

La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001

Aceptado para su publicación en Papers de Turisme (issn: 0214-8021), 2003, nº 33, 6-39.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=786675>

AUTORES:

MANUEL SÁNCHEZ PÉREZ

Catedrático de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados
Profesor de Marketing turístico
E-mail: msanchez@ual.es

M^a BELÉN MARÍN CARRILLO

Profesora Asociada de Organización de Empresas
Profesora de Gestión de la Producción Hotelera y Gestión Pública del Turismo
E-mail: mbmarin@ual.es

DIRECCIÓN:

Dpto. de Dirección y Gestión de Empresas
Universidad de Almería
04071 ALMERÍA

RESUMEN

El objetivo de esta investigación consiste en conocer cómo se viene realizando la investigación sobre turismo en economía de la empresa a través de los artículos publicados en las revistas españolas especializadas en turismo. Para la consecución de este objetivo, en el presente estudio todos los trabajos publicados durante el período 1996-2001 son analizados para caracterizar las revistas y las diferentes áreas de conocimiento de la economía de la empresa relacionadas con el turismo. Asimismo, el estudio proporciona perfiles de cada revista y área. Los resultados recogen el estado de la cuestión en la investigación en turismo de la economía de la empresa y las diferencias entre revistas y áreas.

PALABRAS CLAVE: investigación, metodología de investigación, estado de la cuestión, economía de la empresa.

La investigación en turismo y economía de la empresa publicada en revistas especializadas españolas: 1996-2001

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objeto profundizar en el estado de la investigación académica en economía de la empresa contenida en las publicaciones españolas centradas en turismo, distinguiendo entre sus áreas de conocimiento (Organización de Empresas, Economía Financiera y Contabilidad, y Comercialización e Investigación de Mercados). Para ello, hemos revisado todos los artículos publicados durante los últimos años (1996-2001) en las principales revistas españolas específicas sobre turismo, *Papers de Turisme* y *Estudios Turísticos*. Estas dos revistas son las más importantes en el ámbito académico, institucional y profesional centradas en la gestión turística al nivel nacional.

Varios han sido los trabajos realizados dirigidos a identificar el estado de la cuestión sobre la investigación en turismo como sector de estudio (tabla 1). El turismo como tópico de interés ha sido analizado desde distintos campos de conocimiento destacando los trabajos en Economía y Empresa. Referidos a la situación española pueden citarse, entre otros, los trabajos de Aguiló y Vich (1996), Bigné (1996), Bote (1996), Bueno (1996), Camisón y Monfort (1996), Esteban y Reñares (1996), Camisón, Bou, Roca y Montesinos (1997) y Figüerola (2000). Aunque también existen trabajos orientados a en otros campos de conocimiento como la geografía (Antón, López, Marchena y Vera, 1996) o trabajos que han analizado la investigación realizada en el conjunto de campos de conocimiento (Esteban, 2000).

Centrados en el análisis del turismo desde la economía de la empresa encontramos los trabajos de Bigné (1996), Bueno (1996), Camisón y Monfort (1996) y Camisón *et al.* (1997), los cuales realizan una revisión de los trabajos publicados sobre alguna de las áreas o subáreas correspondientes a la economía de la empresa, atendiendo principalmente al contenido de los mismos permitiendo identificar los temas de estudio más relevantes.

El principal objetivo de este trabajo es profundizar en cómo se viene realizando la investigación sobre turismo en economía de la empresa al nivel nacional. Este objetivo general se descompone en los siguientes objetivos específicos: conocer la evolución de los trabajos, las características y procedencia de los autores de los trabajos, y las características de los trabajos empíricos, tanto al nivel de conjunto como por áreas. Además, se establece el perfil de las revistas analizadas con el objeto de orientar la futura investigación en gestión turística.

La oportunidad del presente trabajo obedece a nuestro juicio, a dos razones principales. En primer lugar, a que se circunscribe a la

investigación realizada en economía de la empresa en turismo en España en los últimos años, considerando como marco de análisis las dos principales revistas académicas en turismo. En segundo lugar, a que realiza un análisis más profundo sobre el contenido de la investigación en esta disciplina. Los resultados obtenidos revelan el tipo de trabajos que actualmente se están realizando y publicando sobre turismo. Especialmente interesante resulta la distinción por revistas y por áreas en el ámbito de la economía de la empresa, lo que nos ha permitido elaborar perfiles comparativos en función de dichas variables.

Para la consecución de los objetivos planteados el estudio se divide en los siguientes cuatro apartados. En primer lugar, se describe y justifica la base de datos utilizada para el estudio longitudinal realizado, así como la metodología de tratamiento de la información empleada. Posteriormente, se presentan y analizan los resultados obtenidos para a continuación establecer los perfiles por revistas y áreas de conocimiento. Finalmente, se recogen las conclusiones más relevantes del estudio y sus limitaciones.

2. Metodología

Para la realización de este estudio se ha elaborado expresamente una base de datos a partir de los artículos publicados en las principales revistas españolas centradas en turismo en los últimos años. Dichos artículos han sido revisados para poder extraer la información necesaria que permitiera construir la base de datos y realizar el correspondiente análisis.

Debido a que el objetivo de la investigación es elaborar un estado de la cuestión acerca de la investigación en turismo en los trabajos publicados en revistas españolas centradas en turismo, se ha seleccionado como período de investigación los últimos seis años, desde 1996 a 2001. Esta elección se fundamenta en varios motivos. En primer lugar, los años anteriores han sido analizados de alguna manera en los estudios previos citados anteriormente. En segundo lugar, consideramos que es un período lo suficientemente amplio como para permitir analizar con fiabilidad la investigación. En este sentido, se han incluido 182 trabajos publicados en las dos revistas académicas especializadas en turismo editadas en España (tabla 1). En tercer lugar, consideramos que en los últimos años, tras la incorporación de los estudios de turismo a la Universidad en 1996, se ha incrementado el nivel de la investigación realizada. Por último, se ha decidido finalizar en el 2001 debido a que no todas las revistas han sacado números posteriores en el momento de construir la base de datos. Por ello, se ha preferido fijar un período de investigación común, con el fin de homogeneizar el ámbito temporal del estudio.

Tabla 1: Investigaciones sobre turismo realizadas desde distintos campos de conocimiento

TRABAJO	CAMPO	TIPO DE ANÁLISIS	UNIDAD DE ANÁLISIS	PERIODO ANALIZADO	PRINCIPALES RESULTADOS
Aguiló y Vich (1996)	Economía	Contenido	Libros y tesis	1960-1995	<ul style="list-style-type: none"> Realiza una síntesis de los distintos trabajos centrados en la política turística. Establece tres períodos (época de crecimiento-política del estado, política de las comunidades autónomas, y competitividad) comentando los principales resultados de las medidas llevadas a cabo en cada uno de ellos.
Antón, López, Marchena y Vera (1996)	Geografía del Turismo	Contenido	Tesis doctorales Artículos contenidos en Estudios Turísticos y Papers de Turisme	1960-1995 1993-1995	<ul style="list-style-type: none"> Adecuación entre la investigación realizada y el objeto y planteamientos correspondientes a la disciplina.. Identificación de las líneas de investigación desarrolladas desde los años 80 observándose una falta de aplicación de paradigmas. Se detecta una atención creciente aunque son escasos los estudios en el sector predominando monografías sobre áreas especializadas y aportaciones a temas sectoriales.
Bigné (1996)	Comercialización e Investigación de Mercados	Contenido	Papers de Turisme, Estudios Turísticos, Esic Market e Información Comercial Española. Además incluye los trabajos de los congresos de AECTT y Profesores de Marketing	1980-1995	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento en los últimos años del número de trabajos. Mayor atención a los temas sobre marketing-mix y producto. Escasa dimensión internacional de los trabajos. Mayor presencia de artículos descriptivos frente a explicativos, así como conceptuales frente a empíricos.
Bote (1996)	Economía	Contenido	Trabajos	1960-1995	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la evolución y los cambios en el concepto de desarrollo económico en las últimas tres décadas. Evalúa el papel y funciones del turismo en el desarrollo económico. Cataloga y evalúa las aportaciones de los investigadores españoles respecto a los instrumentos utilizados en el análisis macroeconómico del turismo.
Bueno (1996)	Organización de Empresas	Contenido	Libros y artículos de Información Comercial Española, Estudios Turísticos y Papers de Turisme	1988-1995	<ul style="list-style-type: none"> Analiza distintos trabajos desde la consideración de los programas en investigación en economía de la empresa. Escaso número de trabajos estando la mayoría encuadrados dentro del enfoque administrativo. Retraso en la incorporación de enfoques actuales (contractual moderno, contingencias o estratégico) a la investigación económica sobre la empresa turística. Apertura al campo de investigación estratégico.
Camisón y Monfort (1996)	Dirección de Empresas	Contenido	Artículos de distintas revistas	1978-1995	<ul style="list-style-type: none"> Establece las líneas de investigación en calidad al nivel internacional y nacional. Investigación poco desarrollada pero con gran potencial alrededor de la Organización de Empresas y el Marketing.
Esteban y Reinares (1996)	Economía	Contenido	Artículos contenidos en la base de datos del Centro de	1960-1995	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de la demanda desde una perspectiva global, institucionalizada, continua y periódica con una tendencia hacia la regionalización.

			Documentación Turística del Instituto de Estudios Turísticos		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Principales técnicas utilizadas basadas en estudios de mercado desarrollando modelos econométricos para su análisis.
Camisón, Bou, Roca y Montesinos (1997)	Organización de Empresas	Contenido	Artículos contenidos en la base de datos ABI-INFORM completado con artículos de 24 revistas especializadas en turismo	1986-1996	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasa atención a la calidad en las empresas turísticas. ▪ Baja percepción de la importancia de la calidad como factor de competitividad. ▪ Equilibrio entre los trabajos de enfoque estratégico y los que analizan la implantación de sistemas de calidad. ▪ Grandes diferencias respecto al grado de utilización de métodos, técnicas y herramientas. ▪ Predominio de trabajos empíricos frente a teóricos y con una concepción orientada al destino más que a la gestión de la calidad en las empresas. Se detectan diferencias de enfoque según la actividad de la empresa turística analizada.
Figüerola (2000)	Economía	Contenido	Investigaciones económicas realizadas por el Instituto de Estudios Turísticos	1974-1993	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevado celo técnico-científico en los contenidos y desarrollos de los estudios realizados. ▪ Variedad en las temáticas y cuestiones tratadas y deseo de incorporar líneas de innovación y progreso tecnológico a los procesos, métodos y procedimientos de investigación.
Esteban (2000)	General	Contenido	Tesis doctorales contenidas en la base de datos TESEO	1958-1999	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paulatino pero insuficiente acercamiento entre universidad y turismo. ▪ Excesivo individualismo y escasez de grupos de investigación centrados en el sector. ▪ Necesidad de una mayor coordinación entre materias y resultados de las investigaciones en el sector.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la selección de revistas hemos seguido los siguientes criterios: (1) tener como campo de estudio el turismo, (2) tener artículos en el ámbito de la economía de la empresa, no siendo exclusivas del campo de la Economía, (3) estar publicadas en España, (4) tener una difusión nacional, (5) tener evaluadores anónimos y/o reconocimiento en la comunidad académica, y (6) haberse publicado durante la totalidad del período de investigación anteriormente citado. De acuerdo con los anteriores criterios se han seleccionado dos revistas, *Papers de Turisme* y *Estudios Turísticos* (tabla 2).

Tabla 2: Revistas y trabajos incluidos en el estudio

REVISTA	Nº de artículos	%
Papers de Turisme	53	29,1
Estudios Turísticos	129	70,9
<i>Total</i>	<i>182</i>	<i>100,0</i>

Figura 1: Ficha de recogida de datos utilizada en el estudio

REVISTA	AÑO	VOLUMEN	NÚMERO	REFERENCIA DE CONTROL
Nº AUTORES	NACIONALIDAD		FILIACIÓN	
			Universidad	
UNIVERSIDAD	Española		Instituciones	
	No Española		Empresas	
CAMPO DE CONOCIMIENTO	ECONOMÍA Y EMPRESA		EMPRESA	ORGANIZACIÓN
			Organización	Dirección
	Economía		Finanzas	Operaciones
	Empresa		Comercialización	RRHH
TIPO DE ESTUDIO			PRODUCTO TURÍSTICO	
Empírico	Conceptual			
MERCADO	SECTOR			
Organizativo	E. General		Sol y playa	
	E. Alojamiento		Deportes y naturaleza	
Administraciones Públicas	E. Intermediación		Ciudad y cultural	
	E. Restauración		Congresos y negocios	
Consumidores	E. Transportes		E. Intermediación	
	Otros		Otros	
ÁMBITO GEOGRÁFICO			FUENTES DE DATOS	
Internacional	Provincial		Primarias	
Nacional	Local		Secundarias	
Regional			Mixtas	
ANÁLISIS EMPÍRICO				
Descriptivo	Explicativo		Cualitativo	

La unidad de análisis de nuestro estudio es el artículo publicado por lo que no se han incluido en la revisión las notas breves, presentaciones, introducciones al número de la revista, comentarios sobre libros o cualquier otra información que no pueda identificarse como artículos publicados.

Para la construcción de la base de datos se ha elaborado una ficha de cada artículo en la que se incorporan los datos relevantes. La ficha de recogida de datos se ha diseñado tomando como partida la utilizada en el trabajo de Guerras, Ruiz y Ruiz (1999) y que recoge información de distinto tipo, distinguiéndose cuatro bloques: (1) datos básicos del trabajo, (2) datos básicos de los autores, (3) datos sobre clasificación de los trabajos por campo, área y subárea de conocimiento, y (4) datos de las características metodológicas de los trabajos empíricos.

El primer bloque de la ficha recoge datos básicos que permiten identificar cada artículo analizado (revista, año, volumen, número y número de referencia de control). En el segundo bloque de la ficha se trata de obtener algunos datos sobre los autores del artículo, en concreto, número de autores que firman el trabajo, nacionalidad (española o no española), filiación profesional de los autores (universidad, otras instituciones y empresas), y en caso de procedencia de universidad identificación de la misma. En el tercer bloque se recoge información sobre el campo de conocimiento del trabajo en función de la categorización conceptual y numérica de la UNESCO. Para los artículos clasificados en Ciencias Económicas y Empresariales se clasifican a su vez, por disciplina (Economía o Empresa) y por área de Economía de la Empresa (Organización de Empresas, Economía Financiera y Contabilidad, y Comercialización e Investigación de Mercados). En el último bloque se establece el tipo de trabajo (empírico o conceptual) y se detallan las características metodológicas de los trabajos empíricos en función del mercado estudiado (organizativos, administraciones públicas y consumidores), el sector de aplicación (empresas en general, empresas de alojamiento, intermediación, restauración, transportes, u otros), el producto turístico objeto de estudio (turismo de sol y playa, turismo de deportes y naturaleza, turismo cultural, de ciudad y circuitos, turismo de negocios y congresos, turismo global, u otros), el ámbito geográfico de la investigación (internacional, nacional, regional, provincial o local), las fuentes de datos utilizadas (primarias, secundarias o mixtas), y el análisis empírico realizado (descriptivo, explicativo o cualitativo). En la figura 1 puede verse la estructura completa de la ficha de trabajo.

A partir de los datos obtenidos de la revisión efectuada, se han realizado dos tipos de análisis. En primer lugar, se ha caracterizado la investigación en economía de la empresa en función de los distintos aspectos analizados, estableciendo las principales diferencias según áreas. En segundo lugar, se ha definido el perfil de cada una de las revistas analizadas en función de las variables recogidas en el estudio con el fin de comprobar si existen diferencias entre ambas.

3. Análisis y Resultados

En este apartado se establecen los resultados más relevantes del análisis de los trabajos que han sido identificados dentro de la disciplina de economía de la empresa, exponiéndose los resultados

concretos para cada una de las áreas que la integran, Organización de Empresas, Economía Financiera y Contabilidad, y Comercialización e Investigación de Mercados. La presentación de los resultados se realiza atendiendo a las distintas partes definidas en la ficha de recogida de la información antes comentada. Por tanto, este apartado se estructura en tres bloques. En primer lugar, se profundiza en la evolución temporal de los artículos, para a continuación estudiar las variables referidas al número de autores de trabajos, su filiación y la universidad de procedencia. También se analiza el número de autores y la filiación teniendo en cuenta el tipo de trabajo, empírico o conceptual. Por último, tras clasificar los artículos según el tipo de trabajo nos centramos en el análisis de la metodología utilizada en los trabajos de carácter empírico: mercado estudiado, sector de aplicación, producto turístico, ámbito geográfico, fuentes de datos utilizadas y enfoque empírico.

3.1. *Evolución del número de artículos*

El primer análisis efectuado ha tratado de describir, con carácter general, los trabajos publicados en las revistas especializadas (tabla 3). De este modo, cabe observar, en primer lugar, que de los 182 artículos revisados, 76 (41,8%) corresponden a artículos de Economía de la Empresa. Este dato pone de manifiesto el enfoque empresarial de ambas publicaciones en los seis años analizados observando una mayor presencia de trabajos de corte empresarial en *Papers de Turisme*, tal y como se observará posteriormente al elaborar el perfil de cada una de las publicaciones.

Tabla 3: Artículos de Economía de la Empresa incluidos en las revistas analizadas

REVISTA	Nº total de artículos	Nº de artículos de Economía de la Empresa	% sobre total artículos
Papers de Turisme	53	29	54,7
Estudios Turísticos	129	47	36,4
<i>Total</i>	<i>182</i>	<i>76</i>	<i>41,8</i>

Respecto a la evolución del número de artículos en Economía de la Empresa por años, la tabla 4 muestra una tendencia variable a lo largo de ellos, aunque la media de trabajos por año se sitúa en 12,7. Sin embargo, existen claras diferencias si analizamos cada una de las áreas. La media más elevada en relación con número de artículos por año se identifica con el área de Organización de Empresas (6,5) seguida del área de Comercialización (5), y Finanzas con tan sólo 1,2 trabajos por año.

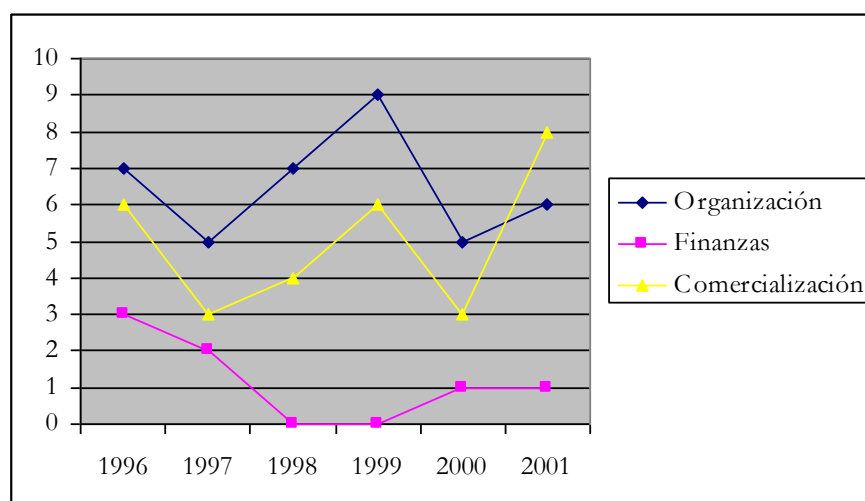
El análisis de la evolución del número de artículos presentados según las áreas (figura 2) muestra también tendencias desiguales para el período analizado. Mientras que existe similitud entre la evolución de los trabajos centrados en Organización y Comercialización, el perfil del área de Finanzas difiere respecto a los otros. Podemos observar

que el número de artículos sigue una evolución cambiante con subidas y bajadas más acentuadas, tanto para los artículos de Organización como de Comercialización. Sin embargo, la situación de la investigación en Finanzas no termina de despegar observando un interés escaso de esta área por el análisis del turismo.

Tabla 4: Evolución temporal de los artículos según área

AÑOS	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1996	7	17,5	3	42,9	6	20,7	16	21,1
1997	5	12,5	2	28,6	3	10,3	10	13,2
1998	7	17,5	0	0,0	4	13,8	11	14,5
1999	9	22,5	0	0,0	6	20,7	15	19,7
2000	5	12,5	1	14,3	3	10,3	9	11,8
2001	6	17,4	1	14,3	8	26,7	15	19,7
<i>Total</i>	<i>39</i>	<i>51,3</i>	<i>7</i>	<i>9,2</i>	<i>30</i>	<i>39,5</i>	<i>76</i>	<i>100,0</i>

Figura 2: Evolución temporal de los trabajos según área



3.2. Investigadores y procedencia de los artículos

En este apartado se detallan el número de autores por trabajo, la filiación de los autores y la universidad de procedencia de forma global y por áreas, además de analizar el número de autores y la filiación según el enfoque empírico o conceptual del artículo. El número total de autores que han publicado en las dos revistas analizadas sobre temas de economía de la empresa durante los últimos seis años es de 132, 70 en Organización de Empresas, 11 en Finanzas y 51 en Comercialización.

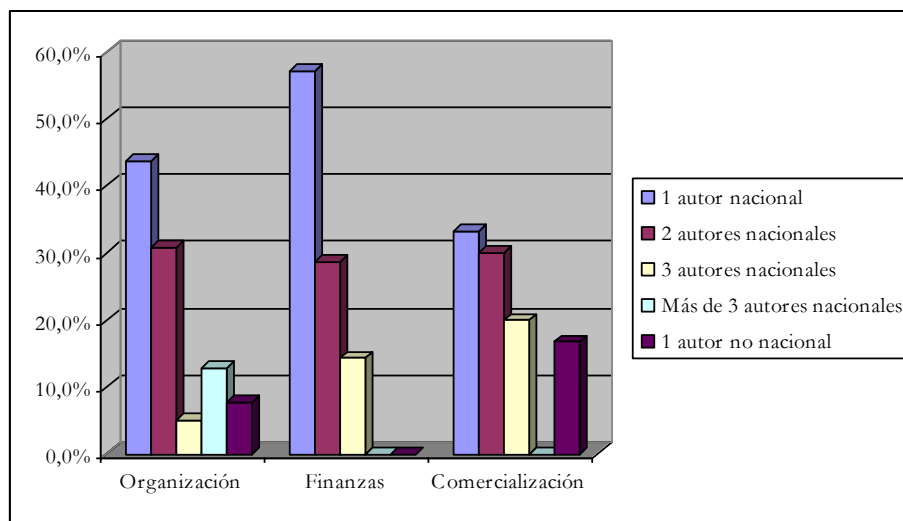
Con relación al número de autores por trabajo (tabla 5), la media se sitúa en 1,7 no existiendo diferencias importantes entre áreas, 1,8 autores en Organización, 1,6 en Finanzas y 1,7 en Comercialización. Así, el 51,3% de los artículos tienen un único firmante, mientras que

el restante 48,7% han sido realizados en equipo. De los trabajos en equipo, predominan los artículos con dos autores (30,3%) seguidos de tres (11,8%) y más de tres autores (6,6%). Si analizamos la nacionalidad de los autores, destaca que el 93,9% de los autores que publican en estas revistas son nacionales, mientras que el restante 6,1% son autores extranjeros. Por áreas encontramos mayor participación de autores no nacionales en los artículos de Comercialización (16,7% de autores no nacionales) y Organización de Empresas (7,7% de autores no nacionales), mientras que en el área de Finanzas no encontramos ningún autor extranjero.

Tabla 5: Número de autores por trabajo según área

AUTORES	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1 autor nacional	17	43,6	4	57,1	10	33,3	31	40,8
2 autores nacionales	12	30,8	2	28,6	9	30,0	23	30,3
3 autores nacionales	2	5,1	1	14,3	6	20,0	9	11,8
Más de 3 autores nacionales	5	12,8	0	0,0	0	0,0	5	6,6
<i>Total nacional</i>	<i>67</i>	<i>92,3</i>	<i>11</i>	<i>100,0</i>	<i>46</i>	<i>83,3</i>	<i>124</i>	<i>82,9</i>
1 autor no nacional	3	7,7	0	0,0	5	16,7	8	10,5
<i>Total no nacional</i>	<i>3</i>	<i>7,7</i>	<i>0</i>	<i>0,0</i>	<i>5</i>	<i>16,7</i>	<i>8</i>	<i>10,5</i>
<i>Total autores</i>	<i>70</i>	<i>53,0</i>	<i>11</i>	<i>9,2</i>	<i>51</i>	<i>38,6</i>	<i>132</i>	<i>100,0</i>
<i>Total trabajos</i>	<i>39</i>	<i>51,3</i>	<i>7</i>	<i>9,2</i>	<i>30</i>	<i>39,5</i>	<i>76</i>	<i>100,0</i>
<i>Autores por trabajo</i>	<i>1,8</i>	<i>-</i>	<i>1,6</i>	<i>-</i>	<i>1,7</i>	<i>-</i>	<i>1,7</i>	<i>-</i>

Figura 3: Distribución del número de autores de los trabajos según área



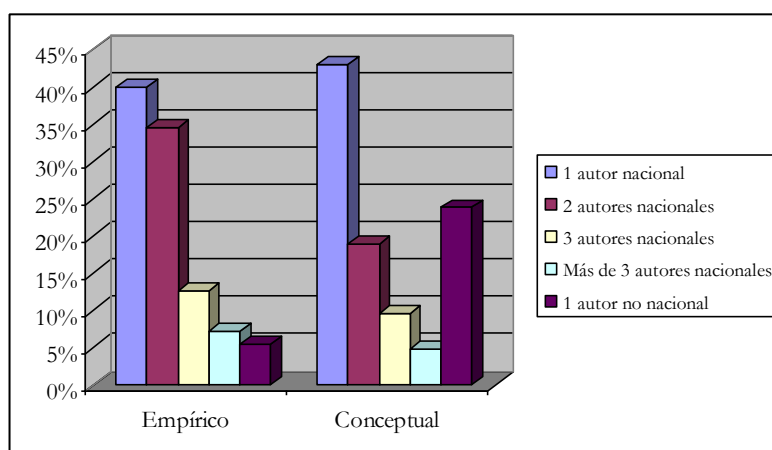
Según áreas, existe un mayor número de artículos con un sólo autor en Finanzas (57,1%) seguidos por los de Organización (51,3%) y Comercialización (50,0%) y Respecto a los trabajos con dos autores la proporción en todas las áreas es similar alrededor del 30% de los trabajos, mientras que en Organización el tercer lugar lo ocupa los

trabajos con más de tres autores, en Finanzas y Comercialización son los trabajos con tres autores. Además, podemos destacar una mayor presencia de autores extranjeros en los trabajos relacionados con el área de Comercialización.

Tabla 6: Número de autores por trabajo según tipo de trabajo

AUTORES	Empírico		Conceptual		Total	
	n	%	n	%	n	%
1 autor nacional	22	40,0	9	42,9	31	40,8
2 autores nacionales	19	34,5	4	19,0	23	30,2
3 autores nacionales	7	12,7	2	9,5	9	11,8
Más de 3 autores nacionales	4	7,3	1	4,8	5	6,6
<i>Total nacional</i>	97	94,5	27	76,2	124	89,4
1 autor no nacional	3	5,5	5	23,8	8	10,6
<i>Total no nacional</i>	3	5,5	5	23,8	8	10,6
<i>Total de autores</i>	100	75,8	32	24,2	132	100,0
<i>Total trabajos</i>	55	72,4	21	27,6	76	100,0
<i>Autores por trabajo</i>	1,8	-	1,5	-	1,7	-

Figura 4: Distribución del número de autores de los trabajos según tipo de trabajo



En la tabla 6 se analiza el número de autores por trabajo teniendo en cuenta el enfoque empírico o conceptual del artículo. Se observa que el número medio de autores en los trabajos empíricos supera la media mientras que en los trabajos conceptuales se sitúa por debajo de ella, en concreto, 1,8 y 1,5, respectivamente.

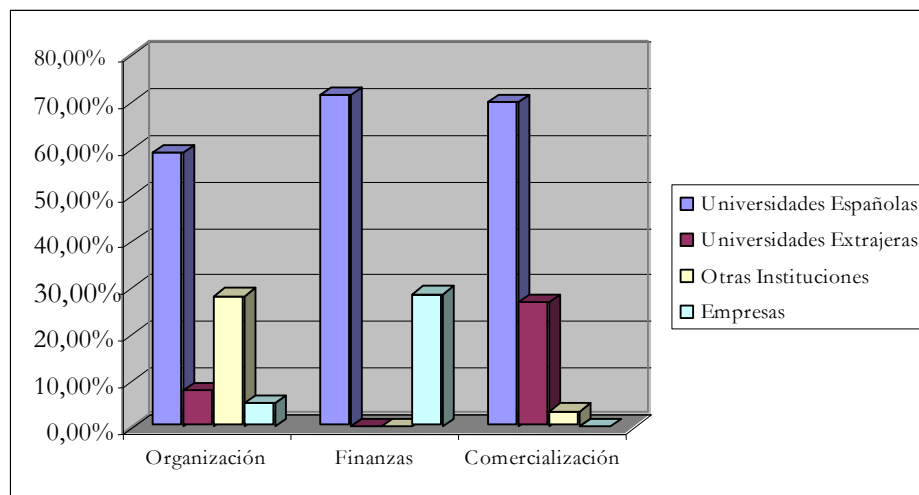
Además, tienen un único firmante el 45,5% de los artículos empíricos frente al 66,7% de los de enfoque conceptual. El restante 54,5% y 33,3% respectivamente han sido realizados en equipo. De los trabajos con enfoque empírico realizados en equipo, predominan los artículos con dos autores (34,5%) seguidos de tres (12,7%) y más de tres autores (7,3%). Respecto a los conceptuales, predominan los artículos con dos autores (19,0%) seguidos de tres (9,5%) y más de tres autores (4,8%). Si analizamos la nacionalidad de los autores según el tipo de

trabajo, observamos que tanto para los trabajos empíricos como conceptuales predominan los autores españoles 94,5% y 76,2%, aunque en el caso de los trabajos conceptuales se identifica una mayor presencia de trabajos de autores no nacionales (23,8%).

