se destaca la geografía como la más representativa (24%), seguida de cerca por la administración (22%), el planeamiento (14%) y la economía (12%). Las restantes disciplinas -sociología, historia, estadística, arqueología/paleontología, psicología, geología, antropología, derecho- no alcanzan el 5% de representación.

²⁶ Pinassi, Andres; Ercolani, Patricia. "Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina" en *Cuadernos de Geografía. Revista colombiana de geografía*, Volumen 24, nº 1 ene-jun 2015.

Estos resultados reafirman lo manifestado por Lew (1999)²⁷, quien destaca que en los estudios de turismo existe un papel preponderante de los geógrafos, a pesar de ser una disciplina reducida al compararla con otras.

Con respecto a la clasificación de los artículos relevados por temática, se observa que prevalecen aquellas vinculadas al turismo y espacio (18%), seguidas por: empresas y servicios turísticos (14%); turismo y sociedad, y turismo y cultura (10%); turismo y desarrollo (9%); turismo y medio ambiente (8%); *marketing* turístico, los estudios de demanda turístico-recreativa (6%), y política turística y los estudios de formación e investigación en turismo (5%). Los restantes temas no alcanzan este último porcentaje.

En términos generales, las representaciones de las temáticas abordadas desde la Geografía del turismo cobran relevancia; considerando los temas turismo-espacio, turismo-sociedad, turismo-desarrollo, turismo-cultura y turismo-medioambiente, alcanzan el 34% de la representación total. En forma específica, turismo y espacio aparece reflejado en primer lugar con el 33%; el segundo lugar con un 18%, lo comparten turismo y sociedad y turismo y cultura; y por último aparecen turismo y desarrollo con el 17%, y turismo y medio ambiente con el 14%.

Al analizar los enfoques de la Geografía del turismo desde los cuales se abordan las investigaciones, se observa que adquieren mayor relevancia aquellos trabajos desarrollados desde la geografía tradicional del turismo (54%), seguidos por la geografía con un sesgo cultural (21%), los publicados con una postura crítica acerca de la práctica turística (14%) y solo un 11% con base en los nuevos aportes en la Geografía del turismo.

Respecto a las temáticas abordadas desde un enfoque tradicional (54%) aparecen el análisis de la capacidad de carga y de los impactos del turismo, principalmente aquellos con injerencia sobre el medio ambiente. Asimismo, hay una significativa cantidad de estudios de caso, evidenciándose una carencia de investigaciones que contribuyan a un mayor desarrollo teórico. Otra constante representativa que se observa es la irrupción de trabajos que se ocupan de la planificación y ordenamiento territorial de la actividad de ocio, así como también se encuentran relevantes las descripciones y caracterizaciones de la oferta turística de determinados destinos o sitios a ser desarrollados desde la perspectiva del turismo o la recreación (investigaciones prospectivas). De igual modo, se comprobaron algunos estudios en los que se explora de forma cuantitativa la potencialidad de los recursos turísticos (visión centrada en la oferta).

Por el lado de la geografía cultural del turismo, si bien hay un menor número de artículos que en el enfoque anterior, el abordaje de la noción cultural, del patrimonio y la identidad resultan temas clave. Prevalecen los estudios de tipo cualitativo que tienen a las entrevistas como técnica metodológica de obtención de información de primer orden. Por el contrario, se evidencia una carencia de estudios desarrollados desde una Geografía del turismo más analítica, con una visión integral e integrada. Generalmente se visualiza esta postura en aquellos trabajos vinculados a los procesos de valorización, y territorialización asociados al turismo, donde se exploran los intereses y posturas de todos los actores participantes.

²⁷ Lew, Allan (1999). "Editorial: A Place Called Tourism Geographies ". *Tourism Geographies* 1 (1): 1-2.

Con relación a los nuevos aportes de la Geografía del turismo, aunque se identifican estudios que abordan la percepción y representación de destinos y atractivos turísticos (espacio percibido y espacio concebido, respectivamente), se nota un déficit de estudios que exploren específicamente el espacio vivido y la articulación de las diferentes dimensiones espaciales.

Además de los antecedentes de investigación sobre la producción de tesis de turismo ya analizados queremos destacar el aporte realizado sobre el tema por Rodolfo Bertoncello²⁸ en el Segundo Congreso Latinoamericano de Investigación Turística realizado en Montevideo en 2010. En esa ocasión Bertoncello, geógrafo e investigador del Conicet, presentó una ponencia como aporte para facilitar la discusión acerca de las problemáticas que enfrenta la investigación turística en Latinoamérica. En este trabajo expone las principales características de la investigación en turismo, poniendo énfasis en el contexto latinoamericano, con el objetivo de plantear reflexiones orientadas a evaluar logros y limitaciones, así como a definir áreas vacías de investigación y los desafíos para la labor futura en el campo del conocimiento social sobre el turismo.

²⁸ Bertoncello, Rodolfo (2010). "Investigación en turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana". *Aportes y Transferencias*. Año 14 Volumen 1.

4. LAS TESIS EN LA MAESTRIA EN ECONOMIA Y GESTION DEL TURISMO, DE LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSGRADO, FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UBA

En el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires hay 31 informes de investigación aprobados con motivo de la presentación de tesis y/o trabajos finales de maestría correspondientes a la Maestría en Economía y Gestión del Turismo, carrera que dirige desde su creación Juan Carlos Chervatin.

De esos 31 trabajos de investigación, 8 fueron dirigidos o codirigidos por Enrique Amadasi, 5 por Alicia Gemelli, 5 por Albina Lara, 3 por Pablo Singerman, 2 por Juan Carlos Chervatin, 1 por Alejandro Capanegra, 1 por Adriana Romero, 1 por Alejandro Przybylski y 1 por Gonzalo Casanova Ferro, todos ellos profesores de la mencionada carrera

4.1 Los temas de investigación seleccionados

A la hora de presentar los temas seleccionados para esas investigaciones, conviene tener en cuenta que en esa carrera tienen un peso importante los estudiantes extranjeros con un título de grado previo en alguna universidad o instituto universitario del extranjero, en todos los casos de América Latina. De los 17 trabajos aquí analizados, 12 son de autores extranjeros y 5 de argentinos. Se trata de los primeros 17 trabajos aprobados. Los 14 restantes se incluyen en el anexo.

Los temas seleccionados son: las personas de edad extranjeras que visitan Buenos Aires; la Marca País de México y su posicionamiento en Argentina; el empleo turístico en el Noroeste Argentino; el turismo ecuestre en la Argentina; los conflictos de intereses interinstitucionales en un Parque Nacional; el desarrollo turístico de Venezuela y su comparación con el caso argentino; una propuesta de desarrollo turístico para un sector del Casco Histórico de Buenos Aires; los mercados turísticos estratégicos y emergentes hacia Argentina; el turismo rural como factor de desarrollo en algunas comunidades de México; el turismo rural comunitario como alternativa de desarrollo para las comunidades indígenas y como estrategia de desarrollo local; un aporte para la diversificación de la oferta de turismo en Colombia: la Ruta de los Volcanes; la política de recuperación del turismo en Colombia; el mercado turístico LGBT para Colombia; certificación en calidad de las playas colombianas; la estacionalidad turística en la costa de Manabí, Ecuador; y el desarrollo turístico de la Quebrada de Humahuaca.

Como se aprecia, en la mayoría de los casos -aunque con varias excepciones-, son una minoría los temas seleccionados ajenos a la Argentina. Aún los centrados en otros países casi siempre tienen una referencia importante a temas turísticos de Argentina como en el caso de algunas investigaciones sobre Colombia, Ecuador, México y Venezuela.

En su *Perfil del turista extranjero de la tercera edad proveniente de los principales países emisores a Buenos Aires*, Pedro Santos Cavalcante (2012)²⁹, brasileño, se propone estudiar el perfil del turista extranjero de la tercera edad proveniente de los principales países emisores de turistas hacia Buenos Aires. Para lograr ese fin, el estudio se organiza de la siguiente manera. En

²⁹ Dirigido por Enrique Amadasi.

el primer capítulo se dedica a la comprensión del hecho turístico y su impacto en la economía de la Argentina y Buenos Aires y desde allí delimitar quienes son los principales países emisores de turistas hacia Buenos Aires. El segundo capítulo estudia las diversas transiciones demográficas que el mundo viene sufriendo y a partir de ello analiza el impacto del envejecimiento en las regiones y los países que más envían turistas a Buenos Aires. En este capítulo también se discute sobre los distintos conceptos de tercera edad en la actualidad, y estudia cinco casos de programas de turismo dirigidos a ese segmento. El tercer capítulo trata de la metodología aplicada en este estudio, de cómo fue construida, llevada a cabo y como se dio tratamiento e interpretación a los datos surgidos de las entrevistas con los turistas de la tercera edad. El cuarto y último capítulo está dedicado a analizar los datos de las entrevistas, primero por países, después comparando las similitudes y diferencias entre los mercados y por fin se traza el perfil del turista extranjero de la tercera edad proveniente de los países emisores de turistas hacia Buenos Aires. A la hora de justificar la selección de este tema, se cita que actualmente 1 de cada 10 personas de la población mundial, tiene 60 años y más, es decir, son personas mayores, pero que las previsiones para 2050 son de 1 de cada 5, resultado del envejecimiento de la población. Estudios del International Tourism Policy Forum señalan a los cambios demográficos como uno de los 19 desafíos de la actividad turística para 2020. Por otro lado, la información disponible indicaba que el 70% de los extranjeros que arriban a Buenos Aires, provienen de Brasil, Chile, Estados Unidos/Canadá y Europa, además de Uruguay, países todos donde la población de personas mayores está creciendo en forma importante.

En su *Marca País y su impacto en el turismo: el caso de Marca País México y su posicionamiento en Argentina*, Víctor Anaya González (2013)³⁰, mexicano, se propone estudiar el posicionamiento de la Marca País México en Argentina y el efecto que esta tiene sobre el turismo emisor argentino hacia ese país. El autor justifica su elección del tema en las cifras oficiales de la OMT que indican que México se encuentra entre los 10 primeros países receptores de turistas internacionales y en ese ranking Argentina es el primer país latinoamericano y el quinto a nivel mundial. Un dato no menor, considerando la distancia existente entre ambos territorios. Para alcanzar su objetivo, en primera instancia profundiza en el estudio del tema Marca País, relacionándolo con conceptos como imagen de destinos, marca destino, marcas de un país y país de origen. Examina además una decena de organismos y consultoras de marketing internacional que elaboran un ranking anual de Marca País, utilizando cada una sus propias definiciones y metodologías. Para esta investigación, selecciona y analiza los rankings de las tres firmas más respetadas por los gobiernos en la actualidad, ya que realizan un análisis completo de todas las variables involucradas en el concepto de Marca País; estas son Future Brand, Anholt-GFK Ropert y Bloom Consulting. A continuación, analiza varios casos de Marca País en Latinoamérica; esta comparación le permite rescatar los aprendizajes obtenidos en la aplicación de esta estrategia de Marketing de destinos. Luego entra de lleno a analizar el caso de la Marca País México, su origen y evolución, sus conceptos y fundamentos, así como su desempeño en los últimos años y los desafíos a afrontar en los próximos. En otro apartado estudia la importancia del turismo para México, analizando las estadísticas de los últimos años y lo compara con las cifras del mercado emisor turístico argentino hacia México. Por último, a través de la aplicación de una encuesta realizada vía Internet, obtiene información que le permite conocer la situación de la Marca País México en Argentina, pudiendo detectar sus fortalezas y

³⁰ Dirigido por Alicia Gemelli.

debilidades, así como las amenazas. Su trabajo concluye con un conjunto de recomendaciones para fortalecer la Marca País con la intención de favorecer el movimiento de turistas argentinos hacia México.

En *El empleo turístico en el Noroeste Argentino*, Myriam del Río (2013)³¹ presenta un análisis sobre la situación actual del empleo turístico, tanto a nivel regional como nacional, con el objetivo de contribuir al conocimiento del empleo que genera el sector turístico en el Noroeste Argentino y sus consecuencias en el resto de las ramas de actividad económica y en el entramado laboral y social regional, aportando los distintos enfoques de medición utilizados internacionalmente por la Cuenta Satélite de Turismo. Para ello, en primer lugar, se plantea las dificultades de medición del empleo que existen en Argentina y se examinan las tendencias seguidas en países más avanzados en este tema como España, Francia, Italia, México, Nueva Zelanda y Australia. Asimismo, se incluyen cifras actuales del empleo turístico y su contribución al empleo en general en algunos de los países considerados. En segundo lugar, se analiza la evolución y estructura del empleo en Argentina y en el NOA, especificándose la composición de las ramas de actividad económica agregada, confrontándose las cifras obtenidas en ambos totales, de acuerdo con los datos obtenidos por la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) y la información censal existente hasta el momento. Del mismo modo, se examina lo ocurrido en cada una de las provincias de la región. Seguidamente, se evalúa la proporción de población urbana y rural ocupada según rama de actividad económica agregada, estimándose la composición del empleo turístico regional. Asimismo, se detalla lo ocurrido en cada provincia según las ramas características del turismo siguiendo los datos censales y de la EPH y considerando en este análisis distintas variables como categoría ocupacional, género, edad y nivel de instrucción en 2010, 2011 y 2012. Finalmente, se plantean cuatro hipótesis con el fin de analizar la contribución del empleo turístico al empleo regional y su perspectiva a futuro, de acuerdo con el volumen de turistas que recibe actualmente cada provincia, la incorporación de nuevos productos turísticos y de un nuevo mercado en la región.

En su *Mercados turísticos estratégicos y emergentes hacia la Argentina: el caso de China, India, México y Rusia*, Analía Castaldi (2013)³² comienza por reseñar la situación actual de la actividad turística en el mundo: principales destinos, países emisores y receptores de turistas y su gasto promedio. A continuación, analiza el turismo receptivo en Argentina, país al que, con datos del 2012, arribaron 5,5 millones de pasajeros, lo que significó el 7,3% del PBI nacional, y generó 1,2 millones de puestos de trabajo -que representa el 7,3% del empleo total- ubicándose como el cuarto exportador del país durante el mismo período. En los siguientes capítulos se enfoca en el estudio de las cuatro economías emergentes: China, India, Rusia y México, considerándolos mercados estratégicos para la ampliación del turismo receptivo en Argentina. Según los pronósticos de la OMT el crecimiento de los BRICS será explosivo en materia de turismo: ya que estiman que para 2020, emitirán unos 181 millones de turistas hacia el mundo, lo que justifica un estudio más profundo de estos mercados, sus características, idiosincrasia y cultura. La autora sostiene que después de la crisis de 2001 la Argentina ha priorizado en su promoción los países vecinos que históricamente, son los que responden más rápido por factores de cercanía, comunicación, afinidad y conveniencia cambiaria y considera que para aumentar el turismo

³¹ Enrique Amadasi fue su director.

³² Dirigida por Pablo Singerman.

receptivo, se podría plantear el objetivo de atraer un millón de turistas provenientes de este bloque para el horizonte 2020. Esta cifra es tan solo un market share del 0,6% de estos mercados en conjunto; si se lograra esto postula que la llegada de turistas internacionales en el 2020 pasaría a ser de 8,6 millones, con un ingreso de U\$S 11.708 millones obteniendo un 87% de crecimiento en las llegadas y un 149% de aumento en los ingresos. Propone una serie de estrategias para la conquista de estos mercados como: realizar acuerdos comerciales entre los gobiernos; creación de oficinas turísticas en las principales ciudades, tales como Beijing, Nueva Delhi y Moscú; capacitar a los agentes turísticos y brindar información relevante en los idiomas locales; diseñando el material promocional en sus respectivos idiomas y ofreciendo paquetes multi-destinos coordinando esfuerzos con países vecinos.

En su *El Turismo Ecuestre en la Argentina*, Adriana Romero (2014)³³, se propone analizar la posibilidad de desarrollar el turismo ecuestre como un producto turístico de la Argentina. En primer lugar, analiza el concepto genérico de producto, para focalizarse luego en el de producto turístico y sus rasgos característicos. De una manera sucinta, se presentan los productos turísticos del país y se describe como se presentan habitualmente en el mercado. Antes de analizar el turismo ecuestre y sus muchas variantes en Argentina, se exploran los destinos líderes de turismo ecuestre en el mundo y la región y los operadores internacionales involucrados. Se describen las actividades ecuestres en general de acuerdo a sus regiones, haciendo referencia a la historia, el arte y la tradición que las caracterizan. Para examinar la oferta turística actual se aborda el abanico de las actividades, atractivos y experiencias relacionadas con lo ecuestre, yendo más allá de las emblemáticas -las cabalgatas y el polo- para incluir fiestas, exposiciones, competencias deportivas, establecimientos rurales y equipamiento e indumentaria relacionados. Al comienzo del capítulo sobre la demanda, se consideran las características del consumidor turístico, describiendo los factores relevantes en la determinación de los mercados y tratando de identificar aquellos de mayor demanda para el turismo ecuestre. Para Romero, aquí es importante señalar que el turismo ecuestre, que no existe como tal en la Argentina, no es analizado como tal, por el contrario, se seleccionan los casos de las cabalgatas y el polo por ser los productos posicionados en el mercado. Lo mismo sucede con la comercialización. En tal sentido se postula al turismo ecuestre en Argentina como una oportunidad de diversificar la oferta turística. Algunas de las consideraciones finales son: que están dadas las condiciones para estructurar el producto turismo ecuestre, reconociendo la dispersión estacional y territorial de las diferentes actividades relacionadas con lo ecuestre; que es preciso desarrollar equipamiento y estándares de seguridad para las cabalgatas y otras actividades, eventos y experiencias ecuestres; que existe en el país un marco normativo apropiado para profundizar en estudios tanto de la demanda de turismo ecuestre, como en la detección de las inversiones requeridas y por último que la marca País es un paraguas óptimo para albergar las experiencias, productos e imagen del turismo ecuestre cuyo desarrollo es un vehículo para la integración a la oferta de los destinos no tradicionales mediante productos insignia y clubes de producto.

