

La revista *Turismo y Sociedad*, consciente de las exigencias del mundo académico, que implican estrechar los vínculos con la comunidad científica, dar respuesta a las necesidades de conocimiento y ampliar la difusión del quehacer investigativo, evoluciona y cambia su periodicidad. A partir de esta entrega, nuestros lectores podrán consultarla cada semestre, manteniendo el compromiso frente a los estándares de calidad establecidos para asegurar la rigurosidad, la pertinencia y la visibilidad de los trabajos editoriales publicados. Por ello, la revista publicará dos números al año: enero – junio y julio – diciembre, de tal manera que se logre una mayor visibilidad de la producción relacionada con el fenómeno social del turismo.



EDITORIAL

En esta ocasión, el volumen XVI inicia con un examen a la competitividad turística de México frente a los países miembros que componen el foro de Cooperación Económica del Asia Pacífico - APEC (*Asian Pacific Economic Cooperation*). Desde la perspectiva de la estadística, Navarro, Zamora y Cano utilizan técnicas multivariantes de interdependencia del Escalamiento Multidimensional para determinar el grado de influencia de catorce (14) factores de la competitividad turística propuestos por el Foro Económico, que contribuyan a la diferenciación, al manejo sostenible de los recursos y al posicionamiento de los destinos. Este análisis no solo revisa los factores competitivos que tiene cada economía estudiada, sino que adicionalmente les otorga peso según su importancia, obteniendo un mayor grado de significación de los resultados obtenidos. El artículo es un ejercicio metodológico para los interesados en medir los factores de competitividad en los destinos mediante este tipo de técnicas estadísticas, que posibiliten el diseño de estrategias y acciones acordes con la realidad de cada lugar turístico.

Por su parte, Rodríguez y Cañulaf incorporan el concepto de turismo inclusivo a la oferta

DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.01>

gastronómica en el destino. Muchos comensales presentan requerimientos especiales en su dieta, ya sea por elección, convicción o restricción, que al no ser suplidos, podrían afectar negativamente la calidad de la experiencia turística y, en algunos casos, poner en riesgo su salud física. El estudio de caso desarrollado en la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro, Argentina, pretende determinar si los diferentes establecimientos gastronómicos de la ciudad están preparados para atender las necesidades de personas vegetarianas, así como de los pacientes que adolecen de afecciones tales como diabetes mellitus, celiaquía e hipertensión arterial. La investigación contribuye a enriquecer los avances frente al turismo inclusivo, dado que las referencias bibliográficas sobre las barreras que pueden generarse en los establecimientos gastronómicos son escasas y queda en evidencia que hay un claro desconocimiento en el sector. Este estudio de caso se convierte en un referente para emprender acciones encaminadas a la evolución de los lugares de acogida de turistas y al bienestar de quienes se ven obligados a llevar una alimentación no convencional o han optado por seguirla.

El rol de las comunidades anfitrionas en el turismo ha cobrado importancia, dado que está inmerso en los pilares de la sostenibilidad, y su grado de incorporación a los procesos de planificación y gestión turística facilita el desarrollo local. El acercamiento a las comunidades por medio del estudio de la percepción de estas frente al fenómeno turístico se convierte en un punto de partida para generar mecanismos de participación y relaciones de cooperación activa que redunden en la articulación de los diferentes actores y el empoderamiento de la comunidad. García, Serrano, Osorio y López concentran su atención en esta primera etapa de acercamiento, efectuando una revisión teórica de las nociones que han hecho viable la gestación de esta realidad, tales como turismo, desarrollo local, planeación turística y percepción de la

comunidad. Así mismo, los autores describen algunos estudios e investigaciones que han otorgado relevancia a la percepción de la comunidad. Posteriormente, se somete a estudio a la localidad de San Pedro Tultepec, en el estado de México, donde se efectúa un ejercicio enriquecedor, dado que los articulistas esbozan una metodología para establecer la percepción de la comunidad en torno al impulso del turismo en su localidad, el cual permita mejorar la calidad de vida y aporte al desarrollo sostenible de la región.

Definir los mercados objetivos a los cuales se destinarán los esfuerzos y los recursos para emprender acciones de promoción, mercadeo y comercialización es uno de los desafíos para los actores implicados en la planificación del turismo. Parte de las labores de un planificador se relacionan con el entendimiento de la imagen turística que tiene un mercado objetivo frente al destino. En esta oportunidad, Pérez analiza la imagen que tiene el mercado español en torno a la oferta cultural cubana. Mediante la metodología de investigación cuantitativa y la aplicación de un formulario tipo encuesta como instrumento de recolección de información, se alcanzaron resultados relevantes sobre el tema. La investigación identifica varias cuestiones, tales como la intención de viaje, el nivel y las fuentes de información, las actividades y los elementos de interés turístico, la imagen afectiva, los elementos distintivos de Cuba, así como la incidencia del perfil de los encuestados españoles en la preferencia de actividades con componentes culturales.

Otro aporte, proveniente de España y elaborado por Rivera, explora el turismo activo, concepto proