



## Reseña Bibliográfica

### Practical Tourism Research. 2nd Edition

Stephen L.J. Smith

Cabi Tourism Texts; Wallingford, Oxfordshire; Boston, MA

2017. ISBN: 9781780648873. 268 páginas

Beatriz Benítez-Aurioles  
University College London  
[bbaurioles@gmail.com](mailto:bbaurioles@gmail.com)

Las numerosas revistas académicas que, desde distintos enfoques, están dedicadas al turismo son una muestra de la existencia de un grupo muy amplio de investigadores que utilizan métodos rigurosos de análisis para dar consistencia a sus aportaciones. Paralelamente, la relevancia que ha adquirido el turismo ha impulsado la necesidad, fuera del ámbito académico, de responder a preguntas que exigen investigación. Es decir, la investigación turística ha superado el ámbito universitario para encontrar aplicaciones, tanto en el sector público como en el privado. En este marco, la investigación se orienta hacia fines prácticos inmediatos. Es aquí donde resultaría, en principio, pertinente la lectura del libro objeto de esta reseña. Tal como se recoge en el prefacio, la obra trata de ayudar a los que buscan respuestas para la planificación, la política, el marketing o la gestión turística. Su lectura no aporta mucho a los que realizan investigación teórica o a los que emplean la estadística y la econometría para ampliar el conocimiento sobre el turismo. De hecho, el libro solo contiene una referencia superficial a los métodos de predicción y realiza una exposición que evita cualquier formalización. Su vocación es práctica y, en este sentido, su título es un reflejo de su contenido.

No obstante, se trata, en realidad, de una obra pensada para la docencia y, concretamente, para los estudiantes de turismo. Su autor, Stephen L.J. Smith, profesor en la *School of Hospitality, Food, and Tourism Management*, de la Universidad de Guelph (Canadá), posee numerosas publicaciones relevantes entre las que se encuentra un conocido manual sobre análisis turístico que ha recibido más de un millar de citas de acuerdo con *google scholar*. La obra objeto de esta reseña, en cambio, está diseñada con claros propósitos docentes. La estructura de cada capítulo es similar. Después de dos breves epígrafes titulados “Objetivos de aprendizaje” y “Por qué esto es importante”, se pasa a la exposición del tema. Los últimos apartados de cada capítulo se dedican a las conclusiones, a la recopilación de una serie de links sobre la materia que se ha tratado, y a sugerir algunos ejercicios. Todos los capítulos se rematan con las referencias bibliográficas. También se incluyen recuadros para ampliar o ilustrar determinados asuntos. Y, al igual que ocurre con los manuales universitarios más populares, se proporcionan

recursos suplementarios en una página web ([www.cabi.org/openresources/48873](http://www.cabi.org/openresources/48873)) en la que, por cierto, puede visionarse un video protagonizado por el propio autor.

El primer capítulo se dedica a la naturaleza de la investigación turística. Es el más “teórico” de todos ya que aborda asuntos tales como la definición de turismo, las distintas perspectivas desde las cuales se puede investigar y a determinados aspectos relacionados con la metodología científica. Algún lector avezado en estos asuntos, quizás, lo encuentre superficial; no obstante, los que esperan una introducción simple y clara al marco teórico en el que se desenvuelve la investigación turística verán colmadas sus expectativas.

En el capítulo segundo se trata, desde una perspectiva, eminentemente, práctica, el diseño de un proyecto de investigación. Su lectura es recomendable no sólo para aquellos estudiantes que se propongan la realización de un trabajo fin de grado, sino que, incluso, muchos estudiantes de postgrado tendrán una referencia ordenada de los requisitos previos para realizar una buena tesis de máster o de doctorado en turismo. En primer término, se proporcionan pistas para formular de manera concreta las preguntas que se quieren responder a través de la investigación, y para asegurarse que pueden alcanzarse los objetivos propuestos. Su orientación práctica se aprecia cuando se incluye, por ejemplo, un recuadro sobre la utilidad que puede tener las búsquedas a través de las distintas herramientas que proporciona google (*scholar, translate, maps, earth*), y epígrafes sobre la recopilación de datos o sobre el necesario repaso de la literatura existente sobre el tema objeto de la investigación. Resulta destacable, asimismo, que se dedique un apartado a la ética en la investigación ya que es un tema relativamente nuevo en el ámbito turístico y puede variar en función de las escuelas de pensamiento. En este sentido, es significativo que el autor afirme que, como toda investigación en ciencia social, la turística se basa en la preocupación por el bienestar humano y por el respecto a sus derechos individuales.

Desde el capítulo 3 al capítulo 5 se explica todo el proceso de obtención de datos a partir de fuentes estadísticas primarias que, en el caso del turismo, tienen una particular relevancia. El capítulo 3 se dedica al diseño de los cuestionarios y a su distribución. Se aprecia un esfuerzo por mantener la obra al día al ignorar los procesos de encuestación telefónica que, según el autor, han desaparecido virtualmente, y dedicar más atención a los que toman como base internet (ventanas emergentes en páginas webs, listas de distribución, paneles de encuestados reclutados a través de internet). En cuanto a la selección de la muestra, tratada en el capítulo 4, además de una descripción de los distintos tipos de muestreo, aleatorio y no aleatorio, se proporcionan algunos consejos sobre el tamaño de la muestra. Dado su propósito eminentemente práctico, se elude cualquier alusión a los test estadísticos. Simplemente, se incluyen algunas tablas con el tamaño de la población necesario para alcanzar los niveles de confianza estadística deseada. Por su parte, en el capítulo 5 se detalla el proceso de entrevistas, tanto individuales como grupales, y se sugieren algunos ejemplos para la realización de entrevistas en profundidad y para la codificación de los resultados cualitativos.

Los capítulos siguientes se centran en aspectos que han cobrado un mayor protagonismo en la investigación turística. Así, en la primera parte del capítulo 6 se explican y valoran determinados índices. En particular, se trata el coeficiente de localización, ampliamente utilizado en economía regional y en análisis geográfico; también incorpora un recuadro de texto sobre los Sistemas de Información Geográfica (SIG), que están demostrando su utilidad para

agregar la dimensión espacial en los análisis turísticos. También se dedica un apartado al índice de Gini y a la curva de Lorenz como instrumentos para medir el grado de concentración de determinadas variables relacionadas con el turismo. La segunda parte del capítulo se orienta hacia determinadas escalas cualitativas que, aunque no son exclusivas del análisis turístico, son particularmente adecuadas para el tratamiento de la información relacionada con el turismo, al igual que ocurre con los índices que se acaban de mencionar. Concretamente, se hace referencia a la escala de diferencial semántico y a la escala de Likert. El capítulo termina con un tratamiento del análisis importancia-valoración que, como en el caso de los índices y escalas, contiene apartados para responder a tres preguntas: ¿qué es?, ¿cómo se utiliza?, ¿qué más necesito saber?

El capítulo 7 se orienta al estudio de casos, explicando su importancia y sus diferencias con otras estrategias de investigación en turismo, proponiendo una serie de criterios para su clasificación, describiendo los métodos más usuales que emplea para la recogida de información, y discutiendo sus principales limitaciones.

El análisis de contenido, definido como una forma “discreta” de examinar lo que se dice y cómo se dice en una determinada comunicación, ya sea impresa o gráfica, se estudia en el capítulo 8. A partir de ahí, se examinan, sistemáticamente, los distintos pasos que deben seguirse en este terreno y se presta especial atención a su aplicación al análisis que, sobre esa base, se puede hacer de las imágenes fotográficas. Quizás hubiera sido conveniente dedicar algún espacio para comentar el software disponible que permite un manejo de la minería de texto fácilmente interpretable.

El capítulo 9 es una de las novedades de esta edición y es otra muestra del esfuerzo del autor por mantener su obra actualizada. Este capítulo trata de la *netnografía*, un neologismo que aún no se encuentra en el diccionario de la Real Academia Española, y que se refiere a la etnografía basada en internet, es decir, al estudio de las comunidades virtuales que se comunican a través de los canales que proporciona internet (foros, grupos de noticias, listas de distribución, etc.). También aquí se proporciona una guía para el análisis, la recopilación, y la interpretación de los datos. Toma como ejemplo ilustrativo de *netnografía* un trabajo Mkono, suponiendo que se trata de un hombre, cuando en realidad es una mujer. Seguro que al autor ya le han advertido de este error y habrá tomado nota para que no se repita en las próximas ediciones del libro.

Por último, el capítulo 10 enseña las pautas para la redacción del informe final y para la presentación de los resultados. En realidad, el contenido de este capítulo podría ser válido para culminar cualquier tipo de investigación, no sólo turística, ya que consejos tales como “use frases cortas” o “mantenga el contacto visual con la audiencia” son recomendaciones elementales que pueden utilizarse para cualquier tipo de informe o presentación.

En definitiva, es una obra redactada para la docencia, cuyo objetivo es proporcionar los conceptos y técnicas básicas para abordar una investigación en el ámbito del turismo, y redactada en un lenguaje, a veces, coloquial. Probablemente, aquellos que llevan algún tiempo realizando investigación turística no encontrarán nada nuevo. Ahora bien, los que quieran una guía sencilla y bien estructurada de lo que debe hacerse para iniciarse en la investigación en el ámbito turístico encontrarán el texto adecuado. Muchos profesores de las facultades de

turismo tienen razones para incorporarlo a las lecturas que recomienden a sus alumnos. En la contraportada del libro se amplía el conjunto de posibles lectores afirmando que es un recurso útil para investigadores, consultores y gestores. Ahora bien, no creo que deba recomendarse para los que ya poseen cierta experiencia en la investigación turística.