



Artículo

## La investigación española en turismo con impacto internacional (1997-2011). Una perspectiva desde la economía y la dirección de la empresa

Carlos Antonio Albacete Sáez\*, María del Mar Fuentes Fuentes y M. Carmen Haro-Domínguez

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada, Campus Universitario de Cartuja s/n, 18071 Granada, España

### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

*Historia del artículo:*

Recibido el 10 de mayo de 2011

Aceptado el 23 de mayo de 2012

On-line el 17 de julio de 2012

*Códigos JEL:*

L83

*Palabras clave:*

Bibliometría

Investigación española en turismo

Análisis institucional

Análisis de autoría

Análisis de contenido

Economía y dirección de empresas

### R E S U M E N

La relevancia que el turismo tiene para la economía y el desarrollo de España ha impulsado la investigación sobre el sector turístico desde el ámbito académico. Este trabajo analiza el impacto internacional de dicha investigación, y ofrece a los investigadores vinculados a la economía y la dirección de empresas un examen de los principales temas investigados por esta disciplina. Para ello, se realiza un estudio bibliométrico de la producción científica española publicada entre 1997 y 2011 en las 26 revistas internacionales más relevantes de turismo y hospitalidad. Los resultados muestran que los investigadores en turismo han realizado una mayor contribución que la media del total de disciplinas científicas. Las áreas de economía, marketing y dirección de empresas son las de mayor peso. Estas últimas ofrecen líneas de investigación que pueden contribuir a aumentar el número de trabajos sobre turismo.

© 2011 ACEDE. Publicado por Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados.

### Spanish research into tourism with an international impact (1997-2011). A perspective from the economy and company management

#### A B S T R A C T

The relevance of tourism for the economy and development in Spain has motivated academic research on the tourist sector. Our study analyzes the international impact of this scholarship and provides researchers in this discipline. To do so, we perform a bibliometric study of Spanish scholarship from 1997 to 2011 in the 26 most important international journals on tourism and hospitality. We find that tourism scholars have made a greater than average contribution to economics and business, as well as to the total of scholarly disciplines. Economics, marketing, and business administration are the areas with the greatest weight, and marketing and business administration provide promising lines of research that can contribute to increasing the number of studies of tourism.

© 2011 ACEDE. Published by Elsevier España, S.L. All rights reserved.

### 1. Introducción

España es un destino turístico que tiene entre sus recursos más valiosos el clima, el amplio litoral y la oferta gastronómica y cultural, aspectos que la han posicionado en el cuarto lugar más visitado del mundo y en el segundo por nivel de ingresos (WTO, 2011).

Así, el sector turístico contribuye significativamente al producto interior bruto, a la balanza de pagos y al empleo de nuestro país (IET, 2011). Esta importancia también se ha visto reflejada en el interés de investigadores españoles en diferentes ámbitos en el turismo, cuestión que ha sido reseñada en diferentes ámbitos y áreas de conocimiento (p.ej., Esteban Talaya, 2000; Vargas, 2011). Este trabajo tiene como objetivos, en primer lugar, analizar si la investigación académica con impacto internacional desarrollada en las universidades españolas es equiparable a la importancia estratégica del sector y, en segundo lugar, ofrecer a los investigadores

\* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [calbacet@ugr.es](mailto:calbacet@ugr.es) (C.A. Albacete Sáez).

vinculados a la economía y la dirección de empresas una panorámica del estado de la cuestión que les permita abordar futuros estudios y líneas de investigación.

Para alcanzar tales objetivos se ha realizado un estudio bibliométrico de la producción científica española publicada entre 1997 y 2011 en las 26 revistas internacionales más relevantes de turismo y hospitalidad. La bibliometría es especialmente útil para reflexionar sobre los estudios realizados en un área de conocimiento concreta, para conocer las personas e instituciones relacionadas con un área de investigación, y para la evaluación del desempeño de personas e instituciones (Hall, 2011). En particular, en este análisis se ha examinado: a) la evolución de los artículos españoles publicados en turismo en las principales áreas de la economía y la dirección de empresas y su peso relativo sobre el conjunto de la producción científica española; b) los centros de investigación o universidades que poseen equipos especializados en investigación sobre temas turísticos; c) los investigadores con mayor presencia internacional en esta disciplina, y d) las principales líneas de investigación que han sido abordadas desde las áreas de economía y dirección de la empresa.

Este trabajo realiza 2 contribuciones a la literatura previa. Primero, esta investigación es complementaria en el contenido y el período abarcado por otros análisis bibliométricos previos en el ámbito nacional e internacional. La producción científica española en turismo ha sido evaluada en el contexto nacional mediante las publicaciones en revistas de turismo, dirección de empresas, marketing, economía o de temáticas particulares. También ha sido evaluada por áreas específicas de conocimiento y en diferentes períodos. Sin embargo, este es el primer trabajo que ofrece una perspectiva internacional del impacto de la producción científica española en turismo en un amplio espectro de revistas especializadas durante los últimos 15 años. Dado el carácter multidisciplinar de la investigación en turismo, una visión de las publicaciones internacionales más importantes en los 3 últimos quinquenios contribuye a posicionar los enfoques adoptados por las diferentes áreas de conocimiento y a establecer futuras líneas de investigación. Segundo, desde la perspectiva del área de la economía y la dirección de empresas, permite evaluar la amplitud y el contenido de las contribuciones realizadas en relación a otras disciplinas y a establecer una futura agenda de investigación para los investigadores del área.

La explicación de cómo se han logrado los objetivos planteados se ha estructurado en 4 partes. En la primera, tras esta introducción, se realiza una revisión de la literatura para enmarcar el ámbito del trabajo en relación a trabajos previos. En segundo lugar, se describe el proceso seguido para la selección del panel de revistas objeto de análisis, y los metodologías empleadas para la obtención de la información y los resultados. En la tercera parte se describen los principales resultados obtenidos. Finalmente, en el último apartado se exponen las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

## 2. Revisión de la literatura

Si bien en disciplinas como la economía, la dirección de empresas o la logística los estudios bibliométricos vienen realizándose desde hace mucho tiempo (Svensson et al., 2009b), su aplicación en el campo del turismo y la hospitalidad tiene su primer resultado en el año 1989 con el trabajo de Weaver y McCleary (1989). A partir de este comienzan a sucederse numerosos trabajos que abordan diferentes aspectos y metodologías de la investigación en turismo, los cuales se han centrado en los siguientes aspectos:

1. Evaluación institucional: realizados para medir el desempeño de universidades y centros de investigación (Goodall, 2009; Jogaratnam et al., 2005a, 2005b; Page, 2003; Sheldon, 1990).

2. Análisis de autoría: realizados para la identificación de los investigadores con más aportaciones a la disciplina así como los más citados (McKercher, 2008; Ryan, 2005; Sheldon, 1991; Zhao y Ritchie, 2007).
3. Rankings de publicaciones: realizados para tratar de identificar las publicaciones más prestigiosas y, posteriormente, hacer evaluaciones institucionales y análisis de autoría (Ferreira et al., 1994; Hall, 2011; Jamal et al., 2008; McKercher et al., 2006; Pechlaner et al., 2004; Ryan, 2005).
4. Evaluación del desarrollo de la disciplina a través del análisis del contenido de las publicaciones (Ballantyne et al., 2009; Cheng et al., 2011; Rivera y Upchurch, 2008; Svensson et al., 2009a, 2009b; Tribe y Xiao, 2011; Xiao y Smith, 2006) y análisis de la relación entre turismo y hospitalidad (Kim et al., 2009).
5. Análisis de las redes de investigadores en turismo (Hu y Racherla, 2008; Racherla y Hu, 2010).

Los métodos utilizados para hacer tanto evaluaciones institucionales como individuales, así como para la elaboración de rankings de publicaciones, no han estado exentos de críticas (p. ej. Losekoot et al., 2001). Entre los métodos utilizados puede hablarse de encuestas, análisis de citas, análisis de contenido, análisis de series temporales, técnicas Delphi, artículos publicados o número de páginas publicadas. La existencia de diversos rankings atendiendo a diferentes criterios nos ha llevado a que uno de los resultados derivados de este trabajo haya sido la elaboración de un ranking de revistas del área, tratando de delimitar las que más relevancia tienen para la comunidad científica.

Para el caso que nos ocupa del análisis de la investigación en turismo que se lleva a cabo en España, los trabajos previos han sido realizados por diversos investigadores y desde diferentes perspectivas: desde la geografía (Antón i Clavé et al., 1996), desde el marketing (Bigné Alcañiz, 1996, 2005; Bigné Alcañiz et al., 2005, 2008; López Bonilla y López Bonilla, 2008), desde la economía (Aguiló, 2010; Bote Gómez, 1996), desde la economía y dirección de la empresa (Bueno Campos, 1996; Hernández et al., 2011; Sánchez Pérez y Marín Carrillo, 2003a), desde la gestión de la calidad (Camisón Zornoza et al., 1997; Camisón Zornoza y Monfort Mir, 1996), a través de las tesis doctorales realizadas en España (Esteban Talaya, 2000; Ortega Martínez y Rodríguez Herráiz, 2004; Vargas, 2011), o desde la óptica institucional de los trabajos realizados por el Instituto de Estudios Turísticos (Figuerola Palomo, 2000).

Centrándonos en los trabajos bibliométricos más recientes en turismo de los investigadores españoles de las áreas de conocimiento más afines a la economía y la dirección de empresas, destacamos el de Bigné Alcañiz et al. (2008) sobre marketing, el de Aguiló et al. (2011) sobre dirección de empresas y el de Aguiló (2010) sobre economía. Bigné Alcañiz et al. (2008) analizan la investigación que se desarrolla en marketing desde una perspectiva internacional, considerando las aportaciones de los investigadores españoles y las del resto de investigadores del mundo en 3 publicaciones internacionales de turismo para el período 2004–2006. En su trabajo realizan un análisis de contenidos de las principales líneas de investigación y metodologías en marketing que alimenta a trabajos previos en esta disciplina a nivel nacional (p. ej., Bigné Alcañiz, 2005; López Bonilla y López Bonilla, 2008). El trabajo de Hernández et al. (2011) se centra en las revistas españolas de dirección de empresas desde los años setenta hasta 2010, que incluyen las de áreas específicas como las de marketing, finanzas y contabilidad, estudios cooperativos o estudios económicos. Las revistas específicas de turismo son expresamente no consideradas en esta investigación. El trabajo analiza el número de publicaciones, las instituciones, los autores principales y las principales palabras clave. Este trabajo completa la perspectiva nacional de trabajos anteriores, como el de Sánchez Pérez y Marín Carrillo (2003b), que abarca las áreas de economía de la empresa. Finalmente, Aguiló

(2010) realiza una descripción de los contenidos publicados con un enfoque económico del turismo en revistas internacionales especializadas del sector para el período 2000-2010, donde incluye a algunos investigadores de las áreas de economía y dirección de la empresa.

Ninguno de los trabajos citados aborda la contribución española en su conjunto a la literatura internacional sobre turismo y para un período tan amplio. Este trabajo completa a los nuevos en 3 aspectos. Primero, hace posible una evaluación de nuestro peso o impacto comparado con el resto de investigadores del ámbito mundial. Segundo, establece una referencia con respecto a otros investigadores españoles, instituciones y áreas de conocimiento con publicaciones internacionales. Tercero, amplía el examen de las líneas de investigación en economía y dirección de la empresa que ha sido realizado con anterioridad. En su conjunto, los resultados de esta investigación y de los trabajos previos, permiten establecer un mapa completo de las investigaciones y áreas preferentes de los investigadores españoles en turismo.

### 3. Metodología: selección de la muestra de revistas

El análisis de instituciones, autores, contenidos, y cualquier otro, requiere en primer lugar de la identificación de las revistas que van a ser objeto de análisis y de las cuales va a ser extraída la información. Una de las primeras dificultades en la selección del panel de revistas viene marcada por el carácter multidisciplinar que presenta el turismo. Esta situación provoca que, por ejemplo, una investigación sobre innovación en la industria hotelera pueda ser difundida bien en una publicación específica de turismo, o bien en una publicación especializada sobre innovación. Así pues, trabajos como los de Kim et al. (2009), McKercher (2008) y Zhao y Ritchie (2007) hicieron que nos decantáramos por una muestra de revistas dedicada a la investigación en turismo y hospitalidad, y dentro de ella, se seleccionaran las que fueran más importantes.

No obstante, el diseño de un panel de revistas para la realización de análisis institucionales y de autoría constituye uno de los aspectos más controvertidos en la actualidad. La revisión de la literatura pone de relieve la existencia de diferentes métodos para evaluar la calidad de las revistas. Por ejemplo, Hall (2011) señala la existencia de 5 enfoques para tratar de evaluar la calidad de una revista: a) basados en encuestas; b) basados en estudios de citación; c) un enfoque que extrapola rankings de revistas a partir de las calificaciones concedidas en las evaluaciones de la investigación; d) un enfoque híbrido que utiliza la estadística y/o la combinación de listados de revistas, incluidos los que se derivan de rankings y paneles de expertos, y e) paneles de expertos.

Los estudios de citación han dado lugar a la aparición de diversas bases de datos que de forma sistemática tratan de calcular diferentes índices que permitan evaluar el impacto que una revista tiene en la comunidad científica. Pionera en estos cálculos es la base de datos ISI Web of Knowledge (Journal Citation Reports). Pese a las críticas que en algunos casos recibe esta y otras bases de datos, hay que indicar que se han convertido en un referente para la comunidad científica. No obstante, más recientemente ha aparecido la base de datos Scopus, la cual constituye una alternativa con una cobertura más amplia y con una metodología de cálculo diferente. Finalmente, podríamos hacer referencia a la base de datos SCImago, la cual es el resultado del esfuerzo realizado por un amplio grupo de investigadores de la Universidad de Granada.

Un análisis de los paneles de revistas de dichas bases de datos muestra que existen diferencias entre ellas. Así, la base de datos ISI Web of Knowledge en el año 2010 contempla 33 revistas dentro de la categoría «Hospitality, Leisure, Sport & Tourism». Si a esta categoría le quitamos las revistas específicas sobre deporte, el número de revistas sobre turismo y hospitalidad se reduciría a

17. Por otro lado, la base de datos Scopus en el año 2010 identifica 55 revistas dentro de la categoría «Tourism, Leisure and Hospitality Management»<sup>1</sup>. Finalmente, la base de datos SCImago en el año 2010 recoge 43 revistas bajo la categoría «Tourism, Leisure and Hospitality Management». La comparación de estas 3 bases de datos pone de manifiesto la existencia de diferentes criterios a la hora de confeccionar dichos paneles, pues hay revistas recogidas en estas categorías que no son revistas propias de esta área de conocimiento, y hay revistas excluidas que tienen una amplia aceptación dentro de la comunidad científica.

Así pues, en este trabajo se decidió complementar la información de las bases de datos ISI, Scopus y SCImago con la revisión de la literatura. En total se consultaron 19 fuentes distintas: 3 bases de datos y 16 estudios bibliométricos centrados en turismo y/o hospitalidad que permitió elaborar una lista de 115 revistas, cada una de las cuales aparece en alguno de los rankings que, bien las bases de datos o bien la literatura, ha elaborado. En la tabla 1 aparecen las bases de datos y los estudios bibliométricos consultados.

El inconveniente que presentó este listado configurado es que al ser tan amplio, en él se encontraban revistas que eran consideradas como relevantes por una o pocas fuentes. Para conseguir una muestra más representativa de las revistas significativas del área se estableció como criterio adicional que fueran consideradas como relevantes al menos en 5 de las fuentes consultadas. Como resultado, 26 revistas, tanto del ámbito del turismo como de la hospitalidad, han sido las analizadas.

En la tabla 2 se muestra información sobre las revistas seleccionadas en este trabajo. En concreto, se especifican los índices de las diferentes bases de datos, el índice de impacto que ofrece la base de datos ISI Web of Knowledge (JCR), el índice SNIP de la base de datos Scopus y el índice SJR de la base de datos SCImago. Puede comprobarse en el panel de datos que se encuentran todas las revistas de la base de datos ISI y que los índices SNIP y SJR toman valores altos para las revistas seleccionadas.

El periodo de análisis comprende los 3 últimos quinquenios, esto es, desde el año 1997 hasta el año 2011, ambos incluidos. Para la selección del periodo de análisis se ha partido del período anual más actual a la fecha (2011) y, de forma retrospectiva, se ha tomado un período lo suficientemente amplio y significativo para analizar la evolución de las publicaciones sin el riesgo de tener posibles sesgos derivados de años especialmente productivos o improductivos dependiendo de factores no controlables. El período no se ha extendido más allá de los 3 quinquenios por varias razones. En primer lugar, en 1996 los estudios de turismo son reconocidos a nivel universitario, por lo que nuestro trabajo permite evaluar la investigación realizada a partir del año siguiente de tal reconocimiento. Segundo, en el año 2001 se produce una amplia reforma universitaria en la que, entre otros aspectos, se modifican los criterios de valoración de los méritos de investigación, adquiriendo bastante importancia la difusión de los resultados a nivel internacional. La consideración de 5 años previos a 2001 permite, adicionalmente, observar si dicha reforma presentó algún impacto en los patrones de publicación. Tercero, las publicaciones internacionales antes de la fecha son muy escasas, por lo que no aportan información adicional sustancial a la investigación.

Establecido el panel de revistas y el período objeto de estudio, se procedió a analizar cada revista para identificar todas las contribuciones en cuya autoría se encontrara algún autor adscrito a un centro español. En total se han revisado 11.863 referencias, de las cuales 372 cuentan con la participación de al menos un investigador procedente de alguna universidad o centro de investigación

<sup>1</sup> Disponible en: <http://www.info.sciverse.com/documents/files/scopus-trading/resourcelibrary/xls/title.list.xlsx> (october 2011) [consultado el 7 Dic 2011].

**Tabla 1**  
Revisión de la literatura para la selección del panel de revistas

Revista	Scopus	ISI Web of Knowledge	SCLImago	Cheng et al. (2011)	Harzing (2011)	Ballantyne et al. (2009)	Svensson et al. (2009a,b)	Kim et al. (2009)	Hu y Racherla (2008)	Zhao y Ritchie (2007)
<i>Annals of Tourism Research</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	–	X
<i>Journal of Travel Research</i>	–	X	–	X	X	X	X	X	–	X
<i>Tourism Management</i>	X	X	–	X	X	X	X	X	–	X
<i>Cornell Hospitality Quarterly</i>	X	X	X	X	X	–	X	X	X	–
<i>Journal of Hospitality and Tourism Research</i>	X	X	X	X	X	–	X	X	X	–
<i>International Journal of Hospitality Management</i>	X	X	–	–	X	–	X	X	X	–
<i>Journal of Travel and Tourism Marketing</i>	X	X	X	X	X	–	–	–	–	X
<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	X	X	X	X	X	–	–	–	–	X
<i>Tourism Economics</i>	X	X	X	X	–	X	–	–	–	–
<i>International Journal of Tourism Research</i>	X	X	X	X	X	–	–	–	–	–
<i>Current Issues in Tourism</i>	X	X	X	X	–	X	–	–	–	–
<i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>	X	–	X	–	X	–	–	–	X	–
<i>Journal of Hospitality and Tourism Education</i>	–	–	–	X	X	–	–	–	–	–
<i>Journal of Leisure Research</i>	X	X	X	–	X	–	–	–	–	–
<i>Journal of Tourism Studies</i>	–	–	–	X	X	X	–	–	–	X
<i>Tourism Analysis</i>	–	–	–	X	X	X	–	–	–	X
<i>Journal of Vacation Marketing</i>	X	–	X	X	–	X	–	–	–	–
<i>Tourism Recreation Research</i>	–	–	–	X	–	–	–	–	–	X
<i>Leisure Sciences</i>	X	X	–	X	X	–	–	–	–	–
<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>	X	–	X	X	–	–	–	–	–	–
<i>Event Management</i>	X	–	X	X	–	–	–	–	–	–
<i>Journal of Hospitality, Tourism, Sports and Leisure Education</i>	X	X	X	X	–	–	–	–	–	–
<i>Leisure Studies</i>	X	X	X	X	–	–	–	–	–	–
<i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism</i>	X	X	X	X	–	–	–	–	–	–
<i>Tourism Geographies</i>	X	X	–	X	–	X	–	–	–	–
<i>Tourism, Culture and Communication</i>	X	–	X	–	–	X	–	–	–	–
<b>McKercher et al. (2006)</b>	<b>Jogaratham et al. (2005a,b)</b>	<b>Hall (2005)</b>	<b>Ryan (2005)</b>	<b>Frechtling (2004)</b>	<b>Pechlaner et al. (2004)</b>	<b>Howey et al. (1999)</b>	<b>Ferreira et al. (1994)</b>	<b>Sheldon (1990)</b>	<b>Total</b>	
X	X	X	X	X	X	X	X	X	18	
X	X	X	X	X	X	X	X	X	16	
X	X	X	X	X	X	X	–	X	16	
X	X	–	X	–	X	X	X	X	15	
X	X	–	–	X	X	X	X	–	14	
X	X	X	–	–	X	X	X	X	13	
X	X	–	X	X	X	–	–	–	12	
X	–	X	X	X	X	–	–	–	11	
X	–	X	X	X	X	–	–	–	10	
X	–	X	X	X	–	–	–	–	9	
X	–	X	–	X	–	–	–	–	8	
X	X	X	–	–	X	–	–	–	8	
X	X	–	–	X	X	–	X	X	8	
–	–	–	X	–	X	–	–	X	8	
X	–	–	X	X	X	–	–	–	8	
X	–	–	X	X	X	–	–	–	8	
X	–	X	–	–	X	–	–	–	7	
X	–	X	X	–	X	–	–	X	7	
–	–	–	X	–	–	–	–	X	6	
X	–	–	–	–	X	–	–	–	5	
X	–	–	–	–	–	–	–	–	5	
X	–	–	–	–	–	–	–	–	5	
X	–	–	X	–	–	–	–	–	5	
X	–	–	–	–	–	–	–	–	5	
X	–	–	X	–	–	–	–	–	5	

**Tabla 2**  
Panel de revistas con índices de impacto y contribuciones españolas

Revista	Inicio	JCR 2010	SNIP 2010	SJR 2010	CN	CN/CT (%)
<i>Annals of Tourism Research</i>	1973	1,949	3,701	0,039	46	4,9
<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>	1996	–	0,601	0,027	1	0,3
<i>Cornell Hospitality Quarterly</i>	1960	0,549	0,575	0,030	10	1,4
<i>Current Issues in Tourism</i>	1998	0,542	1,165	0,029	5	1,3
<i>Event Management*</i>	1993	–	0,993	0,028	–	–
<i>International Journal of Contemporary Hospitality Management</i>	1989	–	1,122	0,030	16	2,1
<i>International Journal of Hospitality Management</i>	1982	1,382	1,748	0,035	9	1,1
<i>International Journal of Tourism Research</i>	1999	0,802	1,075	0,031	16	3,2
<i>Journal of Hospitality and Tourism Education*</i>	1988	–	–	–	–	–
<i>Journal of Hospitality and Tourism Research</i>	1976	0,653	0,367	0,027	2	0,5
<i>Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education</i>	2002	0,250	0,495	0,027	3	1,6
<i>Journal of Leisure Research</i>	1996	1,000	1,211	0,034	3	0,7
<i>Journal of Sustainable Tourism</i>	1993	1,539	2,147	0,039	11	2,3
<i>Journal of Tourism Studies*, **</i>	1990	–	–	–	–	0,00
<i>Journal of Travel and Tourism Marketing</i>	1992	0,835	1,101	0,030	12	2,0
<i>Journal of Travel Research</i>	1992	1,549	–	–	15	2,5
<i>Journal of Vacation Marketing</i>	1994	–	0,285	0,027	3	0,7
<i>Leisure Sciences</i>	1977	0,917	1,370	0,045	2	0,5
<i>Leisure Studies</i>	1981	0,604	1,224	0,035	1	0,3
<i>Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*</i>	2001	0,282	0,279	0,026	–	0,0
<i>Tourism Analysis</i>	1996	–	–	–	10	2,5
<i>Tourism Economics</i>	1995	0,614	1,358	0,032	87	16,1
<i>Tourism Geographies</i>	1999	0,633	1,274	0,029	9	3,1
<i>Tourism Management</i>	1980	2,620	4,675	0,051	105	8,2
<i>Tourism Recreation Research</i>	1976	–	–	–	6	1,7
<i>Tourism, Culture and Communication*</i>	1998	–	0,612	0,026	–	–
<b>Ficha técnica</b>						
Revistas analizadas	26	Período analizado	1997-2011			
Registros analizados	11.863	Instituciones participantes	55			
Contribuciones de españoles identificadas	372	Investigadores participantes	390			
Departamentos/áreas implicados	46					

\* Sin contribuciones de españoles. \*\* Deja de contribuir en 2005.

CN: contribuciones de españoles; CT: contribuciones totales de la revista.

español. Para cada uno de estos registros, la información obtenida fue la siguiente: título del artículo, nombre y filiación de los autores, nombre de la revista, año de publicación, volumen y número de la publicación, palabras clave y abstract. En la [tabla 2](#) pueden encontrarse las principales cifras de este estudio.

#### 4. Resultados

Son numerosos los países en los que existen instituciones encargadas de realizar evaluaciones institucionales en base a publicaciones de calidad, p. ej., the British Research Assessment Exercise (RAE) y su sucesor the Research Excellence Framework (REF), Australian Excellence in Research for Australia (ERA), the New Zealand PBRF (Performance Based Research Fund), o the South African National Research Foundation's Researcher Rating System (Hall, 2011). No obstante, en España, por ahora, no existen de forma explícita estas evaluaciones institucionales, y menos aún por ramas del conocimiento, por lo que este trabajo resulta pionero al ofrecer una evaluación institucional en el área de estudios turísticos.

Con el panel de revistas configurado, 4 aspectos han sido evaluados en este trabajo: a) las contribuciones españolas por número, revistas y peso relativo frente a la producción mundial; b) las instituciones y las principales áreas a las que pertenecen los investigadores; c) los investigadores por número de contribuciones, y d) las líneas de investigación de las áreas y dirección de la empresa.

##### 4.1. Análisis de la evolución de las contribuciones

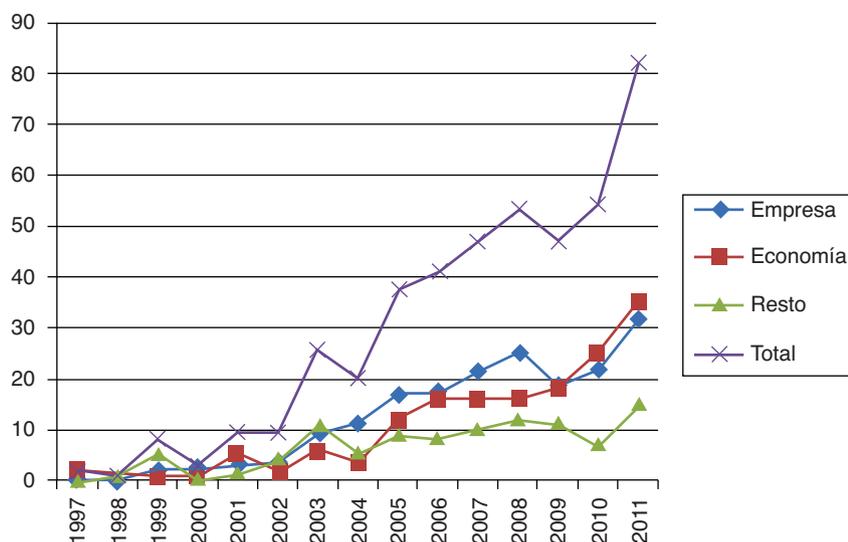
La evolución de las contribuciones realizadas por los investigadores españoles en las publicaciones internacionales de turismo

puede observarse en la [figura 1](#), donde se muestra un incremento continuado a lo largo del tiempo, marcado desde 2001 y con un repunte en los 3 últimos años. Del total de contribuciones, el 41% han sido publicadas por investigadores de las áreas de empresa (comercialización e investigación de mercados, organización de empresas y economía financiera y contabilidad), el 36% por áreas vinculadas a la economía, y el 23% restante por un conjunto muy disperso de áreas. En el caso concreto de las áreas de empresa, el área de marketing tiene un peso del 57%, la organización de empresas, del 36%, y economía financiera y contabilidad, del 7%.

Comparada con la producción científica mundial de los investigadores españoles, el peso relativo de la investigación en turismo y hospitalidad también ha experimentado un crecimiento muy superior. En la [figura 2](#) se observa dicho incremento, que situó la presencia española en turismo en el 4,2% en 2010 (4,8% en 2011), por encima del 3% en 2010, que representó la producción científica nacional de todas las áreas. Es más, al analizar con los datos disponibles de la base de datos ISI (Delgado-López-Cózar et al., 2009; p. 440), el incremento de las publicaciones españolas a nivel mundial para el área de «economía y empresa» entre el quinquenio (1997-2001) y el último con datos disponibles (2003-2007) es del 88%, y del 370% en el caso de las revistas de turismo. Este espectacular crecimiento de los niveles de producción científica en el campo sitúan a España en séptimo lugar en el Ranking Mundial<sup>2</sup> (SCImago, 2007) en el área de turismo y hospitalidad.

En la [tabla 2](#) puede verse el número de contribuciones realizadas por revista (CN). En particular, destacan 3 revistas como

<sup>2</sup> 1: Estados Unidos; 2: Reino Unido; 3: Australia; 4: Canadá; 5: Nueva Zelanda; 6: Hong Kong; 7: España; 8: China. ... [consultado el 30 Dic 2011].



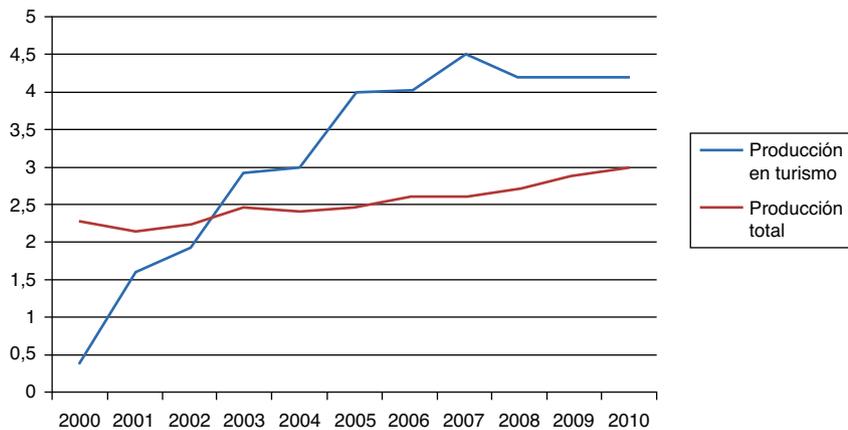
Fuente: Elaboración propia.

**Figura 1.** Evolución de las contribuciones españolas a la producción mundial en el campo del turismo en las áreas de empresa, economía y el resto. Fuente: elaboración propia.

especialmente relevantes para los investigadores españoles, pues recorren el 64% de las contribuciones: *Tourism Management* (28,2%), *Tourism Economics* (23,4%) y *Annals of Tourism Research* (12,4%). *Tourism Management* es la revista que posee el mayor índice de impacto JCR (2.620), a distancia con el resto de revistas, y se encuentra dentro de la categoría específica de management. El peso relativo de los investigadores españoles frente al total de publicaciones en dicha revista se sitúa para el periodo considerado (1997-2011) en el 8,2%, reflejando una alta presencia y calidad en las aportaciones realizadas (tabla 2, CN/CT). El 50% de los artículos publicados por españoles en las áreas de empresa. La revista *Tourism Economics* tiene un índice de impacto de 0,614 (JCR), y el 16,1% de los artículos publicados en el periodo considerado corresponden a investigadores españoles, en su mayoría de áreas de economía, llamando la atención que en el año 2011 estos fueran el 32,8%. Finalmente, la revista *Annals of Tourism Research*, con un enfoque más interdisciplinar, tiene un índice de impacto de 1,949, y la presencia relativa de los investigadores españoles es del 4,9%.

#### 4.2. Análisis institucional

El análisis institucional ha permitido identificar 55 universidades y centros de investigación vinculados a las aportaciones anteriormente indicadas. Del total de instituciones analizadas se han obtenido 18 que presentaban 6 o más contribuciones, mientras que el resto presentaba 5 o menos. En concreto, pensamos que una universidad con pocas aportaciones a la disciplina es una institución que está en una fase incipiente o no la considera como prioritaria. Así pues, en la tabla 3, y para que no sea excesivamente extensa, se establece un punto de corte en 6 o más contribuciones, obteniéndose un total de 18 centros de investigación, los cuales aportan el 77,8% de toda la producción española. En concreto, podemos observar que únicamente 6 universidades concentran la mitad de la producción científica (51,2%). Estas universidades tienen en común que se encuentran situadas en los que el turismo representa una actividad económica fundamental. En concreto, nos referimos a las Islas Baleares, Alicante, Islas Canarias, Valencia, Málaga y Girona. No obstante, universidades ubicadas



Fuente: SJR Scimago (datos disponibles hasta 2010) y elaboración propia.

**Figura 2.** Evolución de las contribuciones españolas a la producción mundial en el campo del turismo y en el conjunto de disciplinas académicas. Fuente: SJR Scimago (datos disponibles hasta 2010) y elaboración propia.

**Tabla 3**  
Universidades y centros de investigación

Universidad	Número de aportaciones	% acumulado	Autores	Promedio de trabajos por investigador	% de trabajos que reciben citas	Promedio de citas por trabajo citado
Universidad de las Islas Baleares	71	17,5	53	1,3	81,7	21,0
Universidad de Alicante	37	26,6	23	1,6	73,0	19,0
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	35	35,2	30	1,2	91,2	40,2
Universidad de Valencia	33	43,3	31	1,1	81,3	73,8
Universidad de Málaga	17	47,5	22	0,8	94,1	13,5
Universidad de Girona	15	51,2	14	1,1	66,7	26,0
Universidad Autónoma de Madrid	12	54,2	4	3,0	83,3	9,6
Universidad de La Laguna	12	57,1	18	0,7	83,3	21,8
Universidad Jaume I	11	59,9	8	1,4	81,8	91,6
Universidad Autónoma de Barcelona	10	62,3	10	1,0	90,0	22,8
Universidad de Barcelona	10	64,8	10	1,0	90,0	11,3
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)	10	67,2	5	2,0	80,0	22,1
Universidad de Sevilla	9	69,5	13	0,7	100,0	17,4
Universidad de Alcalá de Henares	8	71,4	4	2,0	75,0	10,3
Universidad Carlos III	7	73,2	6	1,2	100,0	24,6
Universidad de Navarra	7	74,9	3	2,3	85,7	12,8
Universidad de Valladolid	6	76,4	10	0,6	83,3	24,0
Universidad Politécnica de Valencia	6	77,8	3	2,0	83,3	16,0
Total	406	100	390	1,04	83,7	29,0

en destinos basados en turismo cultural frente al de sol y playa, como Madrid, Sevilla, Navarra o Valladolid, también han mostrado su interés por la investigación en turismo. Entendemos que, en términos generales, las universidades señaladas tienen una mayor sensibilidad hacia la investigación y conocimiento de una actividad que es clave para el desarrollo económico y social, y están preocupadas por detectar nuevas vías para ser más competitivas y mantener un desarrollo sostenible.

Además de identificar los centros con más aportaciones a la investigación turística, se ha calculado el promedio de trabajos por autor y las citas medias recibidas por trabajos citados para cada universidad. En cuanto al promedio de trabajos por autor, permite ver el grado en el cual los investigadores de una institución generan un mayor número de trabajos a nivel individual y el grado de diversidad de los autores. En la *tabla 3* puede verse que destaca el caso de la Universidad Autónoma de Madrid, con un promedio de 3 aportaciones realizadas por investigador para el periodo 1997–2011, o el caso de la Universidad de Navarra, con 2,3. A medida que los valores son menores, podría deducirse un trabajo más colaborativo y una mayor diversidad en los equipos de investigadores, destacando los casos de las universidades de Valladolid, Sevilla y La Laguna.

En relación al conjunto de citas recibidas por cada universidad, hay que señalar que representan un indicador de la calidad de las investigaciones en ellas realizadas, entendiéndose que son un referente para el desarrollo de otras, entendiéndose su impacto en la comunidad científica. La búsqueda de citas puede realizarse a través de las diferentes bases de datos de revistas electrónicas o editores. No obstante, presentan la limitación de mostrar solamente aquellas que se encuentran en su base de datos. Para solucionar este sesgo se decidió realizar la búsqueda de citas de todos los trabajos en el buscador Google Scholar (<http://scholar.google.com>), el cual tiene en cuenta un mayor número de fuentes y, consiguientemente, puede dar un valor más real de las citas recibidas. Es importante indicar que en este caso se está haciendo una «fotografía» en un momento del tiempo, de tal modo que los trabajos más antiguos tienen una mayor probabilidad de haber recibido más citas que los más recientes, que aún no han recibido ninguna cita por ser materialmente imposible. No obstante, en este caso se analizan instituciones y se estudia un amplio periodo de tiempo, con lo que estos sesgos quedan diluidos y afectan a todas las instituciones por igual. La cantidad de citas recibidas se ha realizado entre los días 29 y 30 de diciembre de 2011.

Como cabría esperar, los centros de investigación con más aportaciones han recibido más citas en valores absolutos. No obstante,

es más interesante ver el promedio de citas por trabajo citado, pues no se trata de realizar muchas aportaciones, sino de que originen el suficiente interés como para ser citadas. Hay que indicar que en la mayoría de las instituciones, más del 80% de los trabajos han sido citados, y con mucha probabilidad, buena parte del 20% de trabajos no citados lo son por lo reciente de su publicación, y pensamos que en los próximos años serán citados por la comunidad científica. En la *tabla 3* destaca el caso de la Universidad Jaume I, que tiene un promedio de 91,6 citas por trabajo que recibe citas, y la Universidad de Valencia, con el 73,8. El promedio de citas por trabajo citado en la universidad española es de 29 citas.

#### 4.3. Análisis de autoría

La tercera cuestión objeto de análisis se refiere a la investigación individual. Dado que en total se han identificado 390 investigadores, en la *tabla 4* se ha decidido mostrar solamente los que tienen más de 6 trabajos, es decir, 18 investigadores, los cuales dan lugar al 21,7% de las aportaciones totales. Lógicamente, dichos investigadores se encuentran ubicados en las universidades que hacen más contribuciones, y son mayoritariamente de las áreas de economía aplicada, comercialización e investigación de mercados y organización de empresas, áreas que son protagonistas de la investigación española en turismo. Por número de trabajos, ocupa la primera posición el profesor Alegre Martín, de la Universidad de las Islas Baleares, y por promedio de citas recibidas por trabajo (91,4) y porcentaje de trabajos citados (100%), el profesor Bigné Alcañiz, de la Universidad de Valencia. En la *tabla 4* destacan también otros investigadores por haber recibido citas en el 100% de sus trabajos, encontrándose la mayoría de los restantes por encima del 80%. En este análisis de autoría hay que hacer las mismas observaciones con respecto a las citas que se han realizado para el análisis institucional, pues los autores que se han realizado sin citas, en la mayoría de los casos, se refiere a trabajos que han sido publicados a lo largo del año 2011.

#### 4.4. Análisis de contenido

Para tener un conocimiento más profundo de los principales temas investigados desde las áreas de economía y la dirección de empresas, se ha realizado un análisis de contenido. Como unidad de análisis se ha considerado el resumen de cada artículo, pues las palabras clave no permitían evaluar con precisión la orientación temática de las investigaciones. Para proceder a la codificación de

**Tabla 4**  
Principales investigadores por número de publicaciones

Apellidos	Nombre	Universidad-Área de conocimiento	Aportaciones	% de trabajos citados	Total de citas Google	Promedio de citas por trabajo citado
Alegre Martín	Joaquín	Universidad de las Islas Baleares-EA	16	81,3	419	26,2
Claver Cortés	Enrique	Universidad de Alicante-OE	13	69,2	123	9,5
Nicolau González	Juan Luis	Universidad de Alicante-CIM	12	75,0	170	14,2
Roselló Nadal	Jaume	Universidad de las Islas Baleares-EA	12	100,0	292	24,3
Rey-Maqueira Palmer	Javier	Universidad de las Islas Baleares-EA	11	45,5	27	2,5
Andreu	Luisa	Universidad de Valencia-CIM	10	90,0	420	42,0
Bigné Alcañiz	José Enrique	Universidad de Valencia-CIM	10	100,0	914	91,4
Riera Font	Antoni	Universidad de las Islas Baleares-EA	10	100,0	267	26,7
Molina Azorín	José Francisco	Universidad de Alicante-OE	9	66,7	103	11,4
Aguiló Pérez	Eugeni	Universidad de las Islas Baleares-EA	8	75,0	290	36,3
Campo Martínez	Sara	Universidad Autónoma de Madrid-CIM	8	87,5	35	4,4
Gil Alaña	Luis Albérico	Universidad de Navarra-EIO	8	87,5	105	13,1
Pereira Moliner	Jorge	Universidad de Alicante-OE	8	87,5	114	14,3
Ramos Mir	Vicente	Universidad de las Islas Baleares-EA	8	37,5	5	0,6
Espino Rodríguez	Tomás Francisco	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria-OE	6	100,0	149	24,8
Moreno Gil	Sergio	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria-CIM	6	83,3	80	13,3
Pou Garcías	Llorenç	Universidad de las Islas Baleares-EA	6	66,7	78	13,0
Such Devesa	María Jesús	Universidad de Alcalá de Henares-EA	6	66,7	37	6,2

EA: Economía aplicada; OE: Organización de empresas; CIM: Comercialización e investigación de mercados; EIO: Estadística e investigación operativa.

**Tabla 5**  
Principales temas de investigación el área de Dirección de empresas

	1997-2001	2002-2006	2007-2011	Porcentaje por temas
<i>Estrategia empresarial</i>	0,0	8,2	24,6	32,8
Análisis estratégico y estrategias	0,0	4,9	13,1	18,0
Crecimiento	0,0	1,6	3,3	4,9
Aprendizaje organizacional	0,0	0,0	1,6	1,6
Gestión estratégica del destino	0,0	1,6	6,6	8,2
<i>Dirección internacional</i>	0,0	4,9	0,0	4,9
<i>Dirección de operaciones</i>	3,3	21,3	19,7	54,1
Gestión medioambiental	0,0	1,6	8,2	9,8
Innovación y tecnologías	1,6	3,3	3,3	8,2
<i>Outsourcing</i>	0,0	8,2	0,0	6,6
Calidad de servicio	0,0	1,6	4,9	6,6
Gestión de la calidad	1,6	1,6	1,6	4,9
Relaciones cliente-proveedor	0,0	4,9	0,0	4,9
Gestión de recursos	0,0	0,0	1,6	1,6
<i>Recursos humanos</i>	0,0	1,6	3,3	4,9
<i>Otros</i>	3,3	1,6	8,2	13,1
Destino y demanda	0,0	8,2	1,6	4,9
Residentes	0,0	1,6	3,3	4,9
Comportamiento del turista	0,0	0,0	3,3	3,3
Porcentaje por quinquenios	3,3	41,0	55,7	100,0

**Tabla 6**  
Principales temas de investigación el área de Marketing

	1997-2001	2002-2006	2007-2011	Porcentaje por temas
<i>Entorno de marketing</i>	3,2	14,0	40,9	58,1
Comportamiento del turista	3,2	14,0	35,5	52,7
Análisis de la demanda	0,0	0,0	2,2	2,2
Aspectos del macroentorno	0,0	0,0	2,2	2,2
Ética y responsabilidad social	0,0	0,0	1,1	1,1
<i>Función de marketing</i>	0,0	12,9	29,0	41,9
Segmentación del mercado/posicionamiento	0,0	3,2	1,1	4,3
Management y planificación	0,0	3,2	7,5	10,8
Estrategia de marketing	0,0	1,1	3,2	4,3
Calidad de servicio	0,0	1,1	3,2	4,3
Producto/Destino	0,0	0,0	3,2	3,2
Lealtad	0,0	0,0	3,2	3,2
Marca	0,0	0,0	1,1	1,1
Marketing electrónico, website, TIC	0,0	1,1	6,5	7,5
Precio	0,0	2,2	0,0	2,2
Publicidad	0,0	1,1	0,0	1,1
Porcentaje por quinquenios	3,2	26,9	69,9	100,0

**Tabla 7**  
Principales temas de investigación el área de Contabilidad y Finanzas

	1997-2001	2002-2006	2007-2011	Porcentaje por temas
<i>Finanzas</i>	0,0	0,0	62,8	62,8
Estructura financiera y beneficios	0,0	0,0	36,4	36,4
Crecimiento y concentración del mercado	0,0	0,0	18,2	18,2
Valor económico de las actividades turísticas	0,0	0,0	9,1	9,1
Planificación y control	0,0	0,0	9,1	9,1
<i>Otros</i>	0,0	0,0	27,3	27,3
Certificaciones medioambientales	0,0	0,0	18,2	18,2
Comportamiento del turista	0,0	0,0	9,1	9,1
Porcentaje por quinquenios	0,0	0,0	100,0	100,0

los temas se ha utilizado el software Nvivo 9, que ha permitido identificar y clasificar las palabras que mejor definen el contenido de cada trabajo. En primer lugar, cada uno de los autores de esta investigación realizó este proceso de lectura e identificación de palabras de cada abstract. Posteriormente se procedió a realizar una puesta en común para llegar a un consenso de los términos que mejor definían cada trabajo. En este sentido, hay que hacer constar que había trabajos que trataban varios aspectos a la vez y que eran susceptibles de varias ubicaciones. En los casos en los que se presentaron discrepancias se pidió la validación externa por parte de 2 investigadores ajenos al estudio. El tercer paso fue agrupar los temas en bloques de contenidos para presentar los resultados de una forma más sistemática. En el caso de los trabajos de dirección de empresas, se tomó como orientación las directrices de las secciones de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa y la Academy of Management. No obstante, admitimos que algunos temas, como la gestión medioambiental y de la calidad o la innovación, podrían ser susceptibles de ser ubicados en el área de estrategia y que, por tanto, la clasificación presentada no pretende determinar ni es lo relevante, sino son los contenidos temáticos desagregados. Para los trabajos del área de marketing nos hemos basado en la clasificación de temas de Oh et al. (2004) y de Bigné Alcañiz et al. (2008) con el objeto de poder comparar los resultados. Finalmente, en el área de finanzas, donde el número de trabajos es reducido, se ha optado por mostrar los temas sin realizar ninguna agrupación. Las tablas 5–7 sintetizan los temas de las 3 áreas estudiadas y las frecuencias relativas en cada uno de los quinquenios considerados.

En la tabla 5 pueden verse los principales contenidos de la investigación en organización de empresas. Un número importante de trabajos se centran en las empresas del sector como principal unidad de análisis y en la mejora de la competitividad, considerando como factores las estrategias seguidas, la gestión medioambiental y de la calidad, o las tecnologías y la innovación. Igualment, hay otro grupo de trabajos de dirección de la operativa que el *outsourcing*, las relaciones cliente-proveedor, o la gestión de los recursos entre unidades. Un número significativo de las contribuciones analizan también el contexto de las actividades empresariales turísticas del sector a través de trabajos sobre el destino turístico desde una perspectiva estratégica. Así mismo, no se ha obviado la perspectiva de los residentes y el comportamiento del turista. Esta última línea ha sido abordada ampliamente por la literatura de marketing. Destaca la poca presencia de trabajos sobre gestión de recursos humanos e internacionalización o crecimiento. En relación a su progresión temporal, algunos temas parecen haberse estancado, como los de tecnología e innovación, y otros parecen haber desaparecido, como el *outsourcing* y las relaciones cliente-proveedor.

El estudio de la investigación turística en marketing ha sido objeto de una mayor atención por su importante peso relativo dentro a otras áreas. Este trabajo corroboramos algunos de los resultados previos (p.ej., Bigné Alcañiz et al., 2008) y permite valorar la evolución de las temáticas. Los datos de la tabla 6 confirman la importancia de los estudios de comportamiento del consumidor, cuya evolución ha sido creciente, especialmente en el último

quinquenio, representando en torno al 50% de la producción científica en esta área. En dicho tema se han recogido los trabajos sobre diferentes aspectos relacionados con la percepción de la actividad del turista de los destinos turísticos. También son relevantes las investigaciones relacionadas con la dirección y la planificación estratégica, como el análisis estratégico o factores sobre la mejora y medición de la rentabilidad. Para poder evaluar su peso relativo, no hemos agrupado las categorías de estrategias genéricas, calidad de servicio, fidelidad, marca y segmentación y posicionamiento (Oh et al., 2004). Igualmente, se comprueba que son un valor en alza los estudios sobre la aplicación de las nuevas tecnologías a las diferentes a las actividades de marketing en el sector. Las investigaciones sobre el precio y la publicidad parecen ser temas que no han acabado de despuntar.

Finalmente, se puede decir que el área de contabilidad y finanzas es una recién llegada a la investigación turística, y será necesario que pasen unos años para ver su evolución (tabla 7). Mientras que las áreas de dirección y marketing comienzan a destacar a partir 2001, las primeras publicaciones internacionales sobre estudios de análisis financiero, grupos empresariales y resultados financieros derivados esencialmente de las certificaciones medioambientales.

Desde una perspectiva sectorial o de los contextos tratados, existen notables diferencias entre las áreas. Casi la totalidad de los trabajos en dirección de empresas están focalizados en empresas del sector del alojamiento, en concreto, en hoteles. De manera anecdótica, algunos analizan las relaciones de los hoteles con las agencias de viajes, en uno se abordan los alojamiento rurales, y hay un trabajo sobre restaurantes. También en finanzas el sector estudiado es el hotelero. Esto contrasta por la variedad de sectores y ámbitos tratados por los trabajos de marketing, donde se ha prestado una especial atención a las agencias de viajes, pero también a restaurantes, líneas aéreas, museos, zonas arqueológicas, parques temáticos, estaciones de esquí o el turismo rural.

Por último, señalar de trabajos que han realizado con colaboraciones entre investigadores de diferentes áreas, cuestión que se refleja en el hecho de que aparezcan temas en las 3 áreas no vinculados directamente al núcleo de las respectivas disciplinas.

## 5. Conclusiones y discusión

Los objetivos de este trabajo han sido evaluar, por un lado, si la difusión internacional de la investigación en turismo en España se corresponde con la importancia estratégica del sector para nuestro país y, por otro, identificar las principales líneas y enfoques de investigación abordados por la economía y dirección de la empresa de cara a orientar la investigación en los próximos años. Para ello se ha realizado un análisis del número y de la evolución de las contribuciones, de las instituciones y de los autores de mayor peso, y de los contenidos investigados en los 3 últimos lustros en las 26 revistas internacionales más importantes de la disciplina. Los resultados de la investigación realizada nos han permitido extraer un conjunto de conclusiones que pretenden contribuir al avance

de la investigación en turismo, preferentemente desde las áreas de empresa.

En primer lugar, la investigación turística española en el momento actual ocupa la séptima posición en el ranking mundial, si bien en estos últimos 15 años el incremento de publicaciones ha sido espectacular, especialmente desde 2001, y en mayor medida en los últimos años, lo que hace esperar una mejora de dicha posición en un futuro próximo. Dentro de las áreas de empresa, el marketing sigue liderando el número de publicaciones, seguido de la dirección de empresas, que también ha mostrado un notabilísimo desarrollo en los últimos 5 años. Así mismo, en comparación con el resto de publicaciones internacionales de la comunidad científica española y las específicas de economía y empresa, las investigaciones del campo han presentado un ritmo de crecimiento muy superior. Además, por su carácter multidisciplinar, hay que tener en mente que la producción mundial será probablemente superior a la evaluada en este estudio, al existir un conjunto de trabajos publicados en revistas internacionales que no están en la categoría de turismo y hospitalidad, y que pueden versar sobre temas específicos.