Tabla 7: Filiación de los autores según área

FILIACIÓN	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Universidades Españolas	23	59,0	5	71,4	21	70,0	49	64,5
Universidades Extranjeras	3	7,7	0	0,0	8	26,7	11	14,5
<i>Total Universidad</i>	26	66,7	5	71,4	29	96,7	60	79,0
Otras Instituciones	11	28,2	0	0,0	1	3,3	12	15,8
Empresas	2	5,1	2	28,6	0	0,0	4	5,2
<i>Total no Universidad</i>	13	33,3	2	28,6	1	3,3	16	21,0
<i>Total</i>	39	51,3	7	9,2	30	39,5	76	100,0

Figura 5: Distribución de la filiación de los autores de los trabajos según área



En la tabla 7 se muestra la filiación de los autores de los artículos, la inmensa mayoría de autores están vinculados a la universidad (79,0%) y el restante 21,0% son trabajos de autores pertenecientes al ámbito no universitario, otras instituciones (15,8%) y empresas (5,2%). Respecto a los trabajos realizados por autores vinculados a la universidad destacar que la mayoría pertenecen a autores de universidades españolas (81,7%), aunque existen también trabajos realizados por profesores de universidades extranjeras (18,3%).

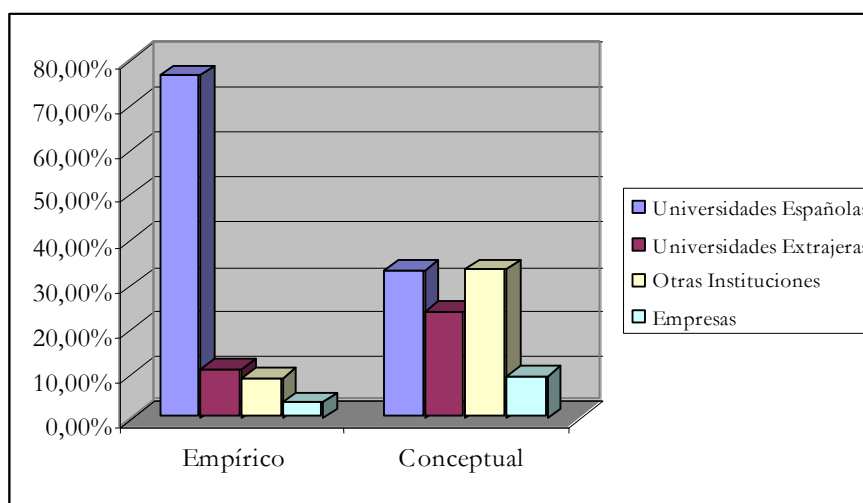
Si analizamos la filiación de los autores según área (figura 5) identificamos que en todas ellas predominan los autores de universidades españolas, sobretodo en Finanzas (71,4%), Comercialización (70,0%) y Organización (59,0%), mientras que la proporción para el resto de categorías varía. En Organización existe mayor presencia de autores vinculados a otras instituciones (28,2%), seguida por autores de otras universidades fuera de España (7,7%) y

en menor medida autores vinculados a empresas (5,1%). En el caso de los trabajos de Finanzas, además de autores de universidades españolas, sólo aparecen trabajos firmados por autores pertenecientes a empresas (28,6%). Sin embargo, en el área de Comercialización destacan, tras los trabajos realizados por autores de universidades españolas, los realizados por profesores de universidades extranjeras (26,7%) y los realizados por autores vinculados a otras instituciones (3,3%).

Tabla 8: Filiación de los autores según tipo de estudio

FILIACIÓN	Empírico		Conceptual		Total	
	n	%	n	%	n	%
Universidades Españolas	42	76,4	7	33,3	49	64,4
Universidades Extranjeras	6	10,9	5	23,8	11	14,5
<i>Total Universidad</i>	48	87,3	12	57,1	60	79,0
Otras Instituciones	5	9,1	7	33,3	12	15,8
Empresas	2	3,6	2	9,5	4	5,3
<i>Total no Universidad</i>	7	12,7	9	42,9	16	21,0
<i>Total</i>	55	72,4	21	27,6	76	100,0

Figura 6: Distribución de la filiación de los autores de los trabajos según tipo de estudio



La filiación de los autores de los artículos también ha sido analizada en relación con el enfoque del artículo. La tabla 8 pone de manifiesto diferencias respecto a la vinculación de los autores y el tipo de trabajo, aunque para ambos tipos de trabajos predominan los autores pertenecientes a la universidad. El 87,3% de los trabajos empíricos y el 57,1% de los conceptuales son realizados por autores vinculados tanto a universidades nacionales como extranjeras. Mientras que el porcentaje de trabajos vinculados a autores de fuera de la universidad es del 12,7% y 42,9%, respectivamente.

Según se observa en la figura 6, existen diferencias entre ambos tipos de trabajo. En los artículos de carácter empírico destaca la presencia

de autores de universidades españolas, mientras que la autoría de los trabajos empíricos por autores de universidades extranjeras, instituciones y empresas son menos abundantes. Sin embargo, en el caso de los trabajos conceptuales existen menos diferencias entre las distintas categorías, igualándose la proporción entre los trabajos vinculados a universidades nacionales y los pertenecientes a instituciones (33,3% cada uno), además de los vinculados a universidades extranjeras (23,8%) y en menor medida a empresas (9,5%).

Tabla 9: Universidad española de procedencia de los trabajos según áreas

UNIVERSIDAD	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Universidad de Alcalá de Henares	0	0	2	40,0	1	4,8	3	6,1
Universidad de Alicante	2	8,7	0	0,0	1	4,8	3	6,1
Universidad de Almería	1	4,3	0	0,0	1	4,8	2	4,1
Universidad Autónoma de Madrid	1	4,3	0	0,0	0	0,0	1	2,0
Universidad de Cantabria	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
Universidad Carlos III de Madrid	1	4,3	0	0,0	0	0,0	1	2,0
Universidad Complutense de Madrid	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
Universidad de Girona	2	8,7	0	0,0	1	4,8	3	6,1
Universidad Illes Balears	0	0,0	0	0,0	2	9,5	2	4,1
Universidad Jaume I	6	26,1	0	0,0	1	4,8	7	14,3
Universidad de La Laguna	1	4,3	1	20,0	2	9,5	4	8,2
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	1	4,3	0	0,0	0	0,0	1	2,0
Universidad de Lleida	1	4,3	0	0,0	0	0,0	1	2,0
Universidad de Málaga	3	13,0	1	20,0	1	4,8	5	10,2
Universidad de Oviedo	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
Universidad Rovira i Virgili	1	4,3	0	0,0	0	0,0	1	2,0
Universidad de Sevilla	1	4,3	1	20,0	0	0,0	2	4,1
Universidad de Valencia	2	8,7	0	0,0	5	23,8	7	14,3
Universidad de Valladolid	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
Universidad Pontificia de Comillas	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
Universidad Nacional de Educación a Distancia	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	2,0
<i>Total</i>	23	46,9	5	10,2	21	42,9	49	100,0

En relación con la universidad española de procedencia de los trabajos hemos identificado un total de 21 universidades que aparecen reflejadas en la tabla 9. La mayoría de los trabajos proceden de universidades públicas (98,0%), encabezando la lista las Universidades Jaume I y Valencia con 7 artículos cada una (14,3%, respectivamente), la Universidad de Málaga con 5 trabajos (10,2%), y la Universidad de Alcalá de Henares, Alicante y Girona con 3 artículos cada una (6,1%, respectivamente).

Respecto a la investigación por áreas de las universidades más productivas en economía de la empresa y turismo (figura 7) destacamos las Universidades Jaume I, Málaga, Alicante y Girona tienen un enfoque más organizativo; las Universidades de Valencia y La Laguna tienden hacia un enfoque más comercial; mientras que la Universidad de Alcalá de Henares se sitúa en el contexto de las finanzas. Además, el resto de universidades se posicionan respecto al área de investigación de la siguiente forma: con enfoque organizativo

destacan las Universidades Autónoma de Madrid, Carlos III de Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, Lleida y Rovira i Virgili; con enfoque comercial hemos identificado las Universidades de Cantabria, Complutense de Madrid, Illes Balears, Oviedo, Valladolid, Pontificia de Comillas y la UNED; mientras que la Universidad de Almería comparte un enfoque organizativo y comercial y la Universidad de Sevilla se posiciona entre los temas de Organización y Finanzas.

Figura 7: Distribución de trabajos publicados según universidad y área

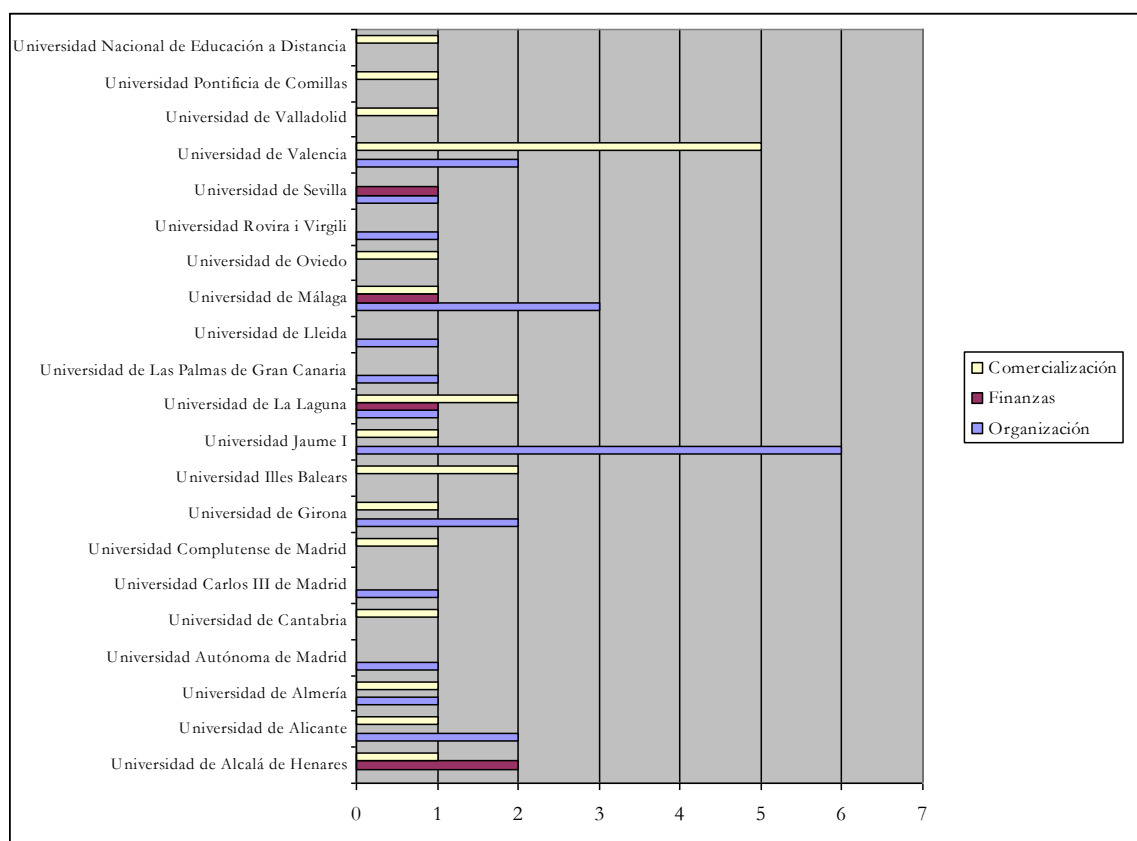


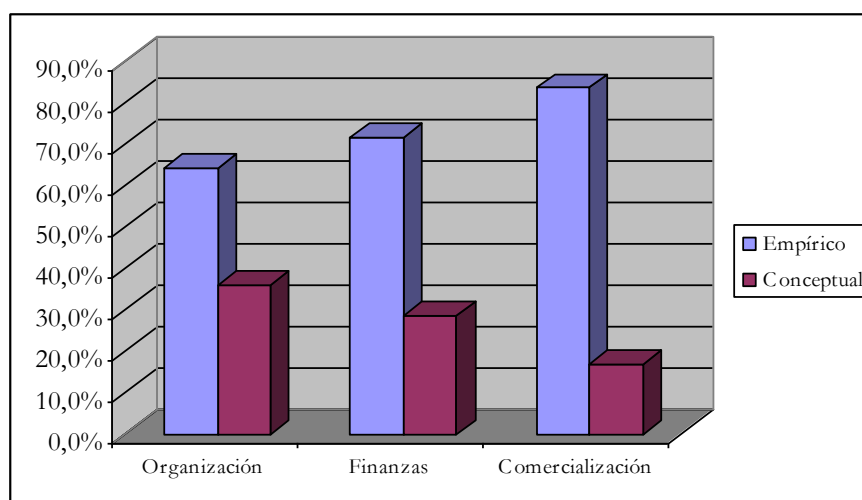
Tabla 10: Tipo de trabajo según áreas

CONCEPTO	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Empírico	25	64,1	5	71,4	25	83,3	55	72,4
Conceptual	14	35,9	2	28,6	5	16,7	21	27,6
<i>Total</i>	<i>39</i>	<i>51,3</i>	<i>7</i>	<i>9,2</i>	<i>30</i>	<i>39,5</i>	<i>76</i>	<i>100,0</i>

3.3. Características de los artículos empíricos

A continuación analizamos las características de los trabajos empíricos de economía de la empresa en función del mercado estudiado, el sector de aplicación, el producto turístico analizado, el ámbito geográfico, las fuentes de datos y el análisis empírico realizado. Además se analizan estas características para cada una de las áreas que componen esta disciplina con el objeto de establecer el perfil de las investigaciones en turismo para cada una de las áreas.

Figura 8: Distribución de los trabajos publicados según tipo de trabajo y área



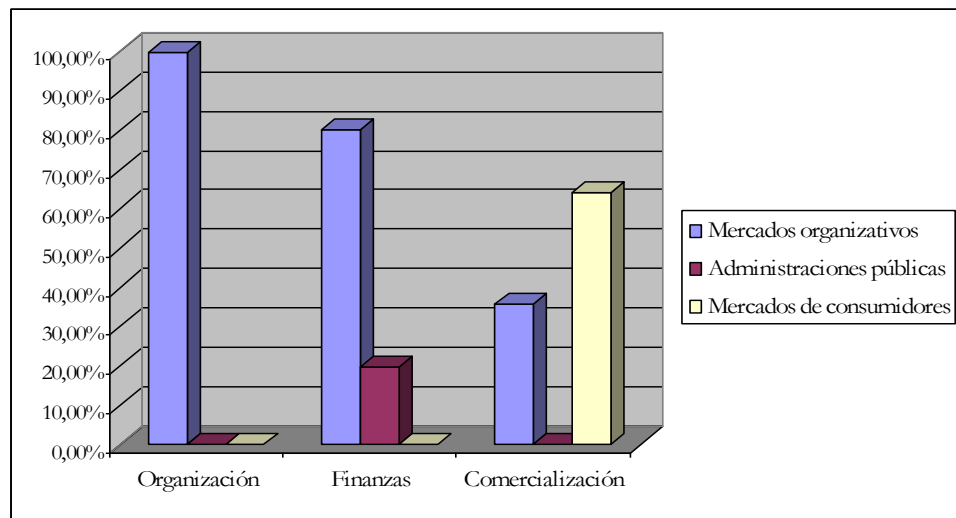
Respecto a la distribución de artículos según enfoque y área, la figura 8 muestra que en todas las áreas predominan los trabajos de tipo empírico, aunque en mayor proporción en el área de Comercialización (83,3%), seguida del área de Finanzas (71,4%) y Organización (64,1%). Mientras que los trabajos conceptuales se reparten de menor a mayor proporción en el siguiente orden: Comercialización (16,7%), Finanzas (28,6%) y Organización (35,9%).

Tabla 11: Características de los trabajos empíricos en Economía de la Empresa según áreas (I)

CONCEPTO	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
MERCADO DE ESTUDIO								
Mercados organizativos	25	100,0	4	80,0	9	36,0	38	69,1
Administraciones públicas	0	0,0	1	20,0	0	0,0	1	1,8
Mercados de consumidores	0	0,0	0	0,0	16	64,0	11	29,1
<i>Total</i>	25	45,5	5	9,0	25	45,5	55	100,0
SECTOR DE APLICACIÓN								
Empresas en general	9	36,0	1	25,0	5	55,6	15	39,5
Empresas de alojamiento	11	44,0	1	25,0	2	22,2	14	36,8
Empresas de intermediación	2	8,0	0	0,0	2	22,2	4	10,5
Empresas de restauración	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Empresas de transportes	0	0,0	2	50,0	0	0,0	2	5,3
Otros	3	12,0	0	0,0	0	0,0	3	7,9
<i>Total</i>	25	65,8	4	10,5	9	23,7	38	100,0
PRODUCTO TURÍSTICO								
Turismo de sol y playa	4	16,0	0	0,0	5	20,0	9	16,4
Turismo de deportes y naturaleza	1	4,0	0	0,0	1	4,0	2	3,6
Turismo cultural, de ciudad y circuitos	0	0,0	0	0,0	4	16,0	4	7,3
Turismo de negocios y congresos	0	0,0	0	0,0	1	4,0	1	1,8
Turismo global	20	80,0	5	100,0	14	56,0	39	70,9
Otros	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
<i>Total</i>	25	45,5	5	9,0	24	45,5	55	100,0

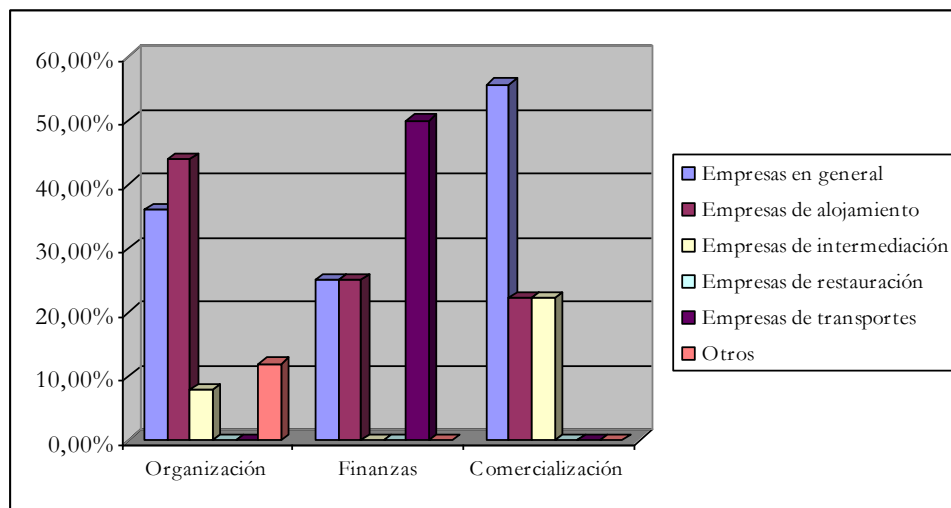
En primer lugar, cada trabajo de economía de la empresa ha sido clasificado en función de su enfoque empírico o conceptual. Como se observa en la tabla 10 la mayoría de los trabajos son empíricos (72,4%) frente a los conceptuales (27,6%).

Figura 9: Distribución de los trabajos publicados según mercado de estudio y área



En segundo lugar, se analiza la metodología de las investigaciones empíricas mediante distintas características de los trabajos. De los 76 artículos clasificados como de Economía de la Empresa, 55 son empíricos (72,4%), y sobre éstos nos centramos seguidamente.