En su *Conflicto de intereses interinstitucionales sobre el Parque Nacional Machalilla en Ecuador y su impacto en el turismo*, Shyla Orlando Narváz (2014),³⁴ ecuatoriana, toma como objeto de estudio el Parque Nacional Machalilla (P.N.M), la segunda área natural más visitada del Ecuador

³³ Enrique Amadasi fue su director.

³⁴ Codirigida por Alejandro Capanegra.

-la primera es el Parque Nacional Galápagos- y se propone analizar los efectos negativos que producen sobre la actividad turística los continuos conflictos de intereses entre los sectores que participan activamente en la preservación y control estatal del P.N.M. Estos enfrentamientos entre gremios, comunidades locales y gobierno, tanto local como central, generan un desarrollo desigual entre las diversas zonas del Parque, en las que aquellos que tienen más poder consiguen un mayor apoyo legal y financiero, dejando en clara desventaja a los demás. Actividades sectoriales como la pesca, el turismo, la agricultura y la construcción son los principales causantes del deterioro del sitio. En la investigación, cada capítulo ayuda a comprender el conflicto de intereses que envuelve al P.N.M., enfatizando la contradicción que implican la búsqueda del lucro y el beneficio propio por un lado y la prestación de los servicios ambientales y turísticos que requiere el Parque, por el otro, lo que afecta una forma de vida y por consiguiente a la actividad económica del turismo. Para el análisis de los conflictos se identifican ocho grupos de interés presentes en el área que los generan y que impactan directamente en los trabajos de preservación del Parque y en el turismo. Estos grupos son: Gremios Sindicales de Pescadores (Cooperativas de Pescadores), Gobierno Local (Alcaldía del Cantón Puerto López), Gobierno Central (Ministerio de Ambiente y Ministerio de Turismo), Población Indígena y Local, Organismos Internacionales (Conservación Internacional, Comisión de Medio Ambiente de la Unión Europea, USAID), Hoteleros, Operadores Turísticos, y finalmente, los Turistas. Se describe cada uno de los grupos explicando sus intereses, qué beneficios están buscando y a dónde desean llegar con sus acciones. Para finalizar la autora expone en tres escenarios distintas recomendaciones para resolver estos problemas, que podrían servir como guía en caso de que las situaciones planteadas se presentaran en un futuro cercano. Como parte de la propuesta se incluyen los enunciados de un breve plan de desarrollo turístico del área en un marco de turismo responsable.

En su *El turismo comunitario como alternativa de desarrollo para las comunidades indígenas de la parroquia de Juan Benigno Vela del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, Ecuador*, Carla Roldán (2014)³⁵, también ecuatoriana, parte de considerar al Turismo comunitario como una actividad económica viable para aquellos pueblos y comunidades olvidados y que luchan entre la pobreza y el aislamiento. Una práctica sustentable que ha logrado rescatar las costumbres y la cultura autóctona de los lugareños y conseguido ser valorada tanto por organismos e instituciones, visitantes extranjeros y nacionales, y también por la sociedad toda. No se trata solo de rescatar la cultura sino de encontrar una fuente de ingreso alternativa a las actividades primarias de la población, un instrumento para superar la pobreza y el subdesarrollo, permitiendo la inclusión laboral sin brechas de género ni edad, en la medida en que el turismo comunitario se constituye como una oportunidad especialmente para mujeres y jóvenes. Esta investigación explora varias de las oportunidades que genera el turismo comunitario y las aplica al caso seleccionado: una comunidad indígena originaria de los pueblos amerindios del Ecuador asentados en medio de una gran belleza natural, donde sería muy favorable promover la interacción entre estas comunidades y sus visitantes, que es en lo que consiste la experiencia del turismo comunitario. En sucesivos capítulos, se analizan distintas dimensiones del turismo comunitario, siempre con soporte teórico y empírico, que permiten evaluar la factibilidad económica y social de la propuesta. Como contexto macro se señala que el Ecuador es un país donde se impulsa el turismo comunitario, dada la diversidad de etnias que existen en todo su

³⁵ Dirigida por Pablo Singerman.

territorio en el que conviven esos grupos autóctonos, con la flora y fauna de lugares muy bellos, pero también con grandes niveles de pobreza. Según la autora, el Ecuador tiene ventajas comparativas respecto de otros países para este tipo de turismo y varios proyectos, hay más de 100 en marcha, han sido exitosos. La actividad económica principal de la comunidad Chibuleo del cantón de Ambato es el cultivo de papas, moras y frutillas.

En su *Turismo rural como factor de desarrollo en las comunidades de Nuevo Durango y Tres Reyes en el Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México*, Ángeles Lucero Rojas (2015)³⁶, mexicana, cuestiona las estrategias adoptadas en el turismo rural en México respecto a su relación con la promoción del desarrollo en zonas rurales. La autora manifiesta que el desarrollo del turismo rural en su país se aparta de los principios del desarrollo local, debido a que el Estado en connivencia con el capital privado, no genera un desarrollo incluyente de la población local, caracterizándose solamente por el despojo de sus tierras. Para la constatación de este hecho selecciona dos comunidades en un municipio del estado de Quintana Roo, interesantes para el análisis dada su cercanía con centros turísticos integralmente planificados como Cancún y la Riviera Maya que responden a las leyes del mercado actual. En los casos seleccionados, al igual que en muchos otros, las empresas turísticas comunitarias, que en su mayoría son cooperativas y sociedades de producción rural, llevan a cabo proyectos de turismo rural sin un enfoque de conservación de los recursos naturales y culturales, es decir que aplican un modelo de consumo basado en los principios del turismo convencional con tendencias eco turísticas mal planteadas. Lo que la autora plantea es que esto pudiera y debiera hacerse de una manera diferente, desarrollando productos comunitarios de calidad que permitan la generación de empleos permanentes, con el consecuente crecimiento de las economías locales, lo que se demuestra en las localidades seleccionadas, según surge de la investigación. Su contribución permite sostener que el turismo rural, en cuanto actividad turística, puede ser una estrategia para el desarrollo de las comunidades rurales, ya que logra mitigar problemas como la pobreza y la emigración, mientras se fortalecen estructuras organizativas que promuevan la participación de la población local, se revalorizan las expresiones culturales y la conservación del medio ambiente. Queda claro que el turismo rural no resuelve por sí solo todos estos problemas, pero sí que representa un soporte importante si se implementan estrategias de gestión adecuadas, premisa que se plantea en esta investigación.

En su *Diversificación de la oferta de turismo de Colombia. Nuevos segmentos de mercado: la Ruta de los Volcanes en el Departamento de Nariño*, Juan Manuel Sotelo Cortés (2015)³⁷, colombiano, parte de considerar que la promoción turística de Colombia en el exterior está centrada en los destinos ya conocidos de sol y playa y la visita a sus principales ciudades; a pesar de poseer en su territorio atractivos que igualan o superan esta propuesta y que puestos en valor diversificarían la oferta turística del país, destinándola hacia segmentos de mercado crecientes como lo son el turismo de naturaleza o ecoturismo, de aventura y/o turismo activo además del científico. Por esta razón postula la necesidad de ampliar la oferta de productos turísticos, incluyendo regiones del interior del país, atractivas por sus paisajes y su diversidad tanto biológica como cultural. Con este objetivo formula un proyecto de creación de la ruta turística de los volcanes en el departamento de Nariño considerando no solo su trazado sino

³⁶ Codirigida por Pablo Singerman.

³⁷ Con la dirección de Alicia Gemelli.

también su viabilidad. Nariño se localiza en el sudoeste de Colombia limitando con el Ecuador, es un espacio con una de la mayor variedad de pisos térmicos del país, lo que le otorga una gran biodiversidad que se aprecia en los diferentes paisajes y sistemas ecológicos que dan a la región su belleza natural. En este marco la propuesta de ruta toma como tema unificador al turismo volcánico, sus paisajes y la variada gama de sus manifestaciones, tales como emanaciones, fumarolas, solfataras y surgentes de agua termal. La fuente inspiradora del autor es la imagen del volcán Galeras y la ciudad que se levanta a sus pies, San Juan de Pasto, su ciudad natal y capital del departamento de Nariño. El producto turístico que se propone consta de tres recorridos turísticos que parten de la ciudad fronteriza de Ipiales, segunda ciudad en importancia después de Pasto, para visitar los tres volcanes que la encuadran: el Azufral, el Cumbal y el Chiles recorriendo buena parte del territorio nariñense, para apreciar sus monumentos y pequeños poblados, sus festividades y costumbres, así como una rica gastronomía sin implicar riesgo para los turistas.

En su *Colombia, la política de recuperación del turismo entre el 2002 y el 2014: el caso exitoso de arribo de turistas argentinos*, Yury Chacón Plazas (2015)³⁸, colombiana, establece como punto de partida de su análisis a 1994, fecha en la que Colombia había perdido casi por completo el ingreso de turistas extranjeros, debido a la imagen negativa de inseguridad y narcotráfico que dejaban años de guerra por el poder, además del creciente accionar de la guerrilla. La investigación se propone indagar las sucesivas políticas de turismo formuladas por el Estado a partir de 2002, tendiente a reactivar la actividad turística. La primera de ellas se dirige a estimular el turismo de los colombianos hacia el interior del país, a través de la organización de las “caravanas turísticas”, operativos con los que se estimuló la confianza para volver a transitar las principales rutas del país. Recuperado el turismo interno, y fortalecida la oferta turística de las principales regiones, el gobierno encara como política de estado prioritaria, la recuperación de la imagen de Colombia en el exterior. Para ello utiliza la estrategia Marca País, en un trabajo de equipo liderado por el Ministerio de Turismo, y apoyado por los organismos de comercio y de política exterior, a través de la creación del ente ProColombia. La autora analiza las sucesivas acciones promocionales, campañas publicitarias y slogans que se han utilizado en la década estudiada, lo que finalmente logró el aumento del arribo de viajeros extranjeros al país. Por último, se consideran los efectos de esta política de recuperación del mercado internacional de Colombia, tomando el caso del aumento del arribo de turistas argentinos en ese período. Las estadísticas muestran que entre 2002 y 2014 el crecimiento del ingreso de argentinos, convierten a este país en el principal mercado latinoamericano, quedando por encima aún de países limítrofes como Venezuela, Ecuador y Brasil. Por último, se indaga el perfil del turista argentino que llega a Colombia, los destinos de Colombia que prefiere, su estadía promedio y su gasto turístico, así como las motivaciones del viaje y como influyeron las campañas de promoción del país en su decisión de viajar.

En su *Hacia el desarrollo turístico de Venezuela. ¿Qué se puede aprender de la experiencia argentina?*, Mirian Gómez Naranjo (2016)³⁹, venezolana, señala que su país tiene una gran riqueza natural por la diversidad de climas, paisajes y monumentos naturales y culturales que la hacen atractiva para cualquier turista, pero que a pesar de estas ventajas comparativas, la

³⁸ También dirigida por Alicia Gemelli.

³⁹ Dirigida por Enrique Amadasi.

política turística venezolana no ha facilitado que el sector turístico se desarrolle desaprovechando este potencial. La autora se propone en esta investigación analizar el sector turístico venezolano y sus instrumentos de planificación turística más recientes, para cotejarlos con las metodologías de planificación turística aplicadas en Argentina. La investigación comienza con el análisis y comparación de las instituciones turísticas venezolanas y argentinas, en sus varias dimensiones: la ley de turismo, el Ministerio de Turismo, Parques Nacionales, la institucionalidad turística estatal, la conectividad aérea, la institucionalidad turística privada y el Instituto de Promoción Turística. De esta contrastación se deriva la existencia de diversas acciones que podría aplicar el gobierno venezolano para promover el crecimiento del sector turístico, como permitir la participación del sector privado en la promoción turística del país. A continuación, se analizan la oferta y la demanda turística venezolana y sus principales indicadores, con los cuales se tuvo ciertas limitaciones para conseguir datos estadísticos. Por ejemplo, sobre la demanda de turismo receptivo por motivo de visita y por regiones, al igual que la cantidad de establecimientos que ofrecen hospedaje a los turistas. Lo mencionado impidió realizar un estudio diacrónico del crecimiento o disminución tanto de la oferta como de la demanda. En la tercera parte del estudio, se comparan el Plan Estratégico Nacional de Turismo de Venezuela 2009-2013 y el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de Argentina 2016, lo que permitió constatar las diferencias metodológicas entre ambos planes y a través de las mismas, lo que puede aprender Venezuela de la experiencia argentina. A partir de ello surgen recomendaciones sobre los cambios que debería aplicar el gobierno venezolano en su planificación turística para que este sector genere beneficios en la comunidad y un mayor aporte al crecimiento económico del país.

En su *Turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo local para el Municipio de Mejía*, Adriana Patiño (2016)⁴⁰, ecuatoriana, entiende al turismo rural comunitario como un modelo de gestión que parte de la búsqueda de beneficios para todos a través de la puesta en valor de recursos naturales y culturales locales. En esta concepción, el desarrollo de territorios implica hablar de identidad, de recursos y de posibilidades, parámetros esenciales para generar un proceso de desarrollo local, que tiene como eje equilibrar el crecimiento económico con el bienestar humano. El municipio de Mejía se localiza en la región Sierra del Ecuador, en un ambiente de riqueza paisajística, y microclimas que se complementan con la presencia de la montaña, las reservas naturales y las festividades locales e íconos culturales. El entorno económico inmediato del municipio está configurado por grandes empresas manufactureras y de producción agrícola-ganadera y de manera complementaria por la prestación de servicios turísticos. La oferta turística existente se orienta al turismo de aventura con algún matiz cultural, a cargo de emprendimientos privados y sin que haya una oferta comunitaria consolidada. El municipio tuvo una Dirección de Turismo que devino en de Fomento Productivo y desde la cual se declara como política promover las diversas actividades turísticas con énfasis en el ecoturismo y el turismo comunitario. Según la autora, hay una brecha abismal entre lo que se propone y lo que efectivamente pasa. También se analizan otros casos internacionales de turismo rural comunitario como los de México y su iniciativa de Pueblos Mágicos, Guatemala y sus Centros de Autogestión Turística, y Argentina y su Red de Turismo Rural Comunitario. Se concluye en que el desarrollo del turismo rural comunitario resultará beneficioso, si se planifica adecuadamente. ¿Cuáles beneficios? Diversos y múltiples: dinamizar la economía local,

⁴⁰ Único caso de Director externo.

revalorizar la cultura, cuidar el medio ambiente, pero especialmente lograr el tan ansiado Sumak Kawsay o Buen Vivir, que se constituye en una alternativa de vida.

En su *Montserrat Oeste. Polo textil y de diseño: una propuesta de desarrollo turístico para el Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires*, Javier Grosman (2016)⁴¹ plantea los lineamientos de un plan de desarrollo local para el área Montserrat Oeste, un sector del sur de la ciudad de Buenos Aires poco desarrollado y en riesgo a partir de la falta de una normativa de protección adecuada. Del análisis presentado, surge que el área tiene muchas fortalezas como su valor patrimonial, el buen estado de su stock edilicio, su localización privilegiada, el significativo porcentaje de población residente y la concentración de importantes empresas del rubro textil, instaladas en edificios de principios del siglo XX especialmente diseñados para ellas. Con la finalidad de convertir este sector del Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires en un área turística, esta investigación plantea soluciones a una serie de problemáticas planteadas en la zona de estudio, generando conciencia y valorando el aporte de las disciplinas turísticas a la planificación de un destino que presenta un conjunto de conflictos específicos. Para ello se reseña una serie de conceptos que han servido de referencia para el abordaje del estudio, teniendo en cuenta aspectos teóricos y las premisas del desarrollo local, el turismo sustentable, los conceptos de distritos o clusters, y distintas nociones sobre la gestión adecuada del patrimonio cultural. El estudio se organiza en tres partes. En la primera se caracteriza el área de trabajo elegida, con el fin de elaborar -segunda parte- en base a la misma, un diagnóstico conciso de la situación del área. En la tercera parte se desarrolla el plan propiamente dicho, como propuesta integral, que aborde esta área singular del centro histórico sur de Buenos Aires desde la mirada del turismo como actividad económica, con el propósito de que sea útil para darle vitalidad al área y, eventualmente, sirva de ejemplo para aplicarlo en otros espacios de distintas escalas de la ciudad.

