



## EDITORIAL

En esta oportunidad el *Anuario Turismo y Sociedad* vol. XIV inicia con un interesante estudio de caso en Polonia. BEDNARSKA y OLSZEWSKI, desde el continente europeo, nos permiten conocer la dinámica que gira en torno a la percepción que tienen los futuros profesionales en el sector turístico, sobre la formación académica que reciben en el pregrado de turismo, bajo la cual no consideran que se encuentre orientada a enfrentar los retos laborales que demandan las organizaciones turísticas y las cuales deben ser cubiertas por la formación del capital humano, que, en este caso en particular, requiere una mayor formación, teniendo en cuenta que la industria turística, es el sector de los servicios. De igual manera se exponen las características que permiten que la imagen de un empleador turístico respecto a otro se más atractiva, y así genere su posicionamiento en el sector.

Bajo la mirada de concebir al turismo como un sistema que permanentemente se encuentra en evolución, e integrando a esta función, la actual dinámica de las tecnologías de información y las comunicaciones, se observa que el cambio nunca se detiene. El mundo actual está generando acciones de cambio, y dentro de esta dinámica el turismo también cambia, llevando a que los servicios que ofrece el sector demanden una respuesta inmediata a las nuevas tendencias que se están generando en torno al mismo, las cuales serán diferentes día a día. Mediante un recorrido en términos históricos, BONILLA nos muestra la manera como ha evolucionado el sistema turístico y el cambio ha sido permanente, lo que ha posibilitado vislumbrar la magnitud del avance en las tecnologías de la información y las comunicaciones, espacio en el cual el turismo tuvo que insertarse de manera inmediata, percibiendo que la forma como el cliente adquiriría los servicios fue cambiando: conocer los destinos, sus servicios y atractivos ya solo dependía de un clic, con la apertura de nuevos canales de comunicación y de difusión de la información en los que el consumidor empezó

a encontrar infinidad de posibilidades para seleccionar el producto a adquirir.

Con el ánimo de crear un interés y denotar atención sobre la investigación en la actividad turística, CAMPODÓNICO y CHALAR exponen su posición constructivista mediante la puesta de un enfoque epistemo-metodológico, que le permita al estudioso del turismo un acercamiento a nuevas investigaciones que posibiliten ir más de allá de los estudios que hasta el momento han desarrollado ciertas disciplinas, como la antropología para citar un ejemplo de los mencionados por los autores. La estructura del artículo se basa en una reflexión teórica propia, alimentada por una previa interpretación conceptual y distintos referentes bibliográficos. Atendiendo a responder a la posición constructivista que desde un inicio es definida en el artículo, se plantea el estudio de la construcción social del turismo basado en el análisis T.E.M.A (tiempo, espacio, motivaciones, actividades), relacionando su carácter conceptual con la relación intrínseca con los actores que integran el sistema turístico.

CÉSAR y ARNAIZ presentan en su artículo la intención de llevar al lector a un acercamiento de cómo concebir la actividad turística dentro del modelo del capitalismo. Para ello, se remontan al análisis y estudio desde el siglo XVII hasta el XIX, cuando el cambio ha sido la vertiente del desarrollo de la sociedad, una sociedad que se sumerge en el espectro del consumo. Es aquí donde la actividad turística ha tenido la capacidad de adaptarse al desafiante modelo, al cual el individuo accede en búsqueda de contrarrestar sus realidades, en donde el consumo es el perfecto vehículo para acceder a los imaginarios de ocio, los cuales le permiten escapar de su cotidianidad. Los autores dan cuenta de las funciones que tiene el turismo como jalonador económico dentro del capitalismo, dando muestra del escenario económicamente deseable del aprovechamiento de los recursos de modo benéfico

pero, de igual manera, mostrando los efectos el emporio y de la concentración de riqueza.

El primer estudio de caso que se presenta en esta edición, nos traslada hasta el sitio arqueológico de Santa Elena-Tabasco, en México, en el cual se da muestra de la investigación arqueológica y la puesta de trabajo en la formulación de un plan de manejo para este sitio, buscando revitalizar el valor histórico, cultural y turístico con el que cuenta el lugar, así como iniciar su restauración y conservación, estrategia que permita denotarlo como atractivo turístico e incluirlo dentro del cordón de alto interés turístico presente en la región. Su valoración traerá beneficios para la región y para la comunidad local, generando un aprovechamiento de lugar de manera sostenible.

De México pasamos a Costa Rica, centrándonos en el Parque Nacional Marino Las Baulas de Guanacaste, ubicado en el Pacífico norte de Costa Rica. Como resultado del ejercicio académico y de la investigación, se presenta la herramienta de Interpretación Sociambiental (ISA) como un instrumento que, aplicado en la gestión del uso público en áreas protegidas, genera además de beneficios en la conservación, en el desarrollo de la actividad turística; para este caso, se toma como actividad el tour de anidamiento de la tortuga Baula, integrando una serie de servicios ofrecidos por la comunidad local. Teniendo presente que Costa Rica se constituye en uno de los polos ecoturísticos con mayor presencia, el artículo muestra que la creación de herramientas como la ISA y su puesta en marcha e inclusión en el Plan de Manejo y en la operación de estas áreas, puede convertirse en un modelo a seguir por las áreas protegidas, permitiendo que la actividad turística sea sostenible, involucrando así a todos los actores que intervienen en dicha actividad.