Figura 10: Distribución de los trabajos publicados según sector de aplicación y área



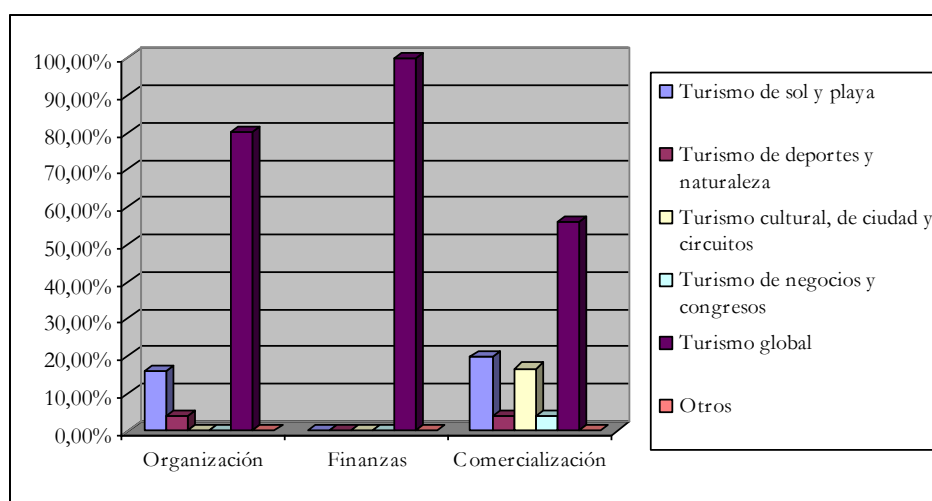
La primera característica analizada es el mercado de análisis del estudio (tabla 11). La totalidad de trabajos empíricos han tenido como escenario los tres tipos de mercados aunque no en la misma proporción. Se observa que los artículos están centrados principalmente en estudiar los mercados organizativos (69,1%) y los

mercados de consumidores (29,1%), mientras que sólo el 1,8% de los trabajos analizan las administraciones públicas.

En análisis del mercado objeto de estudio en los trabajos según áreas (figura 9), permite identificar ciertas diferencias entre ellas. En los trabajos del área de Organización el único mercado que se analiza son los mercados organizativos, mientras que el área de Finanzas aunque también predominan los trabajos centrados en los mercados organizativos (80,0%) aparecen trabajos centrados en las administraciones públicas (20,0%). Los trabajos del área de Comercialización tienen como escenario únicamente los mercados de consumidores (64,0%) y los mercados organizativos (36,0%).

La segunda variable analizada es el sector de aplicación del estudio para aquellos trabajos que se han centrado en los mercados organizativos. La tabla 11 refleja que la mayoría se centran en el estudio del sector en general (39,5%) y las empresas de alojamiento (36,8%), mientras que en menor medida se han analizado las empresas de intermediación (10,5%), otro tipo de empresas (7,9%) y las empresas de transportes (5,3%), mientras que no han sido objeto de estudio las empresas de restauración.

Figura 11: Distribución de los trabajos publicados según producto analizado y área



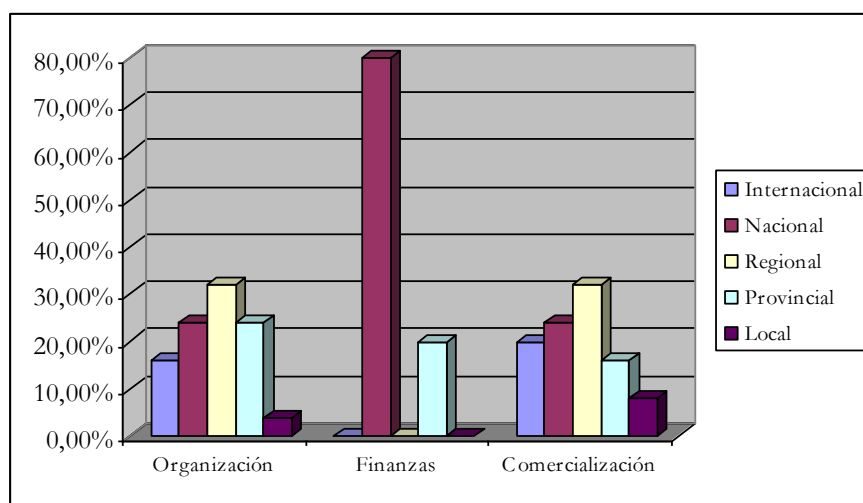
En relación con el tipo de producto turístico que se analiza en los trabajos teniendo en cuenta el área (figura 11) comprobamos que en todas predomina los artículos enfocados al producto turístico global. Aunque se observa que en el área de Organización aparecen también trabajos enfocados al turismo de sol y playa (16,0%) y el turismo de deportes y naturaleza (4,0%). En el área de Comercialización aparecen trabajos centrados en el turismo de sol y playa (16,4%), turismo cultural, de ciudad y circuitos (17,3%), y en menor medida se analiza el turismo de deportes y naturaleza (3,8%) y el de negocios y congresos (1,8%). En Finanzas los trabajos analizados no se centran en el estudio de productos turísticos concretos.

La cuarta característica analizada es el ámbito geográfico en que se desarrollan las investigaciones empíricas. En la tabla 12 se observa como existen dos ámbitos principales de estudio, el nacional y el regional (29,1%, respectivamente), seguidos por el provincial (20,0%), el nacional (16,4%) y el local (5,4%).

Tabla 12: Características de los trabajos Empíricos en Economía de la empresa según áreas (II)

CONCEPTO	Organización de Empresas		Finanzas		Comercialización		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
ÁMBITO GEOGRÁFICO								
Internacional	4	16,0	0	0,0	5	20,0	9	16,4
Nacional	6	24,0	4	80,0	6	24,0	16	29,1
Regional	8	32,0	0	0,0	8	32,0	16	29,1
Provincial	6	24,0	1	20,0	4	16,0	11	20,0
Local	1	4,0	0	0,0	2	8,0	3	5,4
FUENTE DE DATOS								
Primarias	18	72,0	0	0,0	16	64,0	34	61,8
Secundarias	6	24,0	5	100,0	8	32,0	19	34,6
Mixtas	1	4,0	0	0,0	1	4,0	2	3,6
ANÁLISIS EMPÍRICO								
Descriptivo	17	68,0	5	100,0	10	40,0	32	58,2
Explicativo	3	12,0	0	0,0	10	40,0	13	23,6
Cualitativo	5	20,0	0	0,0	5	20,0	10	18,2
<i>Total</i>	<i>25</i>	<i>45,5</i>	<i>5</i>	<i>9,0</i>	<i>25</i>	<i>45,5</i>	<i>55</i>	<i>100,0</i>

Figura 12: Distribución de los trabajos empíricos según ámbito geográfico y área

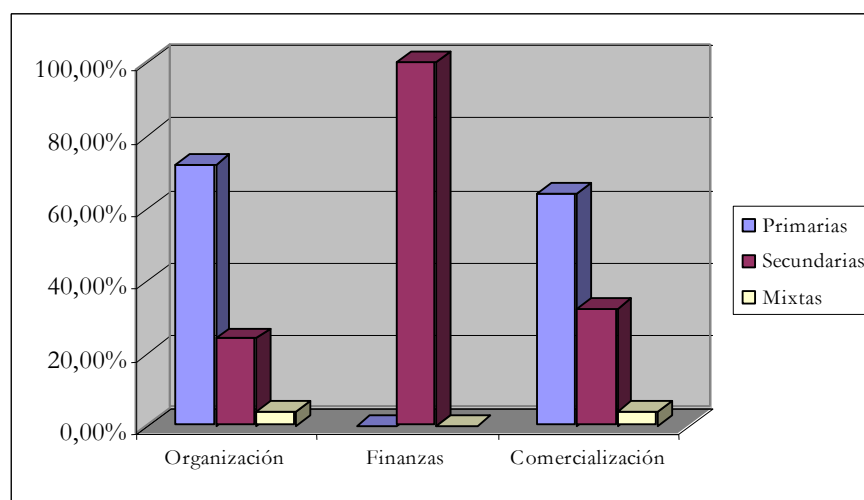


Si analizamos el ámbito geográfico de los trabajos según las distintas áreas se comprueba que existen algunas diferencias de ámbito entre ellas (figura 12). En el área de Organización son más numerosos los artículos de ámbito regional (32,0%), seguidos por los de enfoque nacional y provincial (24,0% cada uno), internacional (16,0%) y en menor medida los de ámbito local (4,0%). En Finanzas predominan los artículos de ámbito nacional (80,0%) y provincial (20,0%), mientras que en Comercialización el ámbito más analizado es el regional (32,0%), seguido del nacional (24,0%) e internacional (20,0%), y de forma más escasa el provincial (16,0%) y local (8,0%).

La quinta variable analizada son las fuentes de información utilizadas para realizar el análisis empírico. La tabla 12 muestra como de forma global es bastante más frecuente la utilización de fuentes de información primarias (61,8%) que secundarias (34,6%), aunque también aparecen trabajos que utilizan simultáneamente ambas fuentes de información (3,6%).

La figura 13 muestra diferencias significativas respecto al tipo de fuente de datos utilizada y el área del trabajo. Tanto en el área de Organización como de Comercialización predominan los trabajos que utilizan fuentes de datos primarias (72,0% y 64,0%, respectivamente), seguidas por las secundarias (24,0% y 32,0%, respectivamente), y en menor proporción las fuentes de datos mixtas (alrededor del 4%). Mientras en el área de Finanzas los trabajos utilizan tan sólo fuentes de información secundarias.