En su *Estudio del mercado turístico LGBT para Colombia*, Hosmar Lemus Palacios (2016)⁴², colombiano, se propone estudiar el perfil de los turistas del segmento de mercado LGBT - Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales- considerando su potencial de mercado para Colombia, y al mismo tiempo evaluar la percepción que tiene de este colectivo, el personal que está en contacto directo con estos turistas en las principales ciudades colombianas. La investigación comienza por realizar un exhaustivo análisis de los antecedentes bibliográficos existentes en Latinoamérica y Estados Unidos para delimitar el tema de estudio y precisar las variables y dimensiones a investigar en las encuestas. Continúa describiendo todas las características necesarias para comprender el comportamiento de estos consumidores en los distintos nichos que integran el segmento con el objeto de facilitar su abordaje. En otro capítulo reseña la historia de la homosexualidad a través de los tiempos y sus características, así como las recientes conquistas civiles obtenidas por este colectivo social en diversos países del mundo. Inspirado en la importancia creciente de este segmento en Buenos Aires y la atención que le prestan algunos empresarios del sector, busca caracterizar esta demanda, a partir de sus hábitos de gasto y estilo de vida de buen nivel cultural y de consumo. Características todas que hacen a este segmento muy atractivo económicamente para los países y destinos, tanto por sus niveles de gasto y frecuencias de viaje anuales, como por su crecimiento acelerado en las últimas

⁴¹ Dirigido por Albina Lara.

⁴² Alicia Gemelli fue su directora.

décadas. Por otro lado, en Colombia, este tipo de turismo tiene aún una representación escasa dentro del turismo receptivo. La visibilidad y reconocimiento creciente del segmento LGBT en el mundo se constata en su presencia en la Feria Internacional de Turismo (FIT) en Madrid, donde desde 2006/2007 tiene un stand propio que se renueva y agranda desde esa fecha. Por otra parte, la OMT publicó en 2012 el volumen 3 del estudio *Global Report on LGBT Tourism*, que contiene los resultados de las últimas investigaciones sobre el tema y un compendio de experiencias exitosas en diferentes países. Para finalizar propone las condiciones necesarias y las estrategias que puedan propiciar el desarrollo del segmento de turismo LGBT en Colombia, actualmente catalogada como un destino emergente para esta población.

En su *Certificación en calidad y/o sustentabilidad de las playas colombianas: una mirada desde el turismo*, Freddy de Jesús Vargas (2016),⁴³ colombiano, nos dice que esta investigación nació debido a que le llamó la atención la escasez de playas certificadas en calidad y/o sustentabilidad en su país. A partir de allí su objetivo es analizar, desde una perspectiva turística, como es el funcionamiento de los procesos de certificación de las playas en Colombia, tomando como bases teóricas y conceptuales las otorgadas por estudios previos. El caso analizado es el Esquema de Certificación de Playas (ECP) en Colombia bajo la Norma Técnica Sectorial en Turismo Sostenible (NTS TS) 001-2 y el proceso de recolección de la información realizado consistió en la consulta de fuentes primarias (entrevistas a expertos, funcionarios públicos y directivos de ONG) y secundarias (estadísticas, informes oficiales e investigaciones), tanto de Colombia como de otros países. Se evidenció que países como España y el Reino Unido cuentan con diferentes esquemas, nacionales e internacionales para certificar sus playas, convirtiendo a estos países en modelos a seguir, mientras que México y República Dominicana, por su parte, son los países con más playas certificadas en Latinoamérica bajo el esquema Blue Flag y en particular México, que tiene además una norma de carácter nacional ampliamente utilizada. También se pudo corroborar que hasta el momento en Colombia no existe ninguna playa certificada bajo la NTS TS 001-2 pero, analizando su experiencia más allá de la implementación de este esquema, se encontró que hay dos playas certificadas en calidad y/o sostenibilidad con un esquema diferente diseñado particularmente para áreas protegidas. Algunas de las causas que explican esta baja certificación son: la alta exigibilidad de los esquemas de certificación, la insuficiente gestión interinstitucional, la falta de voluntad política y/o de continuidad de los responsables de este proceso en la esfera local, así como los altos costos de su puesta en marcha. Por último, una de las principales conclusiones del estudio radica en que no existe en Colombia suficiente evidencia empírica para asegurar que la implementación de un ECP incida directamente en el mayor arribo de turistas, aunque este tipo de procesos generan otros efectos positivos que pueden llegar a aumentar la competitividad de las playas y destinos que lo apliquen.

La penúltima de las investigaciones analizadas es *La estacionalidad turística en el perfil costanero de la provincia de Manabí*, de María Victoria Carbó (2017),⁴⁴ ecuatoriana. Manabí es una provincia del Ecuador, con un litoral marítimo de 350 km de playas, además de montañas, ríos, cascadas y pintorescos pueblos de pescadores, que permite la realización de actividades de sol y playa y disfrute de la flora y fauna en variados ecosistemas. Vale aclarar que en esta misma provincia se encuentra el Parque Nacional Machalilla, motivo de un trabajo de investigación

⁴³ Dirigido por Albina Lara.

⁴⁴ Dirigida por Adriana Romero.

reseñado más arriba. A pesar de los atractivos mencionados la actividad turística del lugar está afectada por el problema de la estacionalidad de la demanda que afecta especialmente el frente costero; por eso la autora se propone realizar un estudio que le permita formular un plan de marketing turístico centrado en disminuir los efectos de la estacionalidad. El plan de marketing presentado incluye las cuatro dimensiones estratégicas de mercado: producto, precio, mercado y promoción. La estrategia de producto estudia el transporte, el alojamiento, la alimentación - la cocina manabita tiene un renombre especial, con el plátano como uno de los productos más utilizados- y el diseño de paquetes turísticos -cuyos nombres se asocian al sol del Pacífico, la tierra del encanto, de playa y aventura y paraíso exótico-. La estrategia de precios promueve precios más bajos en la temporada baja y que aumenten a medida que crece la demanda. En cuanto al mercado, se definen como mercados meta al turismo local, al nacional y al latinoamericano. La estrategia de promoción que se propone recomienda una mezcla promocional muy variada, desde la utilización del correo electrónico y viajes de familiarización para operadores de turismo de otros países, hasta pautas publicitarias en radio, televisión y YouTube. Cada una de las estrategias propuestas incluye varios proyectos y para cada uno de ellos se especifican los objetivos, las acciones a emprender y el resultado esperado; así como la estimación del cronograma y del presupuesto respectivo.

En la última de las investigaciones consideradas, Rosana Bardanca (2017)⁴⁵ en su *Bases para un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca* analiza la situación de ese destino del Noroeste Argentino, especialmente desde que en 2003 fuera declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Este galardón, un reconocimiento a sus características de Paisaje cultural, dio motivo a un crecimiento importante del turismo, tanto interno como internacional. En este marco se generaron múltiples oportunidades de negocios, muchos de cuales fueron inmobiliarios, que ponen seriamente en duda el futuro de la región. La distinción implicaba también la puesta en marcha de medidas de protección de los recursos, que no existieron, fueron débiles o no acompañaron el crecimiento turístico. La investigación analiza los siguientes aspectos: el primero se refiere a las bases naturales del territorio, que son las que configuran el paisaje que tanto atrae a los visitantes; también se considera la población local, base que permitió a lo largo de la historia de la región, conformar el patrimonio cultural tan apreciado por los turistas. El segundo aspecto es el análisis de las actividades económicas especialmente de las agropecuarias, muchas para el autoconsumo y principal sustento de la región desde hace siglos. La segunda parte de la investigación se enfoca en el análisis del turismo y aborda tres dimensiones. La primera pone el énfasis sobre el desarrollo turístico, especialmente sobre los atractivos de la región y acercando otras miradas que relativizan el valor del crecimiento de la actividad. La segunda enfoca sobre los turistas y sus motivaciones para visitar este destino y la última muestra cual es la organización de la actividad turística y sus principales actores. Más allá de los servicios y su calidad, la autora se pregunta si existe la sinergia necesaria entre los sectores público y privado, cuestionando algunos aspectos de la institucionalidad existente. Finalmente se pone el foco en la comunidad “anfitriona”, una de las tres dimensiones de la sustentabilidad, pero que, en este caso, por eso entre comillas, esconde una tensión entre la población local autóctona y los residentes llegados más recientemente, ellos también producto del desarrollo turístico.

⁴⁵ Dirigida por Enrique Amadasi.

4.2. Los marcos de referencia utilizados

Como suele ocurrir, existen varias opiniones respecto a los alcances del término *marco de referencia* dentro de una investigación. A los fines del objetivo de este documento, vamos a seguir un criterio bastante clásico, acuñado a lo largo de los años, y que dice que un marco de referencia incluye dos grandes componentes. El primero es el *marco conceptual*, entendiendo por tal el conjunto de definiciones de los principales conceptos utilizados en la investigación. El segundo es el *marco teórico* propiamente dicho, es decir aquellas proposiciones -o conjuntos de ellas que configuran lo que habitualmente se llama una *teoría*- que vinculan a algunos de los conceptos/variables investigados con otros, dentro o fuera del campo disciplinar que se está investigando. Dicho de otro modo: las *teorías* están formadas por *hipótesis*, hasta allí el terreno de un *marco teórico*, y dichas *hipótesis* están integradas por *conceptos*, cuya definición es el terreno del *marco conceptual*.

En lo que sigue y antes de abordar cada uno de los trabajos de los maestrandos, nos referiremos a la propuesta de Hernández Sampieri (2015)⁴⁶, en lo que hace a la elaboración del marco teórico en sus dos componentes fundamentales: la revisión de la literatura⁴⁷ y la construcción de una perspectiva teórica. Para este autor, una vez planteado el problema de estudio -cuyo elemento esencial son las preguntas de investigación-, se trata de sustentar teóricamente el estudio. Otros autores se refieren a esto de una manera más gráfica, afirmando que es necesario proporcionar una visión de donde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento en los que cada investigador se mueve, en nuestro caso la geografía, la sociología, la psicología, la economía, la administración, los estudios de mercado, la política, la legislación, la planificación, etc., es decir cómo encaja esta investigación dentro de la “big picture”⁴⁸ de lo que se conoce sobre un tema estudiado.

Las funciones del marco teórico son varias. En la obra de Hernández Sampieri ya mencionada se señalan por lo menos siete. A los fines de este documento queremos recuperar tres: i) ayuda a prevenir errores que se han cometido en otros estudios, ii) orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio -es decir, tiene consecuencias metodológicas, que serán abordadas en el punto siguiente-, iii) provee de un marco de referencia para interpretar los resultados de un estudio.

Respecto de las etapas para la elaboración del marco de referencia, hay una -la primera- que se presenta como esencial: la revisión de la literatura correspondiente, entendida como detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio.

En Fassio y Pascual (2015)⁴⁹ encontramos un reciente aporte sobre la elaboración del marco teórico, pensado especialmente para investigaciones de posgrado en el campo de la Administración, es decir donde específicamente se inscribe nuestra carrera. Lo primero, dicen las autoras, es buscar “todo lo que se sabe sobre el tema en cuestión”. A veces -dicen- esto

⁴⁶ Hernández Sampieri, R. y otros (2014). *op. cit.*

⁴⁷ Son varios los autores que denominan al marco teórico, simplemente como la revisión de la literatura (un anglicismo que entre nosotros debería reemplazarse por bibliografía).

⁴⁸ La expresión es de Mertens (2005).

⁴⁹ Fassio, Adriana. (2015). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires: Eudeba.

configura lo que se denominan “antecedentes o el estado del arte” que es “el conocimiento que existe sobre el problema que nos interesa investigar”. Además, son muy claras cuando afirman que: “El marco teórico no es solo un conjunto de conceptos desarrollados por diversos autores, sino que implica un posicionamiento del investigador respecto de su objeto de estudio y debe ser formulado de tal modo que mantenga una coherencia interna de los conceptos seleccionados”.

Otra autora de referencia casi obligatoria es R. Sautu en su *Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales* (Wainerman y Sautu, 2004)⁵⁰ y acerca de la articulación entre teoría, metodología y construcción de la evidencia empírica -de eso trata la investigación-, reseña diversas opciones sobre esta importante fase metodológica. El nivel más bajo sería el de los sistemas clasificatorios. “Las taxonomías, que constituyen un segundo nivel, son sistemas de categorías interrelacionadas que se ajustan al mundo empírico. El tercer nivel está dado por los marcos conceptuales: conceptos organizados en proposiciones relacionadas más o menos entre sí. Los marcos conceptuales incluyen además de taxonomías, proposiciones sobre las que se apoyan explicaciones y predicciones”.

Con este desarrollo inicial, tratamos de establecer un umbral o línea de base desde el cual, seamos jurados, usuarios o simples lectores, resulta interesante analizar la producción en materia de investigación turística.

En todas las áreas de conocimiento -y esto parece ser un prerrequisito para que un campo sea reconocido como área de conocimiento-, “las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y otros eventos similares, entre otras razones porque estas fuentes son las que sistematizan en mayor medida la información, o porque generalmente profundizan más en el tema que desarrollan y son altamente especializadas” (Hernández Sampieri, 2015: 71).

De que este tipo de material se detecte, se consulte y se obtenga, depende en gran medida la cantidad y calidad de la producción en materia de investigación turística. Promover la investigación en turismo, tal como se consigna en la Ley Nacional de Turismo, implica ayudar a resolver los múltiples escollos encontrados en la esfera del acceso a todo lo que se produce en el mundo, en nuestro campo de estudio.

Pedro Cavalcante presenta su marco de referencia sobre “turismo y tercera edad” no como punto aparte sino dentro de su capítulo 2 *Las transiciones demográficas, el envejecimiento mundial, la tercera edad y el turismo*. Empieza por señalar que el proceso de envejecimiento de la población mundial es un rasgo importante del cambio demográfico de la posguerra, que fue problematizado en forma integral en la Primera Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento (Viena, 1982), convocada por la Organización de Naciones Unidas. A ella le siguió, en términos conceptuales y teóricos, la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento (Madrid, 2002). Allí se utilizaron denominaciones como *personas de edad* o *personas mayores* para referirse a los mayores de 60 años.

⁵⁰ Si bien es cierto que se refieren a las ciencias sociales y sin entrar a discutir si el turismo pertenece a ese campo disciplinar, a otro o a varios, lo que aquí se argumenta luce muy aplicable a nuestro objeto de estudio, las investigaciones turísticas.

Previamente, el envejecimiento de la población europea había hecho surgir, en 1973 en la Universidad de Toulouse, Francia, la primera Universidad de la Tercera Edad, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los mayores y de su formación a lo largo de la vida. De allí nació - señala Cavalcante- la expresión *tercera edad*, asociada principalmente a las nuevas prácticas de ocio, vacaciones y a los servicios de salud para los jubilados.

Ya en el campo del turismo, la referencia principal que toma es la Organización Mundial del Turismo, en su convocatoria a dos Conferencias Internacionales de Turismo para Mayores, la primera en 1993 y la segunda en 1997. Para la OMT la cuestión de las personas mayores se aborda desde el análisis de los cambios demográficos, tal como se postula en su *Demographic Changes and Tourism* (2010).

También ocupa un lugar importante en su marco de referencia, la tesis de doctorado de García⁵¹, que hace un estudio sobre los mayores como turistas, atendiendo a sus especificidades, entre ellas su mayor atención a la calidad del servicio y a la relación calidad-precio, su mayor exigencia e información y también la conciencia de sus derechos. Según su estudio, este segmento no demanda un producto específico para personas mayores y rechaza toda idea de segregación en función de su edad, privilegiando prácticas de turismo intergeneracionales.

En la investigación de Víctor Anaya el marco de referencia se construye alrededor del concepto central de su tesis: la Marca País. Para llegar a él, analiza los conceptos de *imagen y percepción de destinos, país de origen y marca destino*. Define a la *marca* como un concepto que tiene que ver con la percepción, “un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de todos ellos, que intenta identificar los bienes y servicios y diferenciarlos de sus competidores” (Kotler, 2008).

A partir de varios autores define la *imagen turística*, como un conjunto de atributos compuestos de creencias, ideas e impresiones que la gente tiene de un lugar. Así, el atractivo de un destino es el reflejo de la imagen que se tiene de él, es decir, la manera en que se considera que este destino cumplirá con las necesidades y deseos que tiene el turista. A su vez, señala que hay dos tipos de imágenes turísticas: las *percibidas* y las *emitidas*. Las percibidas son: la imagen con la que se encuentran al estar en el destino y que al regresar del destino vuelve a tener, es decir “a priori, in situ y a posteriori” como las denominan Gali y Donaire (2009). Por el otro lado, las *imágenes emitidas* son las que se han construido a nivel colectivo, a través del tiempo, por medio de las imágenes del destino mostradas reiteradamente por diferentes medios. Aquí sigue a Pons, Morales y Díaz que subrayan la importancia que tienen la imagen y la percepción del destino, en la decisión del lugar de viaje y que afirman que la imagen que se tiene de él es el factor clave en la elección del destino.

El concepto de *País de Origen* viene de la mano con el concepto de *Marca País*; siguiendo a Kotler refiere la utilidad de la aplicación del certificado de origen; que un producto indique en su etiqueta “Hecho en X” influye en la decisión de compra, porque se relaciona con la percepción de calidad del origen.

⁵¹ García, María Teresa, *Turismo na Terceira Idade. Um mercado em Potencial*. Universidade de Sao Paulo.

Define a la Marca País como “el conjunto de percepciones que caracterizan de manera instantánea a un país,” siguiendo a Buitrago (2010) y agrega que, para la OMT, la *Marca País* se refiere al branding de un país, la manera en la que ese país se presenta en términos de negocios, diplomacia, cultura y turismo, como el medio para atraer inversionistas, negocios, visitantes, estudiantes y mejorar su reputación en cuanto a calidad de vida, y para hacer comercio y negocios.

Con relación a la medición de la posición de las diferentes Marca País, hay una decena de organismos de marketing que emiten un ranking anual de Marca País. Para su investigación, el autor toma en cuenta a tres consultoras internacionales, las más respetadas en la actualidad: la inglesa Future Brand que hace el Índice de Marca País (CBI en inglés); el Índice de Marcas País de Anholt-GfK Roper (NBI en inglés) de la agencia estadounidense de investigación de mercados; y la consultora española Bloom Consulting y su “Country Brand Ranking”.

Al igual que Cavalcante, tampoco Myriam del Río presenta su marco de referencia en un apartado especial sino integrado en su capítulo 1 *El empleo turístico en la Argentina*. Comienza por señalar las dificultades para su medición, siguiendo el trabajo de Oliva y Schejter (2006), publicado en una revista especializada en turismo de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Pero su referencia principal será siempre la Cuenta Satélite de Turismo (CST), cuya metodología y difusión pertenece a la Organización Mundial del Turismo (OMT) y tiene por objetivo la medición del impacto económico real de la actividad turística en la economía nacional, enfocando esa medición en el producto y en la generación de empleo. En Argentina, el primer antecedente sobre el tema es el trabajo elaborado por Amadasi, Busquets y Harriague para la Cámara Argentina de Turismo en 2003⁵², seguido durante varios años por otros trabajos en la misma dirección publicados todos por la CAT. La insuficiencia de datos estadísticos oficiales como los requeridos por la metodología de la Cuenta Satélite de Turismo propuesta por la OMT ha impedido contar con resultados oficiales sólidos y solo han sido posibles estimaciones y aproximaciones como las mencionadas.

El resto del marco de referencia de del Río consiste en una recorrida por los estudios disponibles en varios países seleccionados, todos a partir del marco de referencia de la Cuenta Satélite de Turismo. En este relevamiento sobresalen los trabajos del Instituto Nacional de Estadística (INE) para España, del Ministerio de Turismo de Nueva Zelanda, del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI) para México, del Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) para Italia y el proyecto conjunto EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE) y Fundacao Instituto de Pesquisas Economicas para Brasil.

Analia Castaldi en su investigación sobre algunos mercados turísticos emergentes para la Argentina prioriza el concepto de *mercados emergentes* y para ello se vale de varios autores recientes. El primero es Mac Donald que utiliza este término para referirse a aquellos países que se encuentran en vías de desarrollo, como los del sudeste asiático, Latinoamérica y los europeos del ex bloque comunista.

⁵² El título del trabajo, publicado por la CAT, fue *Importancia de la Industria de Viajes y Turismo como actividad económica*.

La característica esencial de estos países es el gran y acelerado crecimiento de su economía, pero acompañado de riesgos derivados de su situación política e inestabilidad financiera. Sus ciclos económicos resultan irregulares, con cierta volatilidad en materia monetaria. Se trata de un autor que advierte tanto sobre sus ventajas como de sus riesgos. Uno de los indicadores clave es que si bien hay un aumento de las inversiones también lo hay del consumo, con un fuerte crecimiento de los consumidores locales.

El otro autor de referencia es Mc Dermott, quien enfatiza en la rápida expansión económica de los países emergentes, pero a su propio ritmo y también con sus propios reveses en ese proceso. Por su lado, Van Wharton enfatiza sobre la fuerza de sus instituciones económicas y políticas, especialmente en lo que hace al estado de derecho, los controles regulatorios y la ejecución de los contratos. Estos países están en la mira porque crecen muy por encima del promedio de las economías mundiales más avanzadas y ello lleva a que se los considere los principales motores del crecimiento mundial.

Adriana Romero se propone con su investigación que el turismo ecuestre sea considerado un producto turístico en la Argentina. Para ello presenta su marco de referencia en el primer capítulo: *Hacia una definición del producto turístico; justamente* porque de la discusión de los alcances de este concepto surge la posibilidad de que la propuesta sea razonable o no. Primero parte de la definición de “producto” utilizada por la American Marketing Association (AMA), como una conjunción de atributos susceptibles de intercambio o uso, apreciándose que se está pensando más en productos tangibles (bienes, artículos) que en los servicios -intangibles-. Otro autor que toma como referencia es Kotler, quien vincula la idea de producto con algo que puede ser ofrecido a un mercado con objeto de satisfacer un deseo o una necesidad.

El segundo paso es meterse de lleno en la conceptualización del término “producto turístico”. Nuestra autora arranca bien atrás, como los lejanos aportes de Krippendorf (1971) sobre marketing y turismo que complementa con los aportes del marco de referencia del marketing de Wilensky (1997), profesor en esta carrera cuyas investigaciones estamos analizando, quien alerta sobre el carácter intangible del producto turístico, siendo este su aspecto preponderante y convirtiendo a los mismos en una suerte de “promesas de satisfacción”. También la dimensión simbólica está presente en la visión de Vogeler y Hernández.

La pregunta a responder entonces es: ¿qué diferencia al producto turístico del resto de los productos? ¿Cuál es la diferencia respecto por ejemplo de la conceptualización de la Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión? La respuesta, basada en varios autores, está en elementos tales como su *intangibilidad*, la *necesidad del desplazamiento*, y su *diversidad* (entendida como un conjunto de bienes y servicios). Y aquí la respuesta más comprensiva está en el documento de la OMT (2011) *Manual de Desarrollo del Producto Turístico*, que en parte importante hace suyo las reflexiones del ya mencionado Acerenza, un autor bien conocido por los investigadores latinoamericanos.

Para su análisis del conflicto de intereses interinstitucionales en el caso de un Parque Nacional, Shyla Orlando arma su marco conceptual a partir de varios ejes entre los que figuran las definiciones de *conflicto de intereses* y de *conflicto entre grupos de intereses* para demostrar cómo estos generan un fuerte impacto en la actividad turística. Para Thompson (1993) los conflictos de intereses son aquellas situaciones en las que el juicio del individuo -concerniente a

su interés primario- y la integridad de una acción, tiende a estar indebidamente influenciado por un interés secundario, de tipo generalmente económico o personal. Por su parte la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico de México (2010), define el conflicto de intereses como aquel que se da entre las obligaciones públicas y los intereses privados de un servidor público que puedan influir impropriamente en su desempeño. Al respecto, a la autora le interesa señalar que el núcleo básico del conflicto está al interior de cada persona que se desempeña en un ámbito público: en el caso de un servidor público, la tensión entre sus obligaciones públicas y sus intereses privados. Zaldivar (2010), por su parte trata los conflictos de intereses como problemas éticos muy generalizados y considera que para explicar su naturaleza es conveniente utilizar el marco conceptual de la teoría de las organizaciones, que permitirá identificar sus causas analizando los criterios éticos y las soluciones que pueden ofrecerse a estas situaciones. Por último Argandoña (2004), es quien presenta un concepto mucho más cercano de la estrecha relación entre los conflictos de intereses y la corrupción, a la que se puede definir como “una conducta que se desvía de los deberes formales de un cargo público, como consecuencia de un beneficio que mira a un interés privado (personal, de la familia próxima o de una camarilla privada), sea pecuniario o de estatus, o viola alguna regla sobre el ejercicio de ciertas formas de influencia que atiende a intereses privados”. Y a partir de esta definición, es claro que la corrupción es una forma de conflicto de interés buscado o aceptado, en que el interés propio no es legítimo.

Respecto al conflicto de intereses en turismo la autora señala que el turismo, como cualquier otro nuevo recurso que genera beneficios, se transforma en un espacio de confrontación social. La cuestión es entender entonces, esa dinámica de confrontación y tener claro, del lado de quien queremos estar. La Organización Mundial de Turismo (OMT) considera necesario que sitios turísticos que son vulnerables a entornos inestables social, económica y ambientalmente, se apoyen a una modalidad de turismo pacificadora y conciliadora. Gascón y Cañada (2012) indican que el Turismo Responsable es la mejor forma de promocionar el turismo en economías subdesarrolladas, específicamente para aquellos sitios donde predominen las pugnas de poderes entre grupos de intereses económicos.

El Turismo Responsable surge como un movimiento que: a) busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenible y específico para cada zona del destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales; b) denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer; c) valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

El último eje de análisis de esta investigación es el de *ordenamiento territorial*. Para ello se remite a la Carta Europea de Ordenación del Territorio, aprobada por los Ministros Comunitarios en 1983, donde se lo define como “la expresión espacial de las políticas económica, social, cultural y ecológica, la creación de infraestructuras y la preservación de actividades” y entonces, volviendo a lo de conflicto de intereses, la política territorial procura conseguir objetivos de interés *general*. Y esos objetivos son dos: i) la mejora de la calidad de vida, es decir mayor accesibilidad de la población a los equipamientos colectivos de todo tipo, ii) la gestión responsable de los recursos naturales y la protección del medio ambiente.

En la investigación de Carla Roldán sobre el turismo comunitario como alternativa de desarrollo para comunidades indígenas encontramos un muy buen ejemplo de lo que decíamos al principio de esta sección respecto del significado de un marco de referencia. Parte de postulaciones contenidas en documentos de la OMT sobre que el turismo puede ser una herramienta muy importante para luchar contra la pobreza. Y le suma, también desde la OMT, que el turismo sustentable es una herramienta tanto para el desarrollo económico como para la reducción de la pobreza en determinadas áreas rurales, a través de la generación de oportunidades a pequeña escala de nuevos puestos de trabajo -en especial para mujeres- y como actividad suplementaria -nunca sustitutiva- de la agricultura.

Desde allí y siguiendo a varios autores, define al turismo comunitario como crear productos bajo el principio de la participación comunitaria. Es Hiwasaki, según nuestra autora, quien sistematiza los objetivos de esta modalidad de turismo: i) empleo y propiedad para la propia comunidad, ii) conservación de los recursos naturales y culturales, iii) desarrollo económico y social, iv) calidad en la experiencia del visitante.

¿Cuál es la *big picture* que mencionábamos al principio de esta sección? Tiene dos colores. Uno es la promoción de un turismo responsable y sustentable. El otro son los esfuerzos de conservación y administración de áreas naturales protegidas, que promueven la biodiversidad y el desarrollo local comunitario. Esto último es lo que impregna al enfoque del turismo comunitario. Fue Murphy (1985) en su *Tourism: A Community Approach*, quien coloca el concepto de involucramiento comunitario en el centro del debate. Es ese enfoque el que lleva a postular que la forma de participación de las personas que integran la comunidad local tiene una influencia enorme sobre la experiencia del turista, llevando el debate hacia el número de turistas y el perfil de los mismos.

El otro concepto clave es el de empoderamiento de la comunidad, que incluye la pregunta sobre cómo hacer para que la comunidad gestione de forma adecuada sus propios recursos turísticos. Pero ¿qué es el empoderamiento? Es el proceso (G. Sen) de ganar poder (por parte de quienes no lo tienen). Supone controlar recursos externos, lo que hace crecer la autoestima y la capacidad de autoexpresión. Otros autores (Foladori) lo presentan como un proceso personal a largo plazo, que requiere de cambios fundamentales y que puede ser construido de forma gradual. Solo cuando el sí mismo está listo, el proceso puede trasladarse a las relaciones sociales, las organizaciones y la sociedad. El marco presentado también incluye una tipología de empoderamientos porque -advierte nuestra autora- no toda modalidad de participación comunitaria genera empoderamiento. Pero hay un paso más. Es Okazaki, en su *A community-based tourism model: its conception and use*⁵³ quien construye un complejo modelo de turismo comunitario, que permite comprenderlo como un fenómeno complejo.

La investigación de Ángeles Lucero Rojas es sobre el turismo rural como factor de desarrollo en algunas comunidades seleccionadas; para su marco de referencia comienza diciendo que el *turismo rural* es un tipo de actividad turística en el que la población local, a través de sus distintas

⁵³ Publicado en *Journal of Sustainable Tourism*. Aunque luzca desmedido detallar tanto el título del trabajo como donde fue publicado no es únicamente por su valor académico sino como ejemplo de lo que decíamos al principio sobre acceder y utilizar inteligentemente todo lo producido en el mundo sobre el tema/problema seleccionado.

estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel preponderante en el control de su ejecución, gestión y distribución de beneficios. No se trata de sustituir las actividades agropecuarias sino de una forma de diversificar y complementar las economías de base campesina y comunitaria (Cañada). Nuestra autora, mexicana, e investigando sobre su país, adopta la definición de turismo rural de la Secretaría de Turismo de México, donde se enfatiza que se trata de una experiencia de encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que habitan un espacio rural. “El turista no es visitante-observador en un día de paseo, es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella”. Otras definiciones del Instituto de Desarrollo Agropecuario de Chile y de la OMT son bastante menos específicas. Es Sancho quien enumera las principales características del turismo rural. Una, importante, para que se transforme en factor de desarrollo de comunidades -que es lo que le interesa a nuestra autora- es que se realice en zonas del interior relativamente aisladas de los circuitos comerciales.

El segundo eje conceptual es el de *comunidad para el turismo rural*. Siguiendo a Aref, se consideran ocho dimensiones, como el liderazgo, la participación, las estructuras comunitarias y el sentido de comunidad. El tercer eje es su contraparte, *el perfil del turista*. Según nuestra autora, esta modalidad del turismo surge con una nueva cultura del turismo, con el nacimiento de un nuevo turista. Poon y Esteban son los autores que la respaldan. Ambos coinciden en un punto: se trata de turistas más experimentados, en varias dimensiones, no solo en viajes. Es una forma de turismo activo, supone una participación activa del turista en los hábitos y costumbres de la zona. El cuarto y último eje de su marco de referencia aborda los impactos del turismo rural. Porque no todos son beneficios, también hay obstáculos. Uno de los señalados es la frecuente falta de personal calificado para todo tipo de actividades relacionadas con el turismo. Hay autores como Campanhola y Graciano que sugieren la instalación de una agencia de turismo local, un nexo entre el adentro (los agricultores y sus productos) y el afuera (los distintos nichos de mercado). Pero como siempre está presente a la hora de emprender actividades turísticas, la sustentabilidad es especialmente importante cuando se trata de turismo rural. Casi siempre se trata de ecosistemas extremadamente frágiles y por eso la *sustentabilidad* -en sus tres dimensiones, económica, social y ambiental- es uno de los principales retos del sector. De ellas, la sustentabilidad social, que va asociada al fortalecimiento del tejido social para promover la cohesión social, es el reto menos abordado hasta el presente.

En su investigación sobre la política de recuperación del turismo en Colombia, Yuri Chacón integra su marco de referencia con varios elementos. Comienza por el concepto de *política pública* que, siguiendo a Oszlak y O'Donnell (1981), define como “un conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado, en relación con una *cuestión* que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil”. Para esta investigación interesa estudiar especialmente las políticas adoptadas por los gobiernos en materia de turismo y específicamente con relación al turismo en Colombia, los temas de seguridad y las políticas para revertir la imagen negativa del país. Define a las *políticas turísticas* como “el conjunto de acciones que desarrolla el sector público desde las administraciones e instituciones que lo componen y que afectan de manera relevante a la actividad turística” (OMT).

Respecto a la noción de viaje turístico, siguiendo a Boyer (1982), lo describe como una actividad que atraviesa tres etapas: la primera es la del viaje imaginado y en ella se desarrolla el motivo; la segunda corresponde al viaje en sí mismo, al vivido y real y la última al viaje recordado, con la que el individuo retroalimenta sus motivaciones para viajar. A partir de aquí se trata el concepto de la motivación turística, optando por el modelo de motivación turística de Pearce -en 1988 y en 1994- ya que este autor incorpora a la teoría motivacional tradicional el concepto de experiencia, que es decisivo en el turismo. Para el autor la motivación turística no es estática, sino más bien un proceso evolutivo y dinámico, que estimula al individuo a cambiar sus preferencias vacacionales en función de factores como la edad, la experiencia turística previa y el estatus.

En otro eje incluye el concepto de *destino turístico*, al que define como “el ámbito espacial en el que se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer diferentes necesidades y expectativas de los consumidores que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar” (Castaño, 2005). Para la psicología el destino turístico es “una representación mental producida mediante un proceso perceptivo en el que se combinan atributos funcionales de carácter psicológico y otros de naturaleza físico-ambiental, relevantes de dicho entorno”. De aquí nace la concepción de los destinos turísticos como imaginarios sociales, es decir que la *imagen de un destino* no es una simple creencia, sino un conjunto complejo de creencias sobre un sitio. Para Kotler puede haber diferentes tipos e imagen para un mismo destino.

Por último, para tratar la inseguridad y sus efectos sobre la imagen del destino, se cita una publicación de la OMT sobre *la seguridad en el turismo* de la que se extraen dos casos exitosos de políticas turísticas para recuperar el flujo turístico luego de conflictos armados: Irlanda del Norte y Sri Lanka.

Para encuadrar teóricamente su propuesta sobre una ruta de los volcanes en Colombia, Juan Manuel Sotelo parte del concepto de biodiversidad. Desde Rodríguez Becerra (2002) dice que “la diversidad de especies está directamente relacionada con la diversidad de ecosistemas”. Argumenta que la variedad de pisos térmicos -es decir las diferentes clases de relieve que actúan como un factor capaz de modificar las condiciones climáticas- juegan un papel fundamental dentro de la actividad turística, ya que son un factor determinante de la belleza del paisaje de un territorio. El otro concepto clave es el de *ruta turística*. Aquí sigue a Chan (1996), como una propuesta estandarizada de lugares y actividades a realizar, tratándose de una modalidad de producto turístico que basado en un itinerario previo facilita la orientación del visitante, según sus motivaciones, en el destino.

Y todo lo anterior se encuadra en el concepto de *desarrollo sustentable*, enlace integral e inevitable entre el sistema natural y el desarrollo. Esto implica que la utilización de los recursos naturales y el proceso que le sigue permita satisfacer las necesidades sociales tanto presentes como futuras. Nuestro autor nos recuerda que hay tres enfoques sobre la sustentabilidad: el ambiental, el sociocultural y el económico. Por eso es pertinente citar la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable, donde la OMT (2002) planteara que “el desarrollo sustentable consiste en lograr el equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales”. La relación entre turismo y ambiente es estrecha y aquí nuestro autor cita a Gemelli (2008): “durante mucho tiempo, ni los interesados en la preservación del ambiente se ocuparon del

turismo, ni el turismo se preocupó del ambiente, convirtiéndose así en mundos que transcurrían en sus propias órbitas”...“Sin embargo, en las últimas décadas, las amenazas desde el punto de vista ambiental, la posibilidad de que éstas se multiplicaran, sumadas a una percepción cercana de la destrucción de recursos fundamentales para el producto turístico, hicieron que estos mundos confluyeran hacia objetivos comunes, vinculación que actualmente se encuentra en pleno desarrollo”.

Mirian Gómez presenta su marco de referencia a partir de los diversos enfoques sobre la planificación turística pero previamente introduce algunos elementos que hacen a la planificación en general. En cuanto a esta última, uno de sus autores preferidos es Matus (1987) quien define a la planificación como “una herramienta para pensar y crear el futuro”. Para Matus, ese futuro debe ser pensado con un método, de una forma sistemática, para prevenir situaciones futuras con acciones en el presente. En esa concepción la planificación se contrapone a actuar improvisadamente, de allí su importancia. Gómez toma también de Ander Egg la importancia de realizar un análisis y diagnóstico de la situación sobre la cual se va a planificar. Otros autores citados van a insistir en que la planificación es un modo de organizar el futuro para alcanzar ciertos objetivos o en su carácter de proceso racional en donde toman ciertas decisiones futuras.

Ya en el campo de la planificación turística, el autor seleccionado es Ivars (2003), quien recorre los aportes de varios autores. Uno de ellos se refiere a cuatro enfoques distintos de la planificación turística: el desarrollismo -que no toma en cuenta los posibles efectos negativos de la actividad turística sobre la economía, lo socio-cultural y lo ambiental-; el enfoque económico -con su sobrevaloración de los aspectos económicos (solo entendidos como crecimiento económico) por sobre los ambientales y los sociales y donde está ausente la cuestión de la distribución de los beneficios-; el enfoque físico, con el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales como sus aspectos básicos; y el enfoque comunitario, que pone como elemento central a que sea la comunidad la máxima beneficiaria de la actividad, lo cual garantizaría su viabilidad a largo plazo.

Otros autores tenidos en cuenta son Osorio (2006) y su estudio sobre los enfoques y modelos de planificación turística -uno de los cuales es la incorporación de la planificación estratégica y el análisis FODA-; Gemelli (2008), quien destaca el protagonismo que tienen los gobiernos para que el turismo se desarrolle en forma sustentable; y Rivas y Macadán (2012), con su énfasis en la planificación estratégica.

Sobre el turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo local, Adriana Patiño presenta al *desarrollo local* como la nueva tendencia en Latinoamérica. La participación ciudadana y el involucramiento de la población local son sus bases. Para Gallicchio el desarrollo local aparece como una nueva forma de mirar y de actuar desde lo local en este nuevo contexto de globalización. Como no podía ser de otro modo, hay distintos autores y enfoques del desarrollo local. Algunos señalan el desafío para los gobiernos locales de adoptar la gestión como un nuevo estilo de desarrollo, fomentando el liderazgo, la proactividad y la asociatividad.

Son varios los autores que señalan al turismo como una actividad apropiada para ser desarrollada según la visión del desarrollo local. Para ello, lo más importante es estar atento al mejoramiento de las condiciones de vida de quienes residen en un territorio, el fortalecimiento

de su capacidad y el reconocimiento de sus actores y comunidades. Otros sugieren que la atenuación de la pobreza puede ser una motivación importante para implementar modelos de desarrollo local, a partir de comunidades que son potencialmente ricas en recursos. El eslabón es la capacidad del turismo para generar empleos directos e indirectos, como modo de distribuir en mejor medida los ingresos recibidos por una localidad. En varios de los enfoques se resalta la importancia de la planificación, antes de la implementación y gestión mismas y también la articulación de los actores locales a la hora de evaluar las políticas turísticas.

El ámbito rural parece ser el ideal para llevar adelante propuestas de desarrollo local. Su escala sería una ventaja importante y es allí donde emerge el concepto de *turismo comunitario*, porque se trata de una acción social colectiva institucionalizada en el territorio de una comunidad. Es la *Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario* (San José de Costa Rica, 2003), promovida por la OIT, la que define al turismo comunitario como “el desarrollo turístico que se sustenta en los valores de solidaridad, cooperación, respeto a la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica que éstos albergan”.

En su investigación sobre el mercado turístico LGBT, Hosmar Lemus Palacios arma su marco de referencia a partir de varios estudios específicos sobre ese tema realizados entre 2008 y 2015. Estos antecedentes le permiten analizar ese segmento en cuanto a su tamaño, características, preferencias de viaje y comportamiento de consumo. El primer estudio sobre la población gay en Sudamérica realizado en 2008 permitió conocer los intereses y estilos de vida y consumo de ese mercado y además estimar que la población homosexual representaba entre el 6 y 8% de la población total. Destaca que se trata de un público que se caracteriza por imponer pautas y tendencias de consumo y que además es innovador y gusta de probar nuevos productos.

Otro antecedente importante es el estudio que, en 2012, con el apoyo de la Internacional Gay and Lesbian Travel Association, elabora la OMT, denominado *Global Report on LGBT Tourism*, en el que se califica al segmento LGBT como uno de los segmentos de mercado emergentes en el turismo mundial. Según este informe su incremento triplicaba al del turismo en general, con un 10% del volumen de turistas y generando entre el 15/16% del gasto turístico total.

Otros estudios señalan que el ingreso promedio de los hogares gay es un 20% superior al del resto de los hogares, debido a que son hogares más pequeños, con solo dos miembros del tipo DINK (*double income no kids*).

Se los retrata como que valoran especialmente la calidad y variedad en materia de consumos, que son exigentes y que van a espacios dirigidos a ellos donde se puedan reunir con personas de su misma orientación sexual o en entornos abiertos a la diversidad. Varios de los estudios analizados insisten en el concepto de *gay friendly*, una condición para que los turistas de este mercado prioricen un destino. Un estudio del INPROTUR de Argentina señala que la ciudad de Buenos Aires y la de Mendoza son las que cumplen mejor esa condición.

Este marco de referencia se completa en el capítulo 2 con la *Historia y características del movimiento homosexual*, donde se presenta una breve síntesis respecto de las particularidades de su identidad colectiva y de su historia. Allí se introduce en la descripción y terminología del segmento LGBT, las distinciones entre sexo biológico y orientación sexual, la estructuración de la identidad homosexual, la identidad y la expresión de género, la historia de la homosexualidad

y el tratamiento jurídico y reconocimiento de los derechos civiles de los homosexuales en diversos países.

Para su propuesta de desarrollo turístico sustentable para el Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires, Javier Grosman arma su marco referencial alrededor de tres conceptos: el *turismo sustentable*, el *desarrollo local* y los *distritos turísticos*. Para el primero nos recuerda que la sustentabilidad en turismo se enmarca en un concepto más integral que es el de desarrollo sostenible, cuya definición ya clásica (Informe Brundtland de 1987) dice: “aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las que le son propias”. Es en la *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible* (Canarias, 1995) y a través de la *Carta de Lanzarote*, cuando se expresa que, siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, debería participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible, garantizando la sostenibilidad de los recursos de los que depende. No se trata solo que el desarrollo turístico sea ecológicamente soportable a largo plazo, sino también que atienda a su viabilidad económica, con énfasis en la perspectiva de las comunidades locales. Incluye referencias explícitas a la integración con el entorno natural, cultural y humano y al respeto de los equilibrios necesarios para lograr esa integración. Esta visión del desarrollo conlleva la participación de todos los actores implicados en el proceso y en varios niveles -obviamente el local, pero también el regional y hasta el internacional-.

La propuesta se enmarca en el *desarrollo local*, entendido como una forma particular de desarrollo regional en la que los factores locales, que incluyen tanto el espíritu de empresa, las empresas mismas y hasta las instituciones financieras, se constituyen en las bases principales. Se trata de una estrategia alternativa a la de polos de desarrollo, tan vigente en las décadas del 60 y el 70. La del desarrollo local es impulsada desde la base social: reconoce a la comunidad como la protagonista de su propio desarrollo y es propia de políticas horizontales y de abajo-arriba.

El concepto de *distrito turístico* se enmarca en el de *distritos*, definidos por Rabelotti (1995) como “agrupaciones de empresas, principalmente de pequeña y mediana dimensión, concentradas espacialmente y especializadas sectorialmente”. Para su desarrollo hay tres aspectos fundamentales: i) un conjunto de vínculos hacia delante y hacia atrás, basados en relaciones de mercado y extra-mercado, para el intercambio de bienes, información y recursos humanos, ii) un entorno cultural y social común que vincula a los agentes económicos y permite la creación de códigos de comportamiento comunes, tanto explícitos como implícitos, iii) una red de instituciones públicas y privadas locales de apoyo a los agentes económicos.

En el caso de Buenos Aires, ya hay cinco experiencias de conformación de distritos: el Tecnológico (Parque Patricios y Nueva Pompeya), el de Diseño (Barracas), el Audiovisual (Chacarita, Villa Ortúzar, Paternal, Palermo y Colegiales), el de las Artes (La Boca, San Telmo y Barracas), y el más reciente, el de Deportes (en barrios del Sur porteño). La propuesta, fundamentada en esta investigación de Grosman, es un distrito textil y de diseño (en Monserrat Oeste).

Freddy Vargas presenta un marco teórico y conceptual armado sobre los elementos teóricos básicos de su investigación: *certificación*, *calidad*, *sustentabilidad* y *playas*. Para las playas utiliza la clasificación según sub-usos de Zielinki y Botero. Varios autores insisten en la importancia que

tienen las playas para la actividad turística. De ahí que resulte necesario revisar el proceso de *gestión de las playas para su ordenación turística*. Para el autor, siguiendo a Yepes, los principios básicos de la administración constituyen la base de esa revisión: planificar, organizar, direccionar y controlar los recursos disponibles para alcanzar los objetivos planteados.

Si la calidad de un producto/servicio se ha convertido en un factor decisivo para los clientes/usuarios al momento de tomar sus decisiones de compra, la calidad de las playas no es una excepción. Entonces es esperable que los turistas prefieran una “playa con calidad” pero - según el autor- no está claro que tipo de calidad prefieren los turistas en una playa, ni tampoco que entienden ellos por dicho término.

Allí retoma la conceptualización de Yepes, quien define cinco perspectivas para la evaluación de las playas: i) la adecuación al uso, es decir satisfacer las necesidades de sus usuarios, ii) su conformidad de acuerdo a las especificaciones, es decir el grado de cumplimiento de parámetros establecidos, iii) un enfoque estadístico: reducir de forma continuada la variabilidad en la prestación de los servicios de la playa, iv) la económica: busca que las playas minimicen los costos que le ocasionan a la sociedad, y v) el enfoque de calidad de servicio: darle al usuario un papel protagónico en la medición en la excelencia de las playas.

Como ya se dijo, en esta investigación la *certificación* es otro elemento clave: se la define, siguiendo al CESD-Center for Ecotourism and Sustainable Development- como un procedimiento voluntario que evalúa, monitorea y proporciona garantía escrita en el sentido que un negocio, producto, proceso, servicio o sistema de gestión se ajusta a requisitos específicos. Entre ellos está el de *sustentabilidad* o *sostenibilidad*, definida como un enfoque de desarrollo que se fundamenta en una visión de largo plazo y en la armonización entre crecimiento y conservación. Incluye las tres dimensiones: la sociocultural, la económica y la ambiental. Muy recientemente, la OMT definía al *turismo sustentable* como aquel “que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

El marco de referencia presentado por María Victoria Carbó se enfoca específicamente en el concepto de *estacionalidad* turística a la que reconoce como un problema mundial que aparece en diferente grado de importancia según el destino, y que ha tenido amplio tratamiento en la literatura académica.

Si bien, como se señaló, casi todos los destinos tienen alguna forma de estacionalidad, ésta es mayor en destinos asociados a sol y playa (es el caso ecuatoriano estudiado por nuestra autora) o a deportes de invierno, y mínimo en destinos de tipo urbano (Balanzá). Que cuanto más asociado esté el destino a atractivos naturales, más propensión a la estacionalidad -los ciclos de la naturaleza-, y que ésta disminuye en destinos más asociados a atractivos culturales en su sentido amplio.

Otros autores enfatizan la importancia de otros factores como el período de vacaciones, de congresos, feriados o fechas religiosas (Alban). Hay también quienes sostienen que, a mayor capacidad de gasto de los turistas, la estacionalidad es menor, por sus hábitos de hacer más viajes durante todo el año. Otros recuerdan que varias son las actividades productivas que

comparten esta característica. Los ejemplos son la agricultura, la pesca y la misma industria cuando sus insumos son estacionales (Barco).

Peligros Espada y Casado en su análisis empírico de la estacionalidad turística en Madrid, señalan cinco efectos negativos: los económicos (pérdida de rentabilidad e ineficiencia de recursos), los laborales (inestabilidad y precariedad en el empleo), ecológicos (sobreexplotación de recursos), socioculturales (aculturación de la comunidad receptora), y sus efectos sobre la imagen del destino (masificación, pérdida de calidad del destino). Así presentado, pareciera que se trata de un problema que se expresa solo a nivel macro, pero son Luna y Damaris quienes señalan sus aspectos micro económicos, es decir sus efectos sobre empresas y organizaciones, especialmente en lo que hace a sus restricciones en materia de capacidad y sus altos costos fijos de operación.

El último de los trabajos analizados, el de Rosana Bardanca sobre las dificultades para el desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca, se encuadra teóricamente en la visión del turismo sostenible, enmarcado en una concepción más amplia de desarrollo sostenible. Se parte de una de las definiciones más recientes de la OMT: “el turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. El desarrollo de este concepto lleva un largo camino recorrido en la OMT; un antecedente citado por nuestra autora data de 1993, cuando en la Conferencia Euro-mediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la OMT sostenía que “el turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. Paralelamente -sostiene nuestra autora- se comienzan a utilizar como sinónimos vocablos como turismo responsable o turismo sustentable. La misma OMT en su glosario de 2000 agregaba que “el turismo sustentable es aquel que atiende las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro”.

En la Argentina, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (el ya mencionado PFETS) definía que “sostenible/sustentable” es ya una meta incuestionada en el sistema de las Naciones Unidas, en el que los países deben procurar que su crecimiento económico sea compatible con el aumento de la equidad social y el mantenimiento de sus ecosistemas (Argentina. Ministerio de Turismo, 2011). Por su parte, Gemelli (2011) lo dice más claramente: “el turismo sustentable es en esencia, preventivo, tiene la idea de intervenir antes de que los problemas ocurran”.

Para comprender mejor la concepción del turismo sostenible, nuestra autora lo refuerza con el concepto de desarrollo sostenible, definido como aquel que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Para algunos autores citados en esta investigación, el concepto de desarrollo sostenible refleja una creciente conciencia acerca de la contradicción que puede darse entre desarrollo, que en primer lugar se entiende como crecimiento económico y mejoramiento del nivel material de vida, y las condiciones ecológicas y sociales para que ese

desarrollo pueda perdurar en el tiempo. Resulta entonces muy apropiado adoptar esta perspectiva teórica para analizar el caso de la Quebrada de Humahuaca, declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad (UNESCO, 2003), aun teniendo en cuenta lo señalado por Nieva, al destacar que la mayoría de los sitios declarados Patrimonio Mundial en Argentina tienen problemas de conservación que podrían afectar su valor excepcional y por lo tanto su interés turístico.

4.3. Los aspectos metodológicos

Hace tiempo que los investigadores cualitativos sostienen que la metodología designa el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas. En el seminario de metodología de la investigación de nuestra carrera se enseña que, si bien cualquiera de las decisiones que deba tomar el autor a la hora de llevar adelante su trabajo de investigación, es una decisión de tipo metodológico -desde la selección del tema hasta la bibliografía y el cronograma-, hay una fase de aspectos metodológicos propiamente dichos.

Esta fase puede definirse de la manera siguiente: es la respuesta a una pregunta que dice *¿cómo* me las voy a *ingeniar* para responder las preguntas de investigación que yo mismo he formulado? Hay dos palabras que resaltan en la anterior afirmación, una es que la respuesta debe ser siempre un *cómo*, es decir un medio, algo instrumental. La respuesta explícita *como* voy a hacerlo, no *que* voy a hacer. Un ejemplo en el campo de la gastronomía: no se pregunta sobre *qué* plato va a cocinar sino *cómo* va a cocinarlo. El otro remite al *ingenio*, del cual viene la palabra ingeniero: tengo un problema y tengo que resolverlo, se me pregunta *cómo* voy a hacerlo.