Entre los factores que ha favorecido esta tendencia se pueden destacar varios, y es importante la combinación de ellos para explicar su desarrollo por encima del resto de publicaciones en economía y empresa. Primero, la toma de conciencia de la importancia estratégica del sector que ha ido respaldada por un creciente apoyo desde las administraciones y de políticas públicas. Segundo, relacionado con lo anterior, el crecimiento del número de universidades españolas que han implantado los grados de turismo, fenómeno que comienza a desarrollarse ampliamente a finales de los años noventa. Tercero, el carácter multidisciplinar del turismo, que ha favorecido que un gran número de áreas de conocimiento hayan realizado aportaciones al campo. Cuarto, la entrada en vigor de los protocolos de evaluación y cambio de orientación hacia las publicaciones internacionales de impacto y al consumo cada vez mayor de la literatura internacional como fuente primaria para sus investigaciones.

En segundo lugar, no solo ha aumentado el número de publicaciones, sino que también lo ha hecho la calidad de las mismas. Aunque en el ámbito turístico hay un amplio abanico de revistas de calidad mediante las cuales puede procederse a dicha difusión, los investigadores han mostrado a lo largo de los últimos años su preferencia por *Tourism Management*, *Tourism Economics* y *Annals of Tourism Research*, todas ellas indexadas en las principales bases de datos y reconocidas por la comunidad científica. *Tourism Management* es la preferida de los investigadores de las áreas de economía y dirección de la empresa, y representa en torno al 50% de las publicaciones españolas de la revista y el 30% de las publicaciones totales de tales áreas.

En tercer lugar, el análisis institucional y de autoría ha puesto de manifiesto cuáles son las universidades e investigadores con una trayectoria internacional más amplia en el ámbito turístico. Un número muy significativo de universidades y centros españoles (55) se han aproximado a la investigación en turismo. Los resultados de esta investigación parecen indicar que la tradición de turismo de sol y playa ha marcado que los centros más punteros en investigación turística se encuentren en los principales destinos turísticos españoles de esta naturaleza. En esta investigación, no obstante, también se detecta que empiezan a adquirir peso otras universidades con un turismo de corte cultural y de interior. Trabajos previos como el de López Bonilla y López Bonilla (2008) o Hernández et al. (2011) también encuentran en la investigación nacional otras universidades de interés y de España que de España con relevancia. En cuanto al análisis de autoría, se han identificado 390 investigadores, y el 21,7% de la producción científica está concentrada en 18 investigadores. Estos, lógicamente pertenecen a las instituciones que han sido destacadas como más representativas y a las áreas de

mayor peso, esto es, economía aplicada, marketing y organización de empresas (p. ej., Vargas, 2011).

En cuarto lugar, el análisis de contenidos de las publicaciones en economía y dirección de la empresa ha detectado prometedoras líneas de investigación, especialmente para el área de dirección de empresas, en la que la investigación desarrollada ha estado muy localizada en el sector hotelero y en el ámbito de las estrategias genéricas como factores de mejora de la ventaja competitiva. En el área estratégica han surgido en los últimos años tópicos que no han sido abordados en el ámbito turístico relacionados con las capacidades dinámicas, la gestión del conocimiento o los equipos de dirección. Son necesarios más trabajos que contribuyan a la investigación del sector turístico desde las áreas de internacionalización, donde España puede posicionarse a nivel mundial aprovechando la experiencia nacional. Igualmente, los recursos humanos son un elemento clave para los servicios turísticos y, sin embargo, apenas existen trabajos que traten el factor humano en la consolidación del turismo. El estudio de la empresa familiar o del comportamiento emprendedor en el sector turístico supone campos poco explorados en los que desarrollar fructíferas líneas de investigación. El trabajo de Li (2008), con una revisión de la literatura sobre emprendimiento en turismo, confirma la poca investigación existente al respecto. Aspectos relativos a la identificación y la explotación de oportunidades, la orientación emprendedora o el emprendimiento corporativo pueden ofrecer nuevas perspectivas en el estudio de las empresas turísticas. Así mismo, el estudio del comportamiento emprendedor y de los equipos emprendedores brinda una nueva dimensión de análisis a nivel individual, que hasta el momento ha estado sobre todo concentrado en los turistas y su comportamiento. Así mismo, trabajos como el de Thomas et al., 2011 invitan a profundizar en el estudio de las Pymes dentro del sector turístico y ofrecen a penas investigados la gestión de la innovación y el conocimiento o el estudio del crecimiento y el fracaso, entre otros. En el área de marketing, este trabajo confirma algunas de las cuestiones identificadas por Bigné Alcañiz et al. (2008) en cuanto a la escasa investigación en ciertas variables del marketing-mix, como el precio o la comunicación, sobre las que sugieren orientar las investigaciones, así como en aspectos como la ética y la responsabilidad social. Sin embargo, los resultados parecen señalar un incremento del interés por la investigación en las aplicaciones de los nuevos tecnologías. Trabajos como el de Buhalis y Law (2008) revisan las principales cuestiones tratadas en la literatura de gestión turística sobre las tecnologías de la información y pueden ayudar a seguir profundizando en este tema.

En su conjunto, las investigaciones de las áreas de economía y dirección de empresas pueden aprovechar el carácter multidisciplinar de la investigación en marketing para plantear más trabajos con un enfoque multinivel que integren en mayor medida aspectos individuales, empresariales y contextuales. Especialmente las áreas de dirección y finanzas pueden explorar nuevos ámbitos turísticos y sectores empresariales.

Por último, señalar que este trabajo es complementario al análisis de las publicaciones españolas, y una valoración global debe considerar también los trabajos bibliométricos nacionales o internacionales previamente realizados. Considerando la investigación de publicaciones españolas en las áreas de economía y empresa en el ámbito nacional, y en revistas generalistas, realizada por Hernández et al. (2011), los resultados también muestran una evolución constante y al alza en la última década y la primacía de los temas relacionados con el marketing. La valoración conjunta de ambos trabajos permite identificar a algunos investigadores que, además de liderar las publicaciones internacionales, también lideran las nacionales.

En su conjunto, todo lo anterior nos conduce a concluir que en España, en la última década, se ha realizado un importante esfuerzo investigador en turismo que ha permitido mejorar nuestra

presencia internacional y acercarnos a posiciones más acordes a nuestro peso internacional como industria turística de referencia. Los resultados mostrados con este trabajo ofrecen una panorámica positiva de la investigación en turismo desde la economía y la dirección de empresas que confirma su creciente importancia. Por otro lado, la consolidación de las titulaciones de turismo de implantación reciente en destinos turísticos importantes de interior contribuirá a consolidar a nuevas instituciones e investigadores en el ámbito.

Las conclusiones anteriores han de ser entendidas dentro de las limitaciones que este tipo de estudios ofrece. Hay que tener presente que estamos hablando de un retrato de la investigación española en turismo relativa a un período de tiempo y un conjunto de revistas concretas. Es por ello, tal y como se ha apuntado con anterioridad, que no se hacen las investigaciones sobre turismo que se realizan en España se encuentran recogidas en este panel de revistas. Así, por ejemplo, un investigador preocupado por la gestión medioambiental o de la calidad de las empresas, por el uso de las TIC, o por otros ámbitos de conocimiento, tiene como posibilidades de publicación las revistas del panel que se ha ofrecido en este artículo, más todas las revistas que sean específicas, las cuales, en algunos casos, pueden resultar mejores opciones para publicar que las de turismo o tener unos índices de impacto superiores. Además, aunque la revisión se corresponde con una perspectiva internacional, no podemos obviar la dimensión nacional de la investigación en turismo, que igualmente ha sido muy fructífera y también debe ser tenida en cuenta para realizar un mapa completo del estado de la cuestión.

Futuras líneas de investigación pueden contribuir a solventar algunas de las limitaciones de la investigación, ampliando la revisión a un conjunto de revistas fuera del ámbito propio del turismo. Igual como llevarse a cabo trabajos sobre temas más concretas, en línea con los trabajos realizados por otros autores (p. ej., Baptista Alves et al., 2011; Camisón Zornoza et al., 1997). Eso permitiría conocer de una forma más exhaustiva hasta qué punto existen temas menos investigados. Asimismo, con los datos disponibles podría realizarse un estudio de autorías para conocer las redes de los investigadores de turismo o profundizar en el análisis de contenidos con la estudio de las metodologías utilizadas.

## Financiación

Este trabajo ha contado con la financiación del Ministerio de Ciencia y Tecnología (FEM2009-08511).

## Bibliografía

- Aguiló, E., 2010. Una panorámica de la economía del turismo en España. *Cuadernos de Economía* 33 (91), 5–42.
- Antón i Clavé, S., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M.J., Vera Rebollo, J.F., 1996. La investigación turística en España: Aportaciones de la Geografía (1960-1995). *Estudios Turísticos* 129, 165–208.
- Ballantyne, R., Packer, J., Axelsen, M., 2009. Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research* 36 (1), 149–152.
- Baptista Alves, H.M., Campón Cerro, A.M., Hernández Mogollón, J.M., 2011. El estudio de la lealtad en el turismo: una revisión de la literatura. *International Conference on Tourism & Management Studies*, 850–862.
- Bigné Alcañiz, J.E., 1996. Turismo y marketing en España: análisis del estado de la cuestión y perspectivas de futuro. *Estudios Turísticos* 129, 105–127.
- Bigné Alcañiz, J.E., 2005. Nuevas orientaciones del marketing turístico. De la imagen de destinos a la fidelización de los turistas. *Papeles de Economía Española* 102, 221–235.
- Bigné Alcañiz, J.E., Andreu Simó, L., Sánchez García, I., 2005. Investigación en marketing turístico: un análisis de las publicaciones en el período 1995–2003. *XV Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Sevilla.
- Bigné Alcañiz, J.E., Andreu Simó, L., Sánchez García, I., Alvarado Herrera, A., 2008. Investigación internacional en marketing turístico: análisis de contenido sobre temas y metodologías. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 6 (3), 391–398.
- Bote Gómez, V., 1996. La investigación en España sobre turismo y desarrollo económico. *Estudios Turísticos* 129, 9–22.

- Bueno Campos, E., 1996. La investigación sobre las empresas turísticas en España: el estado del arte. *Estudios Turísticos* 129, 61–80.
- Buhalis, D., Law, R., 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of eTourism research. *Tourism Management* 29 (4), 609–623.
- Camisón Zornoza, C., Monfort Mir, V.M., 1996. La calidad en el turismo español: balance y prospección de la investigación. *Estudios Turísticos* 128, 129–161.
- Camisón Zornoza, C., Bou Llusar, J.C., Roca, V., Montesinos, C., 1997. Enlace de la investigación en turismo y en gestión de la calidad: balance de una década. *Papeles de Turismo* 20, 19–38.
- Cheng, C-K., Li, X., Petrick, J.F., O'Leary, J.T., 2011. An examination of tourism journal development. *Tourism Management* 32 (1), 53–61.
- Delgado-López-Cózar, E., Jiménez-Contreras, E., Ruiz-Pérez, R., 2009. La ciencia española a través del Web of Science (1996–2007): las disciplinas. *El Profesional de la Información* 18 (4), 437–443.
- Esteban Talaya, A., 2000. La investigación turística en la universidad española. *Estudios Turísticos*, 155–180, No. 144/145.
- Ferreira, R.R., DeFranco, A.L., Rappole, C.L., 1994. Rating the hospitality journals. *International Journal of Hospitality Management* 13 (3), 209–218.
- Figueroa Palomo, M., 2000. Los trabajos de investigación de la economía del turismo en el Instituto de Estudios Turísticos: (1974-1993). *Estudios Turísticos* (144-145), 17–45.
- Frechtling, D.C., 2004. Assessment of tourism/hospitality journals' role in knowledge transfer: an exploratory study. *Journal of Travel Research* 43 (2), 100–107.
- Goodall, A.H., 2009. Highly cited leaders and the performance of research universities. *Research Policy* 38 (7), 1079–1092.
- Hall, C.M., 2005. Systems of surveillance and control: commentary on «An analysis of institutional contributors to three major academic journals: 1992–2001». *Tourism Management* 26 (5), 653–656.
- Hall, C.M., 2011. Publish or perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management* 32 (1), 16–27.
- Harzing, A.-W., 2011. Journal quality list [consultado el 7 Dic 2011]. Disponible en: [www.harzing.com](http://www.harzing.com).
- Hernández, J.M., Colgado, J.A., Capón, A.M., 2011. La investigación en turismo en España: una revisión de la literatura a través de las revistas de dirección de empresas. *IV Jornadas de Investigación del marketing turístico*, Sevilla.
- Howey, R.M., Savage, K.S., Verbeeten, M.J., Van Hoof, H.B., 1999. Tourism and hospitality research journals: cross-citations among research communities. *Tourism Management* 20 (1), 133–139.
- Hu, C., Racherla, P., 2008. Visual representation of knowledge networks: a social network analysis of hospitality research domain. *International Journal of Hospitality Management* 27 (2), 302–312.
- IET, Instituto de Estudios Turísticos, 2011. Balance del turismo: año 2010 [consultado el 7 Dic 2011]. Disponible en: [www.sgt.tourspain.es](http://www.sgt.tourspain.es).
- Jamal, T., Smith, B., Watson, E., 2008. Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations. *Tourism Management* 29 (1), 66–78.
- Jogaratham, G., Chon, K., McCleary, K., Mena, M., Yoo, J., 2005a. An analysis of institutional contributors to three major academic journals: 1992–2001. *Tourism Management* 26 (5), 641–648.
- Jogaratham, G., McCleary, K., Mena, M., Yoo, J.J., 2005b. An analysis of hospitality and tourism research: institutional contributions. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 29 (3), 356–371.
- Kim, Y., Savage, K.S., Howey, R.M., Van Hoof, H.B., 2009. Academic foundations for hospitality and tourism research: a reexamination of citations. *Tourism Management* 30 (5), 752–758.
- Li, L., 2008. A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals. *Tourism Management* 29 (5), 1013–1022.
- López Bonilla, J.M., López Bonilla, L.M., 2008. Producción científica española en marketing turístico. *Estudios Turísticos* 177, 35–50.
- Losekoot, E., Verginas, C.S., Wood, R.C., 2001. Out for the count: some methodological questions in publications counting literature. *International Journal of Hospitality Management* 20 (3), 233–244.
- McKercher, B., 2008. A citation analysis of tourism scholars. *Tourism Management* 29 (6), 1226–1232.
- McKercher, B., Law, R., Lam, T., 2006. Rating tourism and hospitality journals. *Tourism Management* 27 (6), 1235–1252.
- Oh, H., Kim, B.Y., Shin, J.H., 2004. Hospitality and tourism marketing: recent developments in research and future directions. *International Journal of Hospitality Management* 23 (5), 425–447.
- Ortega Martínez, E., Rodríguez Herráiz, B., 2004. La investigación turística a través de tesis doctorales. Un análisis comparativo entre España y Francia. *Estudios Turísticos* 159, 5–27.
- Page, S.J., 2003. Evaluating research performance in tourism: the UK experience. *Tourism Management* 24 (6), 607–622.
- Pechlaner, H., Zehrer, A., Matzler, K., Abfalter, D., 2004. A ranking of international tourism and hospitality journals. *Journal of Travel Research* 42 (4), 328–332.
- Racherla, P., Hu, C., 2010. A social network perspective of tourism research collaborations. *Tourism Management* 31 (4), 1012–1034.
- Rivera, M.A., Upchurch, R., 2008. The role of research in the hospitality industry: a content analysis of the *IJHM* between 2000 and 2005. *International Journal of Hospitality Management* 27 (4), 632–640.
- Ryan, C., 2005. The ranking and rating of academics and journals in tourism research. *Tourism Management* 26 (5), 657–662.

- Sánchez Pérez, M., Marín Carrillo, M.B., 2003a. La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001. *Papers de Turisme* 33, 6–39.
- Sánchez Pérez, M., Marín Carrillo, M.B., 2003b. La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001. *Papers de Turisme* 33, 6–39.
- SCImago, 2007. SJR – SCImago Journal & Country Rank [consultado el 30 Dic 2011]. Disponible en: [www.scimagojr.com](http://www.scimagojr.com).
- Sheldon, P.J., 1990. Journals in tourism and hospitality: the perception of publishing faculty. *Journal of Tourism Studies* 1 (1), 42–48.
- Sheldon, P.J., 1991. An authorship analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research* 18 (3), 473–484.
- Svensson, G., Svaeri, S., Einarsen, K., 2009a. Empirical characteristics of scholarly journals in hospitality and tourism research: an assessment. *International Journal of Hospitality Management* 28 (3), 479–483.
- Svensson, G., Svaeri, S., Einarsen, K., 2009b. Scientific identity of scholarly journals in hospitality and tourism research: review and evaluation. *International Journal of Hospitality Management* 28 (4), 631–634.
- Thomas, R., Shaw, G., Page, S.J., 2011. Understanding small firms in tourism: a perspective on research trends and challenges. *Tourism Management* 32 (5), 963–976.
- Tribe, J., Xiao, H., 2011. Developments in tourism social science. *Annals of Tourism Research* 38 (1), 7–26.
- Vargas, A., 2011. Tourism research in Spain: the state of the art. *Enlightening Tourism, A Pathmaking Journal* 1, 93–110.
- Weaver, P.A., McCleary, K.W., 1989. Academic contributors: an analysis of academic contributors to four major hospitality journals. *Ohio Hospitality Journal* 2, 6–11.
- World Tourism Organization, 2011. UNWTO World Tourism Barometer, Vol. 9, Interim Update April 2011, pp. 1–2 [consultado el 7 Dic 2011]. Disponible en: [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom11\\_iu.april.excerpt.pdf](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom11_iu.april.excerpt.pdf).
- Xiao, H., Smith, S., 2006. The making of tourism research: insights from a Social Sciences Journal. *Annals of Tourism Research* 33 (2), 490–507.
- Zhao, W., Ritchie, J.R.B., 2007. An investigation of academic leadership in tourism research: 1985–2004. *Tourism Management* 28 (2), 476–490.