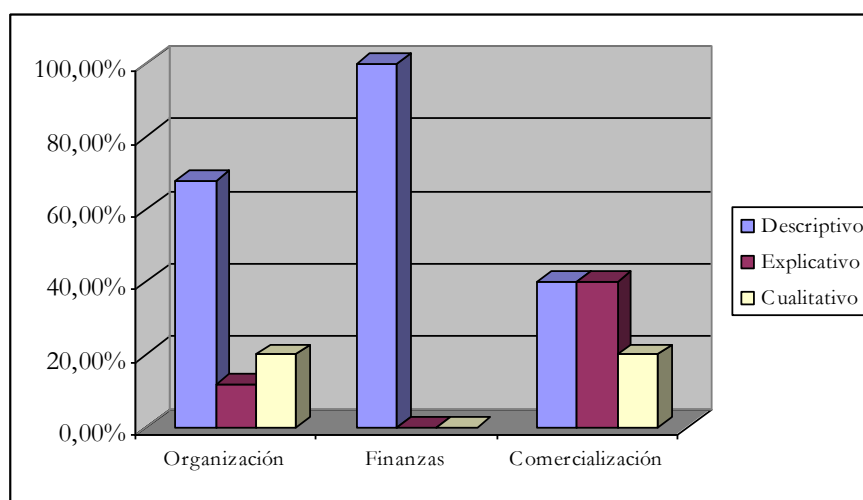
Figura 13: Distribución de los trabajos empíricos según fuentes de datos y área



Finalmente, se ha analizado el enfoque empírico desarrollado en los trabajos y como muestra la tabla 12 son más numerosos los trabajos que realizan un análisis descriptivo (58,2%), seguidos de los que aplican distintas técnicas explicativas (23,6%) y aquellos que realizan un análisis de tipo cualitativo (18,2%).

Respecto al tipo de análisis por área, la figura 14 pone de manifiesto diferencias entre ellas, aunque los trabajos son principalmente descriptivos en todas las áreas. En Organización destacan por encima de los demás los trabajos de tipo descriptivo (68,0%) frente a los cualitativos (20,0%) y explicativos (12,0%). En Finanzas todos los trabajos publicados utilizan tan sólo el análisis descriptivo, mientras que en el área de Comercialización existen menos diferencias proporcionales entre los distintos tipos de análisis, existiendo la misma proporción de artículos descriptivos y explicativos (40,0% cada uno), y en menor proporción los cualitativos (20,0%).

Figura 14: Distribución de los trabajos empíricos según tipo de análisis y área



4. Análisis de Perfiles por Revistas y Áreas de Conocimiento

El análisis de los resultados se completa con la elaboración de perfiles específicos tanto para cada revista como para cada área de conocimiento. Los perfiles por revista pretenden establecer una idea aproximada de la orientación de cada publicación, en relación con el tipo de artículos incluidos sobre economía de la empresa, a partir de una serie de indicadores elaborados para las distintas variables analizadas en el presente estudio (tabla 13). Estos perfiles no implican ningún tipo de valoración acerca de la revista, ya que cada una de ellas define su propia línea editorial en cuanto al tipo de trabajos aceptados y el público objetivo al que se dirigen. Solamente, reflejan la realidad observada en los últimos años, y consideramos que pueden ser útiles para los autores que escriben y publican sobre temas de turismo.

En relación a los perfiles por áreas de conocimiento, los datos presentados han sido expuestos en las figuras anteriores. Sin embargo, consideramos útil mostrar de una forma más explícita y sintética los resultados, ya que nos permite tener una visión global de cada área y observar las diferencias existentes entre los distintos tipos de trabajos publicados de acuerdo con el conjunto de las variables analizadas en el presente estudio y a partir de indicadores similares a los elaborados para el perfil de las revistas (tabla 14).

Tabla 13: Perfil de las revistas de turismo

ASPECTO		Papers de Turisme					Estudios Turísticos						
Empresa (%)		78,4					51,0						
Porcentaje sobre artículos de Economía de la Empresa													
Área	Organización	62,1					44,7						
	Finanzas	3,5					12,8						
	Comercialización	34,4					42,5						
Empíricos		60,4					47,3						
Nº medio de autores		1,8					1,5						
Filiación (1)		81,1					55,8						
Porcentaje sobre artículos empíricos de Economía de la Empresa													
Mercado de estudio (2)		59,4 O		3,1 A		37,5 C		77,0 O		0,0 A		23,0 C	
Sector de aplicación (3)		52,6 G	31,6 A	5,3 I	0,0 R	0,0 T	10,5 O	57,4 G	23,4 A	8,5 I	0,0 R	4,3 T	6,4 O
Producto turístico (4)		25,0 S	3,1 D	3,1 C	0,0 N	65,6 G	3,1 O	14,8 S	8,2 D	14,8 C	1,6 N	59,6 G	1,6 O
Ámbito geográfico (5)		18,8 I	18,8 N	40,5 R	18,8 P	3,1 L	8,2 I	49,2 N	14,7 R	16,4 P	11,5 L		
Fuente de información (6)		40,6 P		56,3 S		3,1 M		37,7 P		59,0 S		3,3 M	
Análisis empírico (7)		46,9 D		21,9 E		31,2 C		68,9 D		16,4 E		14,7 C	
Notas:													
(1) Porcentaje de trabajos procedentes del ámbito exclusivamente universitario.													
(2) O= Mercados organizativos; A= Administraciones públicas; C= Mercados de consumidores.													
(3) G= Empresas en general; A= Empresas de alojamiento; I= Empresas de intermediación; T= Empresas de transportes; R= Empresas de restauración; O= Otras empresas.													
(4) S= Turismo de sol y playa; D= Turismo de deportes y naturaleza; C= Turismo cultural, de ciudad y circuitos, N= Turismo de negocios y convenciones; G= Turismo global; O= Otros tipos de turismo.													
(5) I= Internacional; N= Nacional; R= Regional; P= Provincial; L= Local.													
(6) P= Primarias; S= Secundarias; M= Mixtas.													
(7) D= Descriptivo; E= Explicativo; C= Cualitativo.													

Tabla 14: Perfil de las áreas de conocimiento en Economía de la Empresa

ASPECTO	Organización						Finanzas						Comercialización					
Porcentaje total de artículos																		
Empíricos	64,1						71,4						83,3					
Nº medio de autores	1,8						1,5						1,7					
Filiación (1)	66,7						71,4						96,7					
Porcentaje sobre artículos empíricos																		
Mercado de estudio (2)	100,0 O		0,0 A		0,0 C		80,0 O		20,0 A		0,0 C		36,0 O		0,0 A		64,0 C	
Sector de aplicación (3)	36,0 G	44,0 A	8,0 I	0,0 T	0,0 R	12,0 O	25,0 G	25,0 A	0,0 I	50,0 T	0,0 R	0,0 O	55,6 G	22,2 A	22,2 I	0,0 T	0,0 R	0,0 O
Producto turístico (4)	16,0 S	4,0 D	0,0 C	0,0 N	80,0 G	0,0 O	0,0 S	0,0 D	0,0 C	0,0 N	100,0 G	0,0 O	20,0 S	4,0 D	16,0 C	0,0 N	56,0 G	0,0 O
Ámbito geográfico (5)	16,0 I	24,0 N	32,0 R	24,0 P	4,0 L	0,0 I	80,0 N	0,0 R	20,0 P	0,0 L	20,0 I	24,0 N	32,0 R	16,0 P	8,0 L			
Fuente de información (6)	72,0 P		24,0 S		4,0 M		0,0 P		100,0 S		0,0 M		64,0 P		32,0 S		4,0 M	
Análisis empírico (7)	68,0 D		12,0 E		20,0 C		100,0 D		0,0 E		0,0 C		40,0 D		40,0 E		20,0 C	
Notas:																		
(1) Porcentaje de trabajos procedentes del ámbito exclusivamente universitario.																		
(2) O= Mercados organizativos; A= Administraciones públicas; C= Mercados de consumidores.																		
(3) G= Empresas en general; A= Empresas de alojamiento; I= Empresas de intermediación; T= Empresas de transportes; R= Empresas de restauración; O= Otras empresas.																		
(4) S= Turismo de sol y playa; D= Turismo de deportes y naturaleza; C= Turismo cultural, de ciudad y circuitos, N= Turismo de negocios y convenciones; G= Turismo global; O= Otros tipos de turismo.																		
(5) I= Internacional; N= Nacional; R= Regional; P= Provincial; L= Local.																		
(6) P= Primarias; S= Secundarias; M= Mixtas.																		
(7) D= Descriptivo; E= Explicativo; C= Cualitativo.																		

Como se observa en la tabla 13, las dos revistas analizadas presentan diferencias respecto a los distintos aspectos analizados. La revista *Papers de Turisme* tiene una mayor orientación a los temas empresariales y dentro de éstos a los relacionados con la organización. Se caracteriza por ser una revista con un mayor enfoque empírico, cuyos trabajos están firmados mayoritariamente por personas vinculadas a la universidad, y con una mayor participación de autores por trabajo. En relación con las características de los trabajos empíricos destaca una menor orientación hacia las organizaciones como mercado de estudio, así como una mayor disposición hacia trabajos sobre sectores concretos, productos turísticos indefinidos y de ámbito de estudio regional. Por otro lado, respecto a las fuentes de información predominan las secundarias aunque es la revista que tiene una mayor proporción de trabajos con datos primarios, y recoge principalmente trabajos descriptivos, sin embargo tiene una mayor orientación hacia trabajos cualitativos y explicativos.

La revista *Estudios Turísticos* tiene una menor orientación a los temas empresariales, aunque más de la mitad de sus artículos son de empresa, predominando en la misma proporción el interés por los relacionados con la organización y la comercialización. Se caracterizan por ser una revista con un mayor enfoque conceptual, con menor número de autores por trabajo, los cuales están firmados principalmente por personas vinculadas a la universidad pero donde se recogen en mayor medida trabajos de autores con otras vinculaciones. Respecto a las características de los trabajos empíricos destacar una mayor tendencia hacia los mercados organizativos, hacia el análisis del turismo sin concretar sectores específicos de aplicación, productos turísticos concretos y con un ámbito de estudio nacional. Por último, ésta revista tiene una mayor proporción de artículos con fuentes de información secundarias y con una mayor orientación hacia trabajos de tipo descriptivo.