En Fassio y Pascual (2015)⁵⁴ hay una interesante pregunta: ¿qué relación existe entre objetivos y tipo de estudio a desarrollar en la investigación? El diseño de la investigación es definido por las autoras como “la planificación de las actividades para alcanzar los objetivos”. Proponen clasificar las investigaciones en cuatro tipos de estudios: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. Sobre cada uno de ellos acercan un comentario. De los exploratorios que “se realizan cuando se conoce muy poco sobre el tema que nos interesa...sirve para identificar los conceptos y variables más relevantes relacionadas con el objeto de estudio y también, en algunos casos, para desarrollar nuevos instrumentos de investigación...más bien representan el comienzo de un trabajo de investigación”. El objetivo de los estudios descriptivos “es describir situaciones y fenómenos” y sugieren preguntas como: ¿cómo es este fenómeno? ¿Cómo se manifiesta? ¿Qué características tiene? ¿Dónde se manifiesta? (Fassio y Pascual: 40 y 41). Asimismo, Fassio y Pascual definen al diseño como “el plan que llevamos adelante para contestar a las preguntas de investigación que nos hemos planteado”.

En su trabajo sobre los turistas extranjeros de la tercera edad Paulo Cavalcante opta por una estrategia cualitativa, fundamentada en la escasez de estudios anteriores sobre el tema seleccionado, en realidad, bastante innovador y poco investigado en la Argentina. Una vez enfocado en esta opción metodológica coteja las ventajas y desventajas de utilizar herramientas

⁵⁴ Fassio, A.; Pascual, L (2015) “Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la Administración y del análisis organizacional” primera edición. Buenos Aires Eudeba.

como la entrevista en profundidad, los grupos focales y la observación. De este balance, en el que prima el criterio de la economía en la recolección de datos, decide utilizar las entrevistas.

Al tratarse de entrevistas en profundidad desarrolla una guía cuestionario de 51 preguntas, de las cuales 23 son de respuestas cerradas y 28 abiertas. La guía de entrevista se estructuró en tres bloques de preguntas. El primero de ellos contenía 13 preguntas (7 cerradas y 6 abiertas) y apuntaba a las variables socioeconómicas y algunas sobre comportamiento de ocio. El segundo se refería al comportamiento del entrevistado en viajes anteriores, a relevar en 16 preguntas (4 cerradas y 12 abiertas). El tercer bloque focalizaba sobre la experiencia turística en Buenos Aires, a partir de 22 preguntas (10 cerradas y 12 abiertas).

El segmento de edad a estudiar fue entre los 60 y los 75 años, es decir, aquellos que están pasando sus primeros años de *seniors* y que coincide con la edad jubilatoria. Se entrevistaron 100 turistas, adecuadamente distribuidos entre los distintos mercados de interés: 34 de América del Sur (Brasil: 12, Chile: 11, Uruguay: 11); 33 de América del Norte (Canadá: 10, Estados Unidos: 23); y 33 correspondieron a turistas de Europa.

En un primer momento se decidió relevar la información en ambos aeropuertos de Buenos Aires (Ezeiza y Aeroparque), en el momento del pre-embarque de los pasajeros, pero no se consiguieron las autorizaciones correspondientes. La alternativa fue hacer el trabajo de campo en las inmediaciones del Centro de Información Turística del gobierno local, localizado en el Centro de la ciudad, y punto de encuentro de quienes utilizan el servicio del bus turístico. Durante los fines de semana las entrevistas se hicieron en las inmediaciones de la Casa Rosada, un atractivo muy visitado por los turistas bajo estudio. Todas las entrevistas fueron grabadas y posteriormente tabuladas utilizando el programa Windows Excel.

Para el desarrollo de su investigación sobre la Marca País y su impacto en el turismo, el caso de la marca país México y su posicionamiento en Argentina, Víctor Anaya González usa un método mixto en el que combina tanto fuentes primarias como secundarias.

Las fuentes secundarias utilizadas fueron de tres tipos: por un lado, bibliografía sobre Marketing de destinos turísticos, Psicología de los viajes y del turismo y Marca País; por el otro documentos de organismos internacionales de turismo -la OMT- y los organismos nacionales de turismo de México y de Argentina; y por último utiliza los informes anuales de las tres principales consultoras internacionales que realizan el ranking de Marca País y la evolución de los resultados que establecen la posición de los principales destinos turísticos de Latinoamérica y de México en particular. A partir de esta información analiza de manera particular las estrategias de Marca País utilizadas por Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica y Perú.

Las fuentes primarias utilizadas fueron de dos tipos: entrevistas y encuestas. Las entrevistas a directivos de los proyectos de Marca País de Latinoamérica se realizaron a los responsables de PromPerú (Perú), SerNaTur de Chile y del ICT, Instituto Costarricense de Turismo en Buenos Aires durante la FIT, Feria Internacional de Turismo de 2012. También se entrevistó a funcionarios de la Oficina de Marca País de Argentina en Buenos Aires y en México a los directivos de la Marca País, y del Consejo de Promoción Turística de México en Argentina.

El otro trabajo de campo fue la aplicación de una encuesta en línea a argentinos considerados potenciales turistas a México. El instrumento utilizado para conocer lo que piensan los argentinos sobre México en general y explorar sobre su percepción ante la Marca País mexicana incluía tanto preguntas abiertas como de opción múltiple.

Para obtener una muestra lo más amplia posible, se optó por realizar una encuesta por Internet a través del portal www.surveymonkey.com. El cuestionario incluía 36 preguntas, las primeras 25 fueron diseñadas para ser respondidas por todos los encuestados, con la condición de ser argentinos y posteriormente se abren dos opciones, una para ser respondida por aquellas personas que hayan viajado a México en los últimos 10 años y la otra para aquellos que no han viajado a México aún.

La encuesta estuvo online tres meses, entre el 14 de enero de 2012 y el 14 de marzo de 2013. Al mismo tiempo se realizó una búsqueda de voluntarios para responder la encuesta a través de mailing y de las redes sociales, enviando el link de la encuesta a contactos que a su vez lo replicaron en sus propias redes, se solicitó la difusión de la encuesta en foros de turismo de Internet, grupos de investigación de universidades en Argentina y profesionales de turismo. El operativo de campo relevó 405 encuestas. De allí proviene la información sobre uno de los objetivos principales de la investigación de Anaya: la familiaridad que tiene el argentino con respecto a México, la imagen que se tiene de este país, los conceptos relacionados con él, así como su intención y experiencia de viaje hacia este destino.

En su investigación sobre cuatro mercados turísticos estratégicos y emergentes para la Argentina (China, India, México y Rusia), Analía Castaldi utiliza un variado espectro de fuentes secundarias, la mayoría de ellas estadísticas, tanto de Argentina como de los cuatro países estudiados, más algún otro que permita mejorar las comparaciones sugeridas.

En Argentina una de las fuentes fue la Dirección Nacional de Migraciones, que permitió medir el volumen de arribos de pasajeros chinos, indios, mexicanos y rusos. Para analizar el perfil de estos turistas se contó con la ETI, del Ministerio de Turismo de la Nación. Del organismo nacional de turismo también se utilizó el Anuario Estadístico. Estas fuentes oficiales sobre la demanda fueron complementadas con el análisis del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS, Mintur). Otro organismo oficial de turismo consultado fue el Ente de Turismo de la ciudad de Buenos Aires, específicamente los datos de su Observatorio Turístico.

Para cada uno de los cuatro mercados estudiados se consultaron sus estadísticas de turismo emisoro. Para el caso de México también se utilizaron las estadísticas de arribos de argentinos, obtenidas del Consejo de Promoción Turística de México. Para las comparaciones dentro de la región se utilizaron las estadísticas de ingresos a Brasil (Ministerio de Turismo y Fundacao Instituto de Pesquisa Económica) y a Chile (INE, el equivalente al INDEC en ese país).

El análisis de la coyuntura mundial de viajes y turismo se basó en el Barómetro de la OMT. La información cualitativa sobre las acciones de promoción de Argentina en los cuatro países seleccionados fue obtenida del INPROTUR y complementada mediante entrevistas a operadores turísticos receptivos argentinos.

Las dificultades de orden metodológico fueron el punto de partida para la investigación de Myriam del Río sobre el empleo turístico en cinco provincias argentinas. Por lo tanto, su trabajo puede ser visto tanto como el aporte de resultados sobre el tema seleccionado como la elaboración de una metodología apropiada para ello.

Como siempre en este tipo de estudios, en la medida que se adopten estándares internacionales se facilita la tan deseable comparación entre países. El problema radica en que en muchos de los países de referencia seleccionados, se parte de los resultados arrojados por la Cuenta Satélite de Turismo, trabajo tantas veces anunciado en la Argentina pero que sigue pendiente, justamente porque supone un determinado nivel de desarrollo de los datos de estadísticas turísticas aún no alcanzado.

Siguiendo el ejemplo de muchos otros países del mundo, en la Argentina el sector Turismo siempre dedicó mucha energía a demostrar la importancia que esta actividad reviste para la economía nacional y por lo tanto la necesidad de promover el turismo. Se asumía y se asume que el reconocimiento de la importancia de la actividad iría acompañado por un mayor apoyo en los planos más diversos.

Uno de los indicadores siempre utilizados fue su capacidad de generación de empleo -el otro fue su contribución a la creación de riqueza-. De allí que -tal como del Río reseña- desde hace algunos años la Cámara Argentina de Turismo emprendiera estudios sobre el empleo turístico, aún sobre bases estadísticas más precarias de lo deseable.

Este estudio utiliza como fuente el principal instrumento estadístico para la medición del empleo que es la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), que releva información socioeconómica y laboral de 31 de los aglomerados del país, cinco de los cuales se encuentran en la región estudiada: Jujuy-Palpalá, Salta, Gran Tucumán-Tafí Viejo, Gran Catamarca y Santiago del Estero-La Banda. Se trata de los principales centros urbanos de la región, cruciales para medir el empleo en general pero que a los fines del empleo turístico presentan un escollo adicional, en la medida que en algunos casos como en el de la Quebrada de Humahuaca en Jujuy y el de Río Hondo en Santiago del Estero, una parte importante del empleo turístico se da fuera de los aglomerados relevados por la EPH. Para ello, nuestra autora procede a consolidar la información de esta encuesta con las fuentes censales disponibles.

La estrategia metodológica de Carla Roldán para el estudio que fundamenta su propuesta sobre turismo comunitario como alternativa de desarrollo para comunidades indígenas seleccionadas en Ecuador incluye fuentes secundarias -bibliografía y documentación institucional- y primarias a través de un trabajo de campo. Su trabajo se inscribe en la tradición descriptiva.

La fuente secundaria principal es la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, un ente multisectorial que congrega a comunidades de diferentes etnias y razas, tanto de pueblos indígenas como afro-ecuatorianos que se dedican al turismo comunitario. Se trata de un miembro activo del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo de ese país. Esa fuente es utilizada para describir la situación del turismo comunitario, tanto para todo el país como para el área seleccionada. Varios cuadros estadísticos sintetizan esa información e ilustran sobre las fortalezas y debilidades de esta modalidad de turismo, de peso importante en Ecuador.

Para el estudio de mercado se llevó adelante un sondeo mediante encuestas a turistas nacionales y extranjeros que visitan comunidades cercanas a las seleccionadas. Se relevaron 100 encuestas, dando prioridad a los encuestados extranjeros, la mayoría de los cuales provienen de Canadá y también de los Estados Unidos. Entre los encuestados nacionales, la mayor parte de ellos provenían de las ciudades más importantes de Ecuador como Quito y Guayaquil. El objetivo de estas encuestas fue conocer los gustos, tendencias, preferencias y necesidades de quienes practican esta modalidad de turismo. También se estuvo atento al estudio de los canales de distribución utilizados o utilizables. De manera complementaria, se hicieron entrevistas a informantes calificados, tanto profesionales como dirigentes y funcionarios, lo que permitió profundizar en la comprensión de los resultados tanto de la encuesta como de la información estadística disponible.

El estudio de Shyla Orlando sobre la situación actual del Parque Nacional Machalilla, en Ecuador, es de tipo descriptivo y para ello utiliza fuentes primarias y secundarias. Respecto de la información secundaria, se utilizan fuentes bibliográficas, y documentación oficial de los Ministerios de Ambiente y de Turismo, del Instituto Nacional de Pesca y de la oficina municipal, así como archivos de prensa. La autora toma especialmente en cuenta el Plan de Manejo del Parque Nacional y los informes internos del guarda parques para el análisis de los problemas generales del Parque.

La principal fuente de información primaria fueron las entrevistas realizadas a los integrantes de los grupos de interés con distintos tipos de conflicto dentro del Parque. El mapa de estos grupos registró ocho de ellos; la gran mayoría de los cuales fueron consultados para que expresaran sus opiniones, a los propósitos de este estudio.

La población local e indígena fue representada por los comuneros indígenas. El sector del Turismo tuvo voces a través de los encargados de los establecimientos hoteleros y de restauración y los operadores de turismo. El sector de la pesca fue consultado a través de los gremios sindicales de pescadores.

También fueron consultadas las opiniones de representantes de la administración local (municipios) y central (la administración de este Parque Nacional). Para el grupo de interés conformado por los organismos internacionales se analizaron fuentes documentales y también apuntes de investigaciones de consultores ambientalistas.

No resulta fácil presentar la estrategia metodológica utilizada por Adriana Romero para su investigación sobre el turismo ecuestre. No está explicitada como tal en algún punto del documento y tal vez eso sea así porque de la lectura surge que se trata más bien de una secuencia de decisiones metodológicas, cada una de ellas con el objetivo de abordar cada uno de los capítulos y que al final se ensambla cuando se argumenta que efectivamente el turismo ecuestre puede ser un producto turístico para la Argentina. Conviene entonces recorrer cada una de esas decisiones metodológicas para cada uno de los capítulos. Uno de los primeros está destinado a presentar la oferta de turismo ecuestre en el mundo y la región. ¿Cómo se hizo? Mediante la recopilación y sistematización de información sobre los países que promocionan sus productos relacionados con los caballos, las cabalgatas y las actividades ecuestres, por un lado y sobre las empresas que comercializan el producto “turismo ecuestre”, que son diversos y

algunos de importancia considerable en cuanto a la variedad de su oferta y su volumen de demanda, por el otro.

Otro de los capítulos sustantivos analiza la actividad ecuestre en la Argentina, con independencia de su interés turístico. Para ello se incursiona en la historia, el arte y la tradición vinculada a la actividad ecuestre en cualquiera de sus modalidades. Le sigue el estudio de la producción y la cría de equinos. Por su importancia en la actividad ecuestre en Argentina, esta investigación, especialmente por su visibilidad, jerarquiza las actividades deportivas a caballo (polo, pato, turf y otras disciplinas). Todo ello permite que en el capítulo siguiente se presente un análisis de la oferta actual, mostrando a lo ecuestre como recurso turístico, pero también como parte del patrimonio cultural argentino. Para ello se presenta un panorama de los productos que actualmente están en el mercado, con sus fortalezas y debilidades -según la autora-. Este análisis de la oferta exige -y esto es el capítulo siguiente- otro sobre la demanda de turismo ecuestre, donde se atiende al comportamiento de los consumidores y los posibles factores determinantes de los mercados turísticos. El trabajo concluye con una propuesta de estrategia para el desarrollo de este nuevo producto.

Para su análisis sobre la política de recuperación del turismo en Colombia, Yury Chacón utilizó una variedad de fuentes, en relación directa con los distintos capítulos presentados. Para los correspondientes al turismo en Colombia y su política de turismo se utilizaron informes y noticias oficiales acerca del contexto social que vive Colombia desde hace más de 60 años, en su relación con hechos de violencia, corrupción y narcotráfico. Con más profundidad se analizó la Política de Seguridad Democrática, política gubernamental que tuvo como propósito impulsar el turismo interno dando confianza para viajar por las carreteras del país. De allí surgieron las “Caravanas Turísticas”, que son analizadas en esta investigación. En esta fase se contó con entrevistas y apoyo de informantes calificados de la Embajada de Colombia en Argentina, específicamente del área comercial, y de Pro Colombia en Buenos Aires.

También fue motivo de análisis la importancia de la marca Colombia, a través de campañas promovidas por el Ministerio de Turismo: “Colombia. El riesgo es que te quieras quedar”, “Colombia Realismo Mágico”, “La respuesta es Colombia” y otras. En todas ellas el turismo forma parte de una estrategia más global y por eso lo de “Marca País”.

En la tercera parte, nuestra autora analiza el turismo receptivo colombiano en general y el emisor de Argentina en particular. También aquí se consultaron una variedad de fuentes estadísticas y documentales de Argentina (ETI) y Colombia (Pro Colombia) y se realizaron entrevistas a representantes de agencias mayoristas de turismo en Buenos Aires.

Para su investigación sobre el turismo rural como factor de desarrollo en dos comunidades de México, Ángeles Lucero Rojas adopta una estrategia metodológica conformada por seis partes: revisión bibliográfica; operacionalización de variables y conceptos; recolección de datos socio económicos de diferentes fuentes; aplicación de entrevistas a población local y expertos en el tema; sistematización de la información obtenida; elaboración de un marco analítico de gestión del turismo rural como factor de desarrollo.