Pasando por las áreas protegidas, llegamos a Italia y a sus destinos de excelencia. Basado en el modelo de competitividad de RICHIE y

CROUCH (2000), así como en otros modelos empíricos, y teniendo presente que la competitividad se constituye en el aspecto determinante para el éxito de los destinos, GIANLUCA GOFFI, expone cada una de las aristas que integra el modelo, así como el análisis de los indicadores que miden la competitividad, permitiendo acercar al lector a dimensionar el resultado que arrojan dichos indicadores para concebir entonces si un destino es o no competitivo. La aplicación del modelo se realizó en 610 destinos de excelencia de la *bota itálica*.

Gibara, ubicado en La Habana Cuba, se constituye en potencial turístico que no ha llegado a alcanzar un óptimo desarrollo turístico, el cual permita al consumidor incluir a Gibara como uno atractivo selecto, a incluir dentro de su itinerario de viaje. Mediante la investigación de campo, GUERRERO y ARIAS dan muestra de la propuesta metodológica enfocada al diseño de la mezcla de promoción para la comercialización de municipios como Gibara, teniendo en cuenta que destinos como este se constituyen en destinos diferenciadores de la oferta turística de sol y playa que ha definido a Cuba a través del tiempo. Desde el estudio del marketing turístico y sus variables, los autores determinaron la promoción como variable de estudio con la cual se realizara la mezcla de la presente investigación, y sus los dos instrumentos propuestos: programas de publicidad y relaciones públicas, permitiendo el diseño de medios que aporten a la difusión de los destinos con vocación turística que hasta el momento no han sido potencializados.

Uno de los primeros investigadores que abordó el fenómeno turístico más allá de la generación de ingresos, y considerado como uno de los estudiosos del turismo sostenible, fue y seguirá siendo JOST KRIPPENDORF. Desde la obra de KRIPPENDORF, MAXIMILIANO KORSTANJE aborda sus postulados desde la problemática que estos pueden generar en el discurso de los teóricos, así como la contri-

bución de su debate al estudio del turismo. Además de un análisis del planteamiento teórico, el artículo se convierte en una reflexión de la sociología de KRIPPENDORF y su aporte al turismo.

De la sociología pasamos a los museos y la administración cultural. WINSTON LICONA nos presenta cómo la gestión de los museos va más allá de solo considerar a estos atractivos como iconos del patrimonio cultural, sino que estos mismos se constituyen en una fuente para el desarrollo de marca local en la gestión misma de los destinos. Así, entonces, el artículo lleva al lector a sumergirse dentro del debate de la relación de los museos y la marca país, relación estratégica para un posicionamiento de los destinos.

Desde México, se presenta el análisis de la incidencia de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos –CCRR–, a partir del estudio de diferentes destinos de este país, en los cuales se realiza y se muestra la medición de dicha incidencia, calculando el Índice de Desempeño Turístico y teniendo en cuenta los proyectos ejecutados en los destinos y el apoyo gubernamental que estos últimos hubieran recibido. Lo anterior lleva consigo a evidenciar la realidad en el sector turístico por el que atraviesa México, reafirmando que el turismo es un sector generador de beneficios económicos y sociales.

El turismo rural y la gobernanza ambiental son presentados mediante la reflexión del artículo que realiza MOLINA al abordar el enfoque que cada una de estas visiones contempla, en el cual, mediante su investigación, busca dimensionar el nivel en el que han estado inmersas algunas naciones de América Latina y de Europa ejemplificado en la presentación de casos, lo que a su vez permite evaluar el rol que ejercen la comunidad local, la sociedad, la institucionalidad y su interrelación en el desarrollo de los territorios.

Para finalizar esta edición, cerramos con la tipología del turismo religioso, analizada mediante la revisión exhaustiva de bibliografía existente en varias bases de datos de importante carácter académico, que integran diferentes publicaciones del ámbito mundial. Desde la revisión histórica, se aborda el desarrollo que ha tenido esta tipología a un nivel tanto social asociado a un fenómeno cultural, como en términos económicos. Finalizando con una síntesis del caso colombiano.

Como política, el *Anuario Turismo y Sociedad* abre el espacio de las Reflexiones estudiantiles, aprovechado por los estudiantes de pregrado de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Para este ejemplar contamos con tres artículos: *Análisis de una empresa del sector turístico: Restaurante El Olivar*, *Red de Turismo Sostenible de Colombia: 11 años promoviendo espacios de reflexión y motivando a la sostenibilidad turística*, y *Ampliando la invitación al turista LGBT: imaginarios, realidades y una nueva oportunidad para Bogotá*.