En la tabla 14 se reflejan los perfiles globales para cada una de las áreas que componen la economía de la empresa. El análisis de la investigación recogida en el área de *Organización de Empresas* muestra que es el área que tiene un enfoque más conceptual, con una mayor participación de autores por trabajo, los cuáles están firmados mayoritariamente por personas vinculadas a la universidad, siendo la que recoge mayor número de artículos vinculados a autores ajenos a la universidad. En relación con las características de los trabajos empíricos, podemos destacar que presenta una mayor orientación hacia las organizaciones como mercado de estudio, que tiene como principal sector de aplicación las empresas de alojamiento, los productos turísticos indefinidos y cuyo ámbito geográfico de estudio predominante es el regional. Por otro lado, respecto a las fuentes de información es la que recoge mayor cantidad de trabajos que utilizan fuentes de información primarias, y donde predominan principalmente trabajos de tipo descriptivo.

Los trabajos del área de *Comercialización* son los que presentan un mayor enfoque empírico, con un número de autores por trabajo

situado en la media, y cuyos trabajos están firmados en mayor proporción por personas vinculadas a la universidad. Respecto a las características de los trabajos empíricos hay que destacar que presentan una mayor orientación hacia los mercados de consumidores, al análisis del turismo sin concretar ámbitos o productos específicos de aplicación aunque con un mayor interés hacia el estudio de productos turísticos concretos. Por otro lado, el ámbito de estudio que predomina es el regional pero con una mayor proyección internacional, además se utilizan principalmente fuentes de información primarias, por detrás del área de Organización, y es el área con una mayor contenido de trabajos de tipo explicativo, aunque los más abundantes son los descriptivos.

Por último, los trabajos del área de *Finanzas* se encuentran en una situación intermedia respecto a las variables tipo de estudio y vinculación de los autores a la universidad. En relación con el resto de variables destacar, que presentan un menor número de autores por trabajo y que aunque estudian en general el mercado organizativo son los únicos que recogen estudios enfocados hacia el sector público, además el sector principal de análisis son las empresas relacionados con el transporte. Por otro lado, sólo se analiza el turismo desde una perspectiva de producto global, con predominio de los trabajos de ámbito nacional y en los cuáles solamente se utilizan fuentes de datos secundarias y se realizan análisis de tipo descriptivo.

5. Conclusiones

Desde la introducción de los estudios de turismo en la Universidad española se ha producido un incremento del número de investigaciones centradas en este sector, que muestran un creciente interés desde los investigadores y que está permitiendo conocer mejor su gestión. Puede decirse que la investigación en turismo y economía de la empresa se encuentra en una fase de expansión ya que cada vez son más frecuentes y numerosos los trabajos que se pueden encontrar en revistas y congresos no específicos que tienen al turismo como sector de estudio. Por todo ello, se puede establecer “un antes” y “un después” en la investigación en turismo desde su incorporación al ámbito universitario.

El análisis de los datos sobre la procedencia de los artículos revela una menor proporción de trabajos en equipo frente a los de autoría única. Esto puede ser un indicio de la falta de consolidación de equipos de investigación en este campo. Asimismo, se observa que los trabajos empíricos presentan un mayor índice de colaboración entre autores. Además, destaca la mayoritaria procedencia de autores del ámbito académico y la escasa presencia de autores del entorno empresarial e institucional. Por otro lado, se observa que los trabajos de autores universitarios son principalmente empíricos mientras que los autores de otras instituciones o empresas son fundamentalmente normativos. También se detecta cierta presencia de autores extranjeros que indica una internacionalización de las revistas de turismo incluso superior al

de otras revistas de economía de la empresa. En definitiva, existe una cierta tendencia hacia más trabajos empíricos y con un mayor número medio de autores por trabajo, lo cual pondría de manifiesto el surgimiento de líneas de estudio centradas en el ámbito turístico en los últimos años.

Aunque los trabajos empíricos tienen un mayor peso respecto a los de tipo conceptual, se identifica una escasa sofisticación metodológica debido a la preponderancia de estudios descriptivos. De alguna manera, esto refleja el estado actual de la investigación en turismo al ser un sector de estudio relativamente reciente para la economía de la empresa. A pesar de ello, se percibe un incremento en la complejidad de las técnicas utilizadas en los trabajos más actuales.

Respecto a las características de los trabajos con enfoque empírico, existe, en general un interés principal por el análisis del mercado organizativo en su conjunto, con escasos trabajos que analizan sectores turísticos concretos o problemáticas relacionadas con productos turísticos específicos. Aunque el turismo es una industria globalizada, los trabajos recogidos en estas revistas analizan los fenómenos en un ámbito, fundamentalmente, nacional y regional. Respecto a las fuentes de información utilizadas existe un claro predominio de las fuentes primarias respecto a las secundarias, utilizándose el cuestionario como método más habitual de recogida de la información. En relación con las técnicas de tratamiento de la información cabe destacar la escasa sofisticación de las técnicas empleadas debido a la mayor utilización de herramientas descriptivas sobre el resto de instrumentos.

Desagregando los datos por revistas y áreas de conocimiento, se han obtenido diferencias importantes en los resultados, tanto por revistas como por áreas de conocimiento en economía de la empresa. Mientras que las diferencias por revista pueden explicarse por el perfil definido por los editores de cada publicación, las diferencias por áreas de conocimiento pueden deberse a que, los contenidos y problemas de la investigación en cada área son distintos y por tanto las características de los artículos pueden ser diferentes entre sí.

Respecto al perfil de las revistas, se observa una mayor orientación empresarial, empírica y académica en *Papers de Turisme* con trabajos principalmente organizativos, de ámbito regional y de carácter descriptivo. La revista *Estudios Turísticos* posee un enfoque menos centrado en la empresa, con mayor presencia de trabajos de autores no vinculados a la universidad y con un carácter más conceptual. En conjunto, son trabajos también de carácter organizativo y descriptivo pero con un ámbito de estudio más amplio.

En cuanto a los perfiles por áreas, los trabajos del área de *Organización* presentan un enfoque más conceptual, en equipo y mayor presencia de autores externos a la universidad que en el resto de áreas. Los trabajos empíricos se centran en los mercados organizativos, principalmente empresas de alojamiento, con un ámbito de estudio

regional, los datos utilizados son fuentes de información primarias y se realizan fundamentalmente análisis descriptivos. Los estudios del área de *Finanzas* se caracterizan por ser mayoritariamente empíricos y con una menor participación de autores por trabajo. Respecto a los trabajos empíricos, principalmente analizan mercados organizativos destacando las empresas de transporte, siendo el área donde los trabajos tienen un mayor ámbito geográfico y predominan las fuentes de datos secundarias dando lugar a trabajos de carácter descriptivo. El área de *Comercialización* presenta el enfoque más empírico de las tres áreas analizadas además de la mayor proporción de trabajos procedentes del ámbito universitario. Los trabajos empíricos se centran en el estudio del mercado de consumidores, generalmente en el ámbito regional, con datos primarios y utilizando técnicas descriptivas y explicativas. Se puede decir que la investigación en turismo y economía de la empresa se realiza, principalmente, desde las áreas de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados. Por tanto, se detecta cierto desinterés por parte del área Economía Financiera y Contabilidad y, por tanto, se hace necesario realizar más investigaciones centradas en aspectos financieros y contables del turismo. Por otro lado, el área de Comercialización e Investigación de Mercados es la que presenta un carácter empírico más intenso y una mayor sofisticación metodológica, mientras que el área de Organización de Empresas se encuentra en una situación intermedia.

Para finalizar este trabajo señalamos algunas de las limitaciones existentes que han de servir como líneas de continuación y ampliación del mismo. En primer lugar, sólo se ha realizado una revisión de las investigaciones en turismo publicadas en las dos revistas especializadas en la materia, sin embargo nos consta la existencia de trabajos publicados en revistas no especializadas que tienen como sector de aplicación el turismo pero que no es el turismo el objetivo de la investigación. En segundo lugar, sería interesante relacionar distintos aspectos metodológicos de cada trabajo con las distintas características analizadas (por ejemplo, tipo de trabajo con la temática, evolución de los temas analizados, características principales de los trabajos según temas, entre otros) y establecer si los diferentes temas analizados requieren metodologías específicas. Finalmente, sería interesante observar el estado de la evolución de la investigación sobre Turismo y Economía de la Empresa, y el perfil general de las publicaciones en comparación con otros países.

6. Conclusiones

Aguiló, E. y Vich i Mantorell, G.A. (1996) “La Investigación en el Ámbito de la Política Turística”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 23-35.

Antón i Llavé, S.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. y Vera Rebollo, F. (1996) “La Investigación Turística en España”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 165-207.

Bigné Alcañiz, E. (1996) “Turismo y Marketing en España. Análisis del Estado de la Cuestión y Perspectivas de Futuro”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 105-128.

Bote Gómez, V. (1996) “La Investigación en España sobre el Turismo y Desarrollo Económico”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 9-21.

Bueno Campos, E. (1996) “La Investigación sobre las Empresas Turísticas en España: el Estado del Arte”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 61-80.

Camisón Zornoza, C. y Monfort Mir, V. (1996) “La Calidad en el Turismo Español: Balance y Prospectiva de la Investigación”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 129-163.

Camisón Zornoza, C.; Bou, J.C.; Roca, V. y Montesinos, C. (1997) “Enlace de la Investigación en Turismo y Gestión de la Calidad: Balance de una Década”, PAPERS DE TURISME, nº 20, pp. 18-38.

Esteban Talaya, A. (2000) “La Investigación Turística en la Universidad Española”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 144-145, pp. 155-180.

Esteban Talaya, A. y Reinares Lara, E. (1996) “La Investigación de la Demanda Turística en España: Recopilación y Análisis”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 129, pp. 81-103.

Figüerola Palomo, M. (2000) “Los Trabajos de Investigación de la Economía del Turismo en el Instituto de Estudios Turísticos”, ESTUDIOS TURÍSTICOS, nº 144-145, pp.17-45.

Guerras Martín, L.J.; Ruiz Cabestre, F.J. y Ruiz Vega, A.V. (1999) “El Estado Actual de la Investigación Empírica sobre Economía de la Empresa: Análisis de las Publicaciones Españolas”, PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA, nº 78-79, pp. 302-316.