Se trata de un análisis comparativo entre dos comunidades rurales, con más del 90% de su población considerada por el INEGI como indígena. La gran diferencia y por eso la comparación,

es que en una de ellas hay una empresa privada que tiene el control total de la gestión y operación del turismo, mientras que en la otra ellas están a cargo de los mismos pobladores locales.

El enfoque adoptado es cualitativo, cuyo eje es un amplio espectro de consultas a los actores del proceso bajo estudio: pobladores locales, microempresarios y prestadores de servicios turísticos, instituciones gubernamentales y no gubernamentales, y visitantes locales y nacionales. Se procuró poner especial cuidado de crear un clima de trabajo de campo que asegurara diversidad de opiniones y la participación de los actores locales.

El instrumento utilizado fue la entrevista, de modo que asegurara no solo información sobre la subjetividad de los participantes en el proceso estudiado, sino también su perspectiva para interpretar sus propias respuestas. La entrevista se estructuró de acuerdo a los tres objetivos de la investigación: determinar la importancia de la actividad turística en el desarrollo de la comunidad; analizar las formas de operación y gestión para la realización de las actividades turísticas; y conocer la calidad de vida de la comunidad a partir del turismo rural. Para el desarrollo de las encuestas se organizó una secuencia de preguntas que antes del núcleo temático principal, explicara el propósito de la entrevista, sus objetivos y los criterios de selección de los entrevistados.

Para su investigación sobre “la ruta de los volcanes”, una propuesta de diversificación de la oferta turística en Colombia, **Juan Manuel Sotelo Cortés** consultó varias fuentes documentales, algunas de las cuales son planes de gobierno y planes de promoción turística de Colombia. La propuesta del proyecto de Ruta de los Volcanes se sitúa en el departamento de Nariño, uno de los 32 departamentos de Colombia, en la frontera con Ecuador.

Una de las principales dificultades que se presentaron para realizar este estudio fue la falta de estadísticas y también de documentación turística actualizada sobre el turismo en el departamento de Nariño. Por ello se recurrió al trabajo de campo mediante entrevistas a referentes y autoridades locales de la Secretaría de Turismo de la Gobernación. La Cámara de Comercio fue la entidad que facilitó los datos más relevantes y los contactos con los principales informantes clave. También fueron entrevistados docentes de instituciones universitarias. A partir de este relevamiento se logró describir la situación actual del turismo en Nariño.

Continuando con el trabajo de campo, el autor recorrió durante dos semanas en el mes de junio de 2014 la zona de Nariño para realizar un relevamiento del estado de la infraestructura vial del departamento, visitando los atractivos turísticos naturales y culturales y del estado de su equipamiento e instalaciones. A partir de este relevamiento se definió los tres volcanes que se consideró viable incluir en la propuesta de ruta turística por sus condiciones y tiempos de desplazamiento. El desarrollo de la ruta a la que se denominó Vulcano, la ruta del fuego, plantea tres recorridos partiendo desde la ciudad fronteriza de Ipiales, hacia los Volcanes Azufral, Cumbal y Chiles a realizar en diferentes excursiones de las que se provee el itinerario, hora de salida, puntos turísticos a visitar y los tiempos de desplazamiento involucrados.

El turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo local para un municipio de Ecuador es el tema de Adriana Patiño. Para ello llevó adelante un proceso de investigación que comprendía cinco fases: i) la recopilación y análisis de material bibliográfico para armar un

panorama sobre la conceptualización, influencia y evolución del turismo rural comunitario en Ecuador y el desarrollo local como tendencia a nivel mundial, ii) un diagnóstico situacional turístico del municipio seleccionado y de su perfil rural, iii) un análisis del marco normativo que de algún modo regule la actividad turística, iv) algunos programas y modelos de otros países que sirvieran como referencia en cuanto a la experiencia internacional en materia de turismo rural comunitario, v) una serie de entrevistas a informantes calificados sobre el tema seleccionado: parroquias, municipios aledaños, prestadores de servicios, profesionales del turismo, representantes de la academia, líderes de proyectos comunitarios, y autoridades del municipio .

Para el trabajo de campo, se utilizaron principalmente entrevistas y encuestas. El diseño de las entrevistas fue sumamente flexible, de acuerdo al tipo de entrevistado. En cambio, en las encuestas se utilizó un formato estandarizado de 14 preguntas, de las cuales 10 eran de selección múltiple, 2 eran preguntas pre categorizadas (cerradas) y otras 2 abiertas, lo que implicó un análisis de contenido posterior. Hubo algunas encuestas realizadas a través de las redes sociales y otras encuestas se relevaron en puntos de interés turístico del Centro Histórico de Quito en días de gran afluencia turística.

El abordaje para su propuesta de desarrollo turístico sustentable en un sector del Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires es el de un estudio de caso. Su autor, Javier Grosman, adopta entonces el enfoque cualitativo, organizando el análisis a través de información recabada en diferentes fuentes. Al tratarse de un tema prácticamente sin antecedentes, el objetivo que se propone es exploratorio. Sin embargo, cuando se caracteriza el área se lo hace con atributos específicos y se relacionan datos con condiciones y conexiones existentes, opiniones, puntos de vista y procesos en marcha que se vislumbran en el sector, lo que le da un alcance descriptivo.

La principal técnica de recolección de datos primarios fue la observación, en un período suficientemente extenso. Al tratarse de un estudio de caso, pudo observarse casi todo, de todo. Las otras fuentes fueron secundarias, varias de ellas resultantes de investigaciones, en algunas de las cuales había participado el autor. Se profundizó en el estudio de los aspectos normativos del barrio, como el plan de manejo del casco histórico (cuya versión actualizada se iba desarrollando en paralelo a la preparación de este trabajo de investigación) y los proyectos de normativa ampliada para el mismo. La base del trabajo de campo fue corroborar la información recabada en textos, planos y fotografías, en comparación con la observación de los cambios detectados in situ.

Además del diagnóstico respecto de las características y dinámica de las actividades del área, el valor patrimonial, el estado de stock edilicio, el estado del espacio público, la accesibilidad y la relación con áreas linderas, en lo estrictamente turístico se utilizaron estudios disponibles de llegadas y motivaciones de turistas para esa área de la ciudad.

El encuadre metodológico adoptado por Mirian Gómez para comparar los planes de desarrollo turístico de Venezuela y Argentina es de tipo descriptivo y analítico. La comparación se complejiza porque se asume que los resultados obtenidos alcanzados pueden deberse, en una parte no conocida ni estimada, a factores ajenos al proceso de planificación mismo y a los instrumentos utilizados.

A la luz del documento de planificación argentino -Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable- se seleccionaron para la comparación los aspectos que hacen a la institucionalidad turística, que son justamente aquellos que hacen a la idiosincrasia de cada uno de los países, en dimensiones tales como las leyes que regulan el sector, la organización del organismo nacional de turismo -Ministerio de Turismo en ambos casos-, la administración de los parques nacionales, la articulación entre los organismos provinciales de turismo -en el caso argentino a través del Consejo Federal de Turismo-, la conectividad aérea, la organización del sector turístico privado, y el Instituto Nacional de Promoción Turística. Para cada uno de los institutos se recabó información primaria. En el caso venezolano fue una dificultad adicional la escasa información publicada en Internet.

La investigación incluye un análisis tanto de la oferta como de la demanda. Para Venezuela se hizo un análisis de todos los productos que actualmente se ofrecen en el mercado. También para Venezuela y en cuanto a demanda, las fuentes utilizadas fueron tanto el MINTUR como el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Para Argentina, se señala la cantidad y variedad de fuentes e información disponibles para todo aquel que quiera profundizar el conocimiento del sector.

Para su estudio sobre el mercado turístico LGBT para Colombia, Hosmar Lemus Palacios se propone conocer sus particularidades, tendencias y preferencias. Con este objetivo desarrolla una estrategia metodológica cuyo primer paso, utilizando fuentes secundarias, consistió en la revisión bibliográfica para contar con la mayor cantidad de antecedentes sobre el tema. Luego de esta revisión se enfocó en las investigaciones del mercado LGBT realizadas en los últimos 10 años, no solo en turismo sino en materia de consumo en general y a partir de allí selecciona y analiza los once estudios más relevantes para el objetivo de su investigación, entre ellos uno de la OMT y otro del Ministerio de Turismo de Argentina.

Para un tema tan específico, a nuestro autor le interesaba completar lo anterior con datos cualitativos y para ello optó por llevar adelante dos encuestas online, una dirigida a la demanda y otra a los oferentes de servicios turísticos para esa demanda en Colombia. Ambas encuestas se llevaron a cabo utilizando Internet y las redes sociales.

La encuesta sobre demanda, dirigida a turistas del segmento LGBT hayan o no visitado Colombia, contenía 14 preguntas, a ser respondidas en 5 a 10 minutos, en versiones en tres idiomas (español, inglés y portugués). Sus objetivos fueron bien específicos: i) determinar el perfil del potencial turista LGBT, de cualquier parte del mundo que conozca/haya conocido o desee conocer Colombia, y ii) su percepción de Colombia como destino LGBT.

La segunda encuesta estuvo dirigida a las empresas y personas que prestan servicios turísticos en las principales ciudades de Colombia (establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, restaurantes, guías de turismo y empresas de entretenimiento). Se indagó sobre el conocimiento que tienen sobre este segmento, sobre el significado de la sigla LGBT, si se tiene relación con personas de este grupo y cuanto aceptan y respetan su elección sexual. Esta encuesta se canalizó a través de las agremiaciones del sector, por correo electrónico y por medio de las redes sociales. En el trabajo de campo, a través de estas dos encuestas, que tuvo una duración de 9 meses, se obtuvieron casi 400 respuestas válidas, sumando ambas encuestas.

Para su investigación sobre certificación en calidad y/o sustentabilidad de las playas colombianas, Freddy Vargas hace un trabajo principalmente de tipo empírico, que incluye fuentes primarias y secundarias. De algún modo, también se planteó llevar adelante una investigación de tipo metodológica, dado que se propuso la revisión de las metodologías ya existentes en diferentes países como estrategia para abordar su problemática de estudio.

Nuestro autor aclara que su investigación no tiene fundamento estadístico, ni persigue que sus resultados puedan ser generalizados más allá de la información obtenida. En cuanto a su alcance, se trata de un estudio descriptivo, profundo, serio, pero sin intenciones correlacionales y menos aún con sugerencias explicativas.

El diseño adoptado es el de estudio de caso de corte cualitativo, eso sí, a partir de información recogida en diversas fuentes. Las unidades de análisis son los esquemas de certificación de playas, en cuanto a calidad y/o sustentabilidad. Se investigaron diez de ellos, algunos de los cuales son aplicados a un único país, como es el caso de Argentina, México o Uruguay, y otros a varios países como el esquema de certificación europeo *Blue Flag*, el más conocido.

La información se recogió aplicando un método de triangulación, mediante la combinación de fuentes secundarias -revisión bibliográfica y datos estadísticos- y entrevistas semi estructuradas aplicadas a 14 de los principales actores involucrados. Varias de estas entrevistas se hicieron por Skype, dado que los entrevistados no viven en Buenos Aires, ciudad desde la que el autor colombiano realizó su investigación.

El enfoque mixto, es decir una combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, es el adoptado por Victoria Carbó en su trabajo sobre la estacionalidad turística en la franja costera de una provincia de Ecuador. La herramienta utilizada para la recolección de información fueron las encuestas, a partir de tres tipos de cuestionarios diferentes, dos de ellos para turistas y el tercero para proveedores turísticos. También se utilizó una ficha para recoger información sobre los atractivos, utilizando fuentes secundarias.

En el primer tipo de cuestionarios para turistas se indagó sobre su percepción acerca de diferentes tipos de servicios turísticos (hoteles, bebidas y gastronomía, restaurantes, transporte, guías). Los aspectos principales considerados fueron la calidad de los servicios, los atractivos mismos y el tiempo de permanencia en el destino. El otro tipo de cuestionario para turistas estuvo dirigido a indagar acerca del perfil de los turistas: edad, sexo, nivel educativo, situación laboral, nivel de ingresos, estado civil, nacionalidad, país de residencia para los extranjeros o lugar de residencia para los ecuatorianos, gasto promedio, temporada del viaje, composición del grupo de viajeros, su motivación principal, duración de la estadía, si se trata de una primera visita al destino o son reincidentes, y además el nivel de satisfacción con el destino. Se relevaron 384 casos, una muestra representativa de un universo estimado en 300.000 turistas.

A los proveedores turísticos se los indagó sobre los efectos de la estacionalidad de la demanda en el destino. El universo fue estimado en 557 proveedores y se diseñó una muestra representativa de 228 casos a los que se les aplicó la encuesta.

El trabajo de Rosana Bardanca sobre la Quebrada de Humahuaca fue diseñado bajo los principios de la investigación empírica, incluyendo que se parte de la experiencia personal de la autora

sobre el destino, lugar de sus antepasados y al que iba de vacaciones todos los años durante su infancia y adolescencia. El trabajo se estructura combinando varias fuentes de información, especialmente la revisión de fuentes secundarias documentales como anuarios e informes estadísticos, censos de población y económicos, planes de promoción turística, publicaciones de expertos en materia estadística, artículos de revistas de investigación turística, sitios web, periódicos, folletos de promoción turística, spots publicitarios, videos en Youtube, blogs, y publicaciones de Facebook, etc.

Las fuentes de información documental más relevantes utilizadas por la autora fueron *Quebrada de Humahuaca, naturaleza y cultura* de S. Figoni Prado y *La Quebrada de Humahuaca* de C. Reboratti. Nuestra autora señala que una de las principales dificultades enfrentadas en el desarrollo de este trabajo fue la falta de información estadística confiable, oportuna y actualizada por parte de organismos oficiales y la escasa documentación de cifras del turismo a nivel regional.

En cuanto a fuentes de información primarias, se realizó un trabajo de campo durante la alta temporada, que permitió la necesaria inmersión en el complejo escenario de intereses surgido de las relaciones entre turistas, excursionistas, prestadores de servicios turísticos y el resto de la población local: los residentes. Para ello se utilizaron cuestionarios, entrevistas y la observación directa. A los turistas se les preguntó sobre su llegada, estadía, experiencia y percepción del destino, utilizándose una muestra no probabilística de 60 casos en distintas localidades de la Quebrada. Se cuidó que los encuestados provinieran de distintos lugares, incluyendo nacionales y extranjeros; dentro de los nacionales predominaron los turistas provenientes del resto del país, pero también se incluyeron casos de otras provincias del NOA y también de otros lugares de Jujuy. La muestra cuidó cierto equilibrio entre duración de la estadía, transporte utilizado para llegar a Jujuy y tipos de alojamiento.

La otra parte del trabajo de campo se enfoca en los establecimientos de oferta turística de la región en los que se indagó acerca de la antigüedad del establecimiento, la proveniencia del personal empleado y del encargado, los resultados de 2015, 2016 y las expectativas para 2017, la evaluación de la calidad de los servicios e ideas de cómo mejorar el turismo en la Quebrada. Se visitaron 130 establecimientos, una cantidad importante, de los cuales 74 corresponden a alojamientos (hoteles, hostales, residenciales, posadas, hosterías, cabañas y hospedajes familiares), 51 a gastronomía (restaurantes, peñas, resto bares, parrillas y comedores familiares) y 5 agencias de viaje locales. La tercera fuente primaria fueron los residentes locales, utilizándose entrevistas en profundidad (42) en una muestra intencional destinada a lograr los informantes claves más pertinentes. Por último, la observación directa fue utilizada para visitar los lugares de interés y atractivos más visitados por los turistas. El recorrido de algunos de ellos en las mismas excursiones utilizadas por los turistas, incluyó testimonios fotográficos que como ilustración fueron incluidos en el documento final.

4.4. Las bibliografías consultadas

Una revisión adecuada de la bibliografía constituye uno de los prerrequisitos de una buena investigación Hernández Sampieri (2014). Más recientemente, el término utilizado es literatura, en su traducción literal del inglés. Ello incluye bancos de datos, directorios, motores de búsqueda y espacios en Internet, revistas científicas que traten el tema de interés, tesis y

disertaciones, libros localizados en bibliotecas físicas o virtuales, consultas a personas familiarizadas con el tema, etc. En todas las áreas de conocimiento, y no solo en Turismo, las fuentes más consultadas y utilizadas son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares.

En su *Cómo convertirse en un hábil investigador*, Booth et al (2009)⁵⁵ reflexionan en general sobre el proceso por el cual pasa todo investigador, desde las preguntas de investigación a las fuentes. De éstas, nos interesa especialmente en este punto, sus comentarios sobre las bibliografías especializadas. Allí dicen que sería esperable poder encontrar al menos una bibliografía anual que cubra toda la disciplina en la que se está investigando o un aspecto específico de ella. Subiendo el umbral, dicen que el ideal sería encontrar una bibliografía comentada que se concentre en un área cercana al problema que se está investigando. Pensemos en los ya mencionados trabajos de investigación de Cavalcante sobre turismo en la tercera edad, de Anaya sobre marca país, de Del Río sobre empleo turístico o de Lemus Palacios sobre el mercado turístico LGBT. En nuestro caso y pensando en Turismo “una bibliografía comentada anual puede ser el mejor modo de obtener un rápido panorama general de lo que otros investigadores piensan” (pág. 88). Y subiendo aún más el umbral: “la mayoría de las disciplinas tienen también una revista académica que reseña anualmente las nuevas investigaciones, lo que es aún más útil”.

Es aconsejable una mayor difusión y consulta del reciente trabajo de Silvia Torres, Adina González Bonorino e Irina Vavilova (2015) *La Cita y Referencia Bibliográfica. Guía basada en las normas APA*. Estas autoras dicen que el propósito de este manual es compilar las directrices de la APA Style, de manera abreviada, con el objetivo de lograr la claridad y uniformidad en las citas y referencias bibliográficas, entre otras cosas, de las tesis.

¿Y por casa cómo andamos? En el caso de las investigaciones que nos ocupan hay un total de 1.404 referencias bibliográficas, lo cual indica una muy buena localización y consulta referida al tema seleccionado.

En el medio académico, hay acuerdo en que además esas fuentes deben ser recientes, lo que da cuenta de lo actualizado que está el autor respecto de la producción en el tema que lo ocupa. Según los cánones más exigentes, lo de reciente se refiere a lo publicado en los últimos 5 años. Para nuestro trabajo, y por tratarse de un trabajo que pretende ser pionero en el ámbito de una disciplina relativamente nueva como es el Turismo, se ha optado por extender el plazo a los últimos 10 años previos a la presentación de la investigación analizada. Por ejemplo, si la investigación fue presentada en 2012, bibliografía reciente sería la correspondiente al lapso 2002/2012, siempre teniendo en cuenta que difícilmente quien está redactando la versión final de su trabajo de investigación incluya fuentes publicadas ese mismo año de su presentación académica.

Con esta definición operacional, de las 1.404 referencias bibliográficas mencionadas, 1.086 pueden ser consideradas recientes, es decir el 77%, lo que indica también un muy buen grado de actualización de la bibliografía en cuestión.

⁵⁵ Booth, W. et al (2009). *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Barcelona: Gedisa.

Una tercera dimensión respecto de la bibliografía podría ser si se trata de bibliografía turística o fuentes de referencia general o de otras disciplinas. En los estudios que nos ocupan, de las 1.404 fuentes bibliográficas mencionadas, el 54% son específicamente turísticas (753). El resto (46%) provienen de otros campos disciplinares, lo cual habla de cierto equilibrio entre fuentes provenientes de la propia disciplina, pero sin demasiada endogamia académica, es decir, nutriéndose también de la producción de otras áreas, más bien típica de las disciplinas en vías de consolidación.

Una cuarta dimensión apunta a preguntarse en qué medida se incluye entre las fuentes a la producción de la Organización Mundial del Turismo. Excede a los propósitos de este trabajo opinar respecto de la calidad de dicha producción, pero es un hecho innegable que la OMT desde hace años viene produciendo en forma escrita y comunicable numerosa y variada información sobre distintos aspectos del turismo y sería esperable que sea tomada en cuenta por quienes investigan sobre estos mismos temas. En los estudios que estamos analizando hay 38 referencias a fuentes de la OMT, es decir el 5% de las fuentes específicamente turísticas.

El detalle es el siguiente:

- Second Conference of Senior Tourism (Recife, 1997).
- Rural tourism. A solution for Employment, Local Development and Environment (1997)
- Introducción al turismo (1998).
- Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal (1999).
- Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible (2009)
- Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado (2002).
- Handbook on Tourism Destination Branding (2009).
- Cambio demográfico y turismo (2010).
- Statistics and Tourism Satellite Account (TSA) Programme (2010).
- Barómetro del Turismo Mundial (2006, 2011 y 2012).
- Handbook on Tourism Product Development (2011).
- Panorama OMT del turismo internacional (2012 y 2014).
- Compendium of Tourism Statistics Dossier: Argentina (2012).
- UNWTO Annual Report 2011 (2012).
- Data on Outbound Tourism Dataset: Argentina (2012).
- Definición de Turismo Sostenible (2012).
- La innovación verde en el turismo puede generar importantes beneficios económicos, sociales y ambientales (2012).
- Global Report on LGBT Tourism (2012).
- Tourism Towards 2030 (2013).
- El turismo internacional supera las expectativas con 52 millones de llegadas adicionales en 2013 (2014).
- Las llegadas de turistas internacionales suben en 2015 un 4% hasta el récord de 1.200 millones (2016).
- Definición de turismo sostenible (2016).

- Entender el turismo: Glosario Básico (2016)
- Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo (2017)

En quinto lugar, nos preguntamos por el grado en que son tenidas en cuenta por los investigadores las publicaciones producidas por el Organismo Nacional de Turismo de la Argentina (Secretaría o Ministerio según las épocas, Instituto Nacional de Promoción Turística). La respuesta es que 48 de las fuentes son de ese tipo, un 6% de las fuentes estrictamente turísticas. El detalle es el siguiente:

- Turismo. Motor de una Argentina en movimiento. Cuatro años de política turística en la Argentina (1995).
- Argentina para todo el Mundo (2001).
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2005).
- El empleo en el sector Turismo (2009).
- Anuario Estadístico de Turismo (2009, 2010, 2011 y 2012).
- Directrices de accesibilidad en alojamientos turísticos. Guía de Autoevaluación (2009).
- Turismo Internacional. Todas las vías de acceso (2009).
- Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (2010).
- Argentina en el mundo. Promoción Turística Internacional. Memoria 2010.
- Plan Federal de Turismo Estratégico 2016. Informe mensual sobre la evaluación del tipo de cambio nominal (2010).
- Plan Federal de Turismo Estratégico 2016. Transporte aéreo internacional. Relevamiento de frecuencias semanales (2010).
- Observatorio económico de turismo de reuniones de la República Argentina. Anuarios 2011 y 2012 (2011 y 2012).
- Estudio de demanda del turismo de Brasil hacia la República Argentina (2011).
- Estudio de demanda del turismo de Brasil hacia la Argentina (2011).
- Plan de Marketing Internacional (2011).
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2011).
- Turismo Rural Comunitario (2011)
- El Turismo de reuniones en Argentina (2012).
- Indicadores del Turismo, años 2003-2012 (2012).
- Informe situacional del mercado turístico chino (2012).
- Why India (2012).
- Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (2012).
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (Actualización 2014).
- Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares EVyTH (2014).
- Plan Integral de Gestión (2016).
- Puesta en valor del Tren Turístico de Jujuy (2016).

Por último, nos preguntamos sobre la utilización de trabajos académicos en formato de tesis o trabajos finales de estudios de posgrado, sea de doctorado o maestría, o también de carreras de especialización. Entre los estudios analizados encontramos solo 12 antecedentes de este tipo. Cinco de tesis de doctorado, una de ellas de la Universidade de Sao Paulo sobre turismo en la tercera edad; la segunda de la UNAM (México) sobre

el turismo en localidades rurales; la tercera de la Universidad de Barcelona sobre psicología social del tiempo libre; y la cuarta y quinta sobre certificación de playas, una de la Universidad de Cádiz y la otra de la Universidad Autónoma de Baja California. La sexta corresponde a una disertación de maestría en la Universidade Federal de Santa Catarina, sobre alojamiento tutelado para tercera edad. La séptima corresponde también a una tesis de maestría sobre certificación de playas en la Universidad Autónoma de Baja California. Tres son trabajos finales de maestría de esta misma carrera -Maestría en Economía y Gestión del Turismo, Facultad de Ciencias Económicas de la UBA-. De estas tres, que son casos interesantes porque utilizan la producción académica de colegas de la propia carrera, una es sobre turismo rural, otra sobre el desarrollo turístico de Venezuela y la tercera sobre una nueva ruta turística en Colombia. En total son seis de nivel de maestría. La última es el documento final de una Especialización en la Universidade de Brasilia, sobre adecuación hotelera para atender a la tercera edad.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Baretje, Rene (1968) *La Demande Touristique* Thèse de doctorat èn-sciences économiques. Avril 1968. Université D'Aix-Marseille, Fac.d' Droit et des Sciences Economiques, 532 pages.
- Bertoncello, Rodolfo (2010). "*Investigación en turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana*". *Aportes y Transferencias*. Año 14 Volumen 1.
- Booth, Wayne, C. et al (2009). *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Barcelona: Gedisa.
- Castelucci, Daniela (2001). "Diagnóstico del estado de la investigación turística en las Universidades Argentinas" en *Aportes y Transferencias*. Año 5 Volumen 1.
- CIET (2015). *Revista Estudios y Perspectivas. Número conmemorativo 25 Aniversario. Editora invitada Margarita Barretto*.
- De Arrillaga, José Ignacio (1962) *Ensayos sobre turismo. Ediciones Turísticas*. Barcelona, España.
- Esteban Talaya, Agueda. "La investigación turística en la Universidad Española". *Estudios Turísticos* Nº 144-145 (2000) pp 155-180
- Fassio, Adriana. (2015). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires: Eudeba
- Gursoy, D & Sandstrom, J (2014), "An Updated Ranking of Hospitality and Tourism Journals". *Journal of Hospitality & Tourism Research* .Vol. 40, Issue 1. First Published June 4
- Hernández Sampieri, Roberto. et.al. (2014). *Metodología de la investigación*, sexta edición. México: Mc. Graw Hill Interamericana
- Jafari, Jafar & Ritchie, J. (1981). "Toward a framework for tourism education: problems and prospects". *Annals of Tourism Research* 8(1) 13-34
- Jafari, Jafar (2005). "El turismo como disciplina científica" en *Política y Sociedad* .Vol. 42 Num 1, 34-56.
- Jiménez Martínez (2006), *Las universidades y el turismo: Reflexiones sobre la investigación turística en México*. RICIT- Red de Investigadores y Centros de Investigaciones en Turismo.
- Kadri, B, Bédard, F Chicoine, M (2005). "Vers une science du tourisme? La contribution des revues *Téoros* et *Loisir et Société*" en *Téoros: revue de recherche en tourisme*, Vol. 24, Nº 3
- Lew, Allan (1999)." Editorial: A Place Called Tourism Geographies ". *Tourism Geographies* 1 (1): 1-2
- Mantero Juan Carlos et.al. (2010) "Turismo y territorio: del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico". A propósito de la provincia de Buenos Aires. CIT. Universidad de Mar del Plata. Primera edición. Mar del Plata.
- Nidding, Marina et. al. (2009) "*El Turismo como campo de investigación, Universidad Pública y Políticas Globales*" Universidad Nacional de Misiones.
- Osorio García, M y López López, A (2012) *Investigación turística. Hallazgos y Aportaciones, en México*: Universidad Autónoma del Estado de México/Universidad Nacional Autónoma de México/Academia Mexicana de Investigación Turística/Secretaría de Turismo.
- Osorio García, Maribel (2016), "Revista *Estudios y Perspectivas en turismo*-calidad científico y editorial, temáticas e indicadores bibliométricos". *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 25 pp.539-557
- Osorio, M (2008) "Asesoría Técnica: elaboración de un Diagnóstico del Estado de la Investigación Turística en México y la generación de un Programa de Investigación para el Sector Turismo".

- Pearce, Douglas. "Comprometiéndose con el mundo. América Latina y la Internacionalización de la investigación en turismo". *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 22, 908-925
- Pinassi, Andrés y Ecolani, Patricia. "Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina" en *Cuadernos de Geografía. Revista colombiana de geografía*, Volumen 24, nº 1 ene-jun 2015
- Rejowski, Miriam (1997). "Realidade e necessidades da pesquisa turística na América Latina. O caso do Brasil", *Aportes y Transferencias*, 1(2), 37-45
- Schluter, Regina y Bertoncetto, Rodolfo (2010) "Tourism research in Latin America: past and future challenges". En: Pearce, D. y Butler, R (eds.) *Frameworks for Tourism Research*. Oxford: Goodfellow, pp. 135-146
- Svensson, Goran et al (2009) "Empirical characteristics of scholarly journals in hospitality and tourism research: an assessment". *International Journal of Hospitality Management*. 28 (3) 479-483
- Xiao, H. y Smith, S. (2006). "The making of tourism research: insights from a social sciences journal". *Annals of Tourism Research*. Elsevier

6. ANEXO

Como se señala en el documento, de los 31 trabajos de investigación producidos en el marco de la Maestría en Economía y Gestión del Turismo, Facultad de Ciencias Económicas de la UBA, se analizan los primeros 17, correspondientes a las defensas realizadas en el período 2012-setiembre de 2017.

- Santos Cavalcante, Pedro Paulo. (2012) *Perfil del turista extranjero de la tercera edad proveniente de los principales países emisores a Buenos Aires*. Director: Enrique Amadasi.
- Anaya González, Víctor. (2013) *Marca país y su impacto en el turismo: el caso de Marca País México y su posicionamiento en Argentina*. Directora: Alicia Gemelli.
- Del Río, Myriam Analía (2013) *El empleo turístico en el Noroeste Argentino*. Director: Enrique Amadasi.
- Castaldi, Analia (2013) *Mercados turísticos estratégicos y emergentes hacia la Argentina: el caso de China, India, México y Rusia*. Director: Pablo Singerman.
- Romero, Adriana (2014) *El Turismo Ecuestre en la Argentina*. Director: Enrique Amadasi.
- Orlando Narvárez, Shila.(2014) *Conflicto de intereses interinstitucionales sobre el Parque Nacional Machalilla en Ecuador y su impacto en el turismo*. Co-director: Alejandro Capanegra.
- Roldan, Carla (2014) *El turismo comunitario como alternativa de desarrollo para las comunidades indígenas de la parroquia de Juan Benigno Vela del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, Ecuador*. Director: Pablo Singerman.
- Lucero Rojas, Angeles (2015). *Turismo rural como factor de desarrollo en las comunidades de Nuevo Durango y Tres Reyes en el Municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México*. Co-Director: Pablo Singerman.
- Sotelo Cortes, Juan Manuel (2015) *Diversificación de la oferta de turismo de Colombia. Nuevos segmentos de mercado: la ruta de los volcanes en el Departamento de Nariño como producto*. Directora: Alicia Gemelli
- Chacón Plazas, Yury (2015) *Colombia, la política de recuperación del turismo entre el 2002 y el 2014: el caso exitoso de arribo de turistas argentinos*. Directora: Alicia Gemelli
- Gómez Naranjo, Miriam (2016) *Hacia el desarrollo turístico de Venezuela. ¿Qué se puede aprender de la experiencia argentina?* Director: Enrique Amadasi.
- Lemus Palacios, Hosmar (2016). *Estudio del mercado turístico LGTB para Colombia*. Directora: Alicia Gemelli.
- Patiño, Adriana (2016). *Turismo rural comunitario como estrategia de desarrollo local para el Municipio de Mejía, Ecuador*. Director: Enrique Cavanillas

- Grosman, Javier (2016). *Montserrat Oeste. Polo textil y de diseño: una propuesta de desarrollo turístico para el Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires*. Directora: Albina Lara.
- Vargas, Freddy de Jesús (2016). *Certificación en calidad y/o sustentabilidad de las playas colombianas: una mirada desde el turismo*. Directora: Albina Lara

Los 14 trabajos de investigación siguientes corresponden a las defensas realizadas en el período noviembre 2017- marzo 2019 :

López, Estefany (2017). *Creación de la ruta turística de la papa andina*. Directora: Alicia Gemelli.

Ochoa Tocachi, Eric (2017). *Estrategias para contribuir con un mejor posicionamiento, en el mercado turístico, del destino Cuenca-Ecuador*. Director: Juan Carlos Chervatin.

Morán, Carolina (2017). *Propuesta de mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos para personas discapacitadas en la Reserva Geobotánica del Pululahua, Quito-Ecuador*. Directora: Albina Lara.

Chung, Nicolás (2017). *Análisis exploratorio del WOM para la gestión de empresas turísticas mediante herramientas de data mining*. Director: J.P. Baldomer.

Carpio, Diana (2017). *Propuesta de Desarrollo Turístico Sustentable para la Parroquia de Mindo Pichincha-Ecuador*. Directora: Albina Lara.

Taboada, Magdalena (2017). *Violencia, terrorismo y turismo. Hacia nuevos paradigmas a la hora de viajar*. Director: Enrique Amadasi.

Minas Ayala, Gabriel (2018). *Políticas públicas y turismo, influencia de la Política de Feriados en Mar del Plata y en CABA*. Director: Alejandro Przybylski.

Castañeda Salazar, Lina Juliana(2018). *Factores de éxito en el desarrollo de turismo sustentable: Cluster Mato Grosso do Sul (MS)*. Director: Albina Lara.

Pinotti, María Magdalena (2018). *La accesibilidad de los alojamientos hoteleros en la ciudad de Buenos Aires*. Directores: Enrique Amadasi y Claudio Benardelli.

Brito, Tatiana (2018). *Las sinergias entre el turismo y la economía creativa: el caso de Buenos Aires*. Director: Enrique Amadasi.

Toctaguano, Katherine (2018). *Impacto del tren crucero en las comunidades por las que transita. Caso: Nizag y Palacio Real*. Director: Enrique Cabanilla.

Vera, María Fernanda (2018). *Análisis y propuesta de un plan de sensibilización turística para los pobladores de la ciudad de Guayaquil-Ecuador*. Director: Juan Carlos Chervatin.

Ruiz Díaz, Javiera (2018). *Facilitación turística*. Director: Gonzalo Casanova Ferro.

Polo Guerrero, María Nathaly (2019). *Turismo social dirigido a jubilados: una alternativa para fortalecer el turismo interno en la Zona de Planificación 4 (Provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas y Manabí)-Ecuador*. Directora: Ana Patricia Armijos.