

## Reseñas de publicaciones

### *Travel, Tourism, and Hospitality Research: a handbook for managers and researchers.*

J.R.Brent Ritchie y Charles R. Goeldner (eds.). John Wiley & Sons: 1994 (2ªed.).  
ISBN 0-471-58248-4

**Alfredo Ascanio, Ph. D.**  
aascanio@usb.ve

46 investigadores, de los cuales el 70% pertenecen a USA, el 22% a Canadá y el 8% a otros países como Holanda e Inglaterra, han colaborado para escribir un manual de 515 páginas titulado *Travel, Tourism, and Hospitality Research: a handbook for managers and researchers*, publicado por la editorial John Wiley & Sons, New York, 1987 y bajo la responsabilidad de dos investigadores editores, o sea: J.R.Brent Ritchie de la Universidad de Calgary (Canadá) y Charles R. Goeldner de la Universidad de Colorado.

En la introducción de la obra se señala que después de 40 años del desarrollo de la actividad turística, todavía no se ha consolidado una sólida fundamentación teórica que permita conocer con propiedad la naturaleza del turismo y entonces poder tomar decisiones acertadas.

Se dice que es posible que haya sucedido este retraso por varias razones:

1) Por que existen muchas instituciones involucradas y su relativo pequeño tamaño, lo cual hace muy difícil obtener datos a unos costos razonables.

2) La naturaleza de la experiencia del viaje turístico lo cual hace más difícil en-

tender el comportamiento de los visitantes, así como su patrón de gastos.

3) Como el turismo es relativamente una nueva actividad económica y social, no ha habido todavía tiempo para establecer una buena plataforma educativa la cual pueda formar profesionales interesados en la investigación acerca del turismo.

En los últimos años ha surgido un mayor interés en la academia por la formación de profesionales interesados en el área del conocimiento del turismo como fenómeno social y económico. Aunque todavía falta mucho por hacer, no hay duda que ya empiezan a aparecer mejores y más rigurosas investigaciones que están ayudando a conocer e interpretar mejor el sistema.

En ese contexto, un Manual sobre el tema de la investigación en Turismo era necesario a fin de consolidar los conocimientos que cada vez aparecen en muchas nuevas revistas académicas a nivel mundial. El manual es una herramienta orientadora con el objetivo de identificar, para cada tópico, los expertos con más años trabajando cada tema, de manera que el libro también sirviera como un documento de lectura en los cursos introductorias acerca de la

investigación en turismo.

El contenido del manual, dado la diversidad de asuntos tratados, contiene numerosos y complejos elementos. Estructurar los temas del manual fue una tarea ardua. Al final se aceptaron 43 temas en sus respectivos capítulos, organizados en 8 partes y para diferentes audiencias.

La primera parte trata el tema de la perspectiva gerencial del turismo, es decir la planificación y las decisiones gerenciales. La segunda parte pasa al tema de la conceptualización del turismo y los enfoques para su investigación rigurosa y en base a sus marcos referenciales. El tercer tema trata del uso de la investigación turística a nivel del sector público, es decir a nivel nacional, regional y municipal. La parte cuarta y quinta parte del manual intenta enfatizar la investigación en turismo como interdisciplinaria y también la investigación en diferentes segmentos del turismo. Las últimas tres partes del manual se concentran en los métodos utilizados para investigar en turismo y sus enfoques en los campos de los impactos, de la planificación y del marketing.

El manual es una referencia importante para conducir seminarios especializados y para divulgar la amplia bibliografía que se cita en cada uno de los temas.

En seguida aparecen los temas tratados. La parte primera: La Perspectiva Gerencial del Turismo es desarrollada por Clare A. Gunn, J.R. Brent Ritchie, David L. Edgell, Jay Beaman y Scout Meis. Temas como: Propósito y Naturaleza de la investigación en turismo, el rol de este tipo de investigación, la formulación de políticas turísticas en base a un marco gerencial. Las decisiones sobre política turística en base a las investigaciones. Luego en la parte dos, Robin A. Chadwick, Abraham Pizam, Brian Archer, Gordon McDougall, Hugo Munro y Hohn Cannon tratan el amplio tema de Los Fundamentos de la Investigación Turística como: conceptos, definiciones, medidas, planificación, estimación de la demanda, escalas actitudinales, diseños de muestras. La parte tercera trata del uso de la investigación por las instituciones públicas, es decir los organismos nacionales de turismo, así como en las instituciones descentralizadas. Estos asuntos los tratan Gordon Taylor, Martines Jan Kusters, Meter Shackle-

ford, Suzanne Cook, Uel Blank, Michael D. Petrovich y Charles Goeldner. La cuarta parte trata el tema de la investigación en varias disciplinas. Como: geografía, psicología, política, ambiental. La parte quinta ya se concentra en las investigaciones del sector teístico como: los canales de distribución, las actividades de convenciones, los atractivos y eventos, la restauración, el transporte, las pequeñas empresas. Estos asuntos fueron tratados por E.D. Wohlmuth, James R. Abbey, Carolyn Carey, Robert Olson, Uel Blank, Lawrence Cunningham, Lyonnel Barclay, Stuart N. Robinson y Tyrrell Morris. La sexta parte que trata de los asuntos del impacto del turismo, medidas de estos impactos, impacto en el empleo, impacto social y ambiental. Los especialistas en estos temas fueron: Douglas Frechtling, Randy Elkin, Randall Roberts, Louse Crandall y Meter Williams. La séptima parte trata los temas sobre las técnicas para la recopilación de datos, es decir los temas sobre encuestas, técnica Delphi, focos grupales y paneles, simulaciones, análisis multivariante y la investigación cualitativa; investigadores como Fred Hurst, George Moeller, Elwood Shafer, Wilbur LaPage, Karen Peterson, Bren Ritchie, James Rovelstad y John Claxton se encargaron de estos temas. Finalmente la parte octava del manual trata de las aplicaciones especiales en el campo de la comunicación, publicidad, marketing y segmentación, y la investigación del mercado potencial mundial. Estos temas fueron tratados por Thomas Davidson, Likka Ronkainen, Arch Woodside, Jane Fitzgibbon y Don Wynecar.

Es lamentable que el manual no haya tocado los temas claves sobre la investigación en los alojamientos turísticos, líneas aéreas, servicios de guías, servicios de artesanía y folklore, patrimonio cultural, la infraestructura turística, el trabajo de los Tour Operadores, el turismo sustentable, la sociología y antropología del turismo, la macroeconomía del turismo y las cuentas satélites y otros temas también importantes como la arquitectura turística y el diseño de interiores, así como: el turismo en Internet. Esperamos entonces que en el futuro estos asuntos sean tratados en otro manual complementario al que estamos reseñando y que participen en estas tareas

investigadores iberoamericanas, de países como España, Portugal, países asiáticos y también del medio oriente y países africanos.

*Recibido:* 12 de mayo de 2006  
*Aceptado:* 15 de noviembre de 2006

*Recibido:* 21 de noviembre de 2005  
*Aceptado:* 15 de diciembre de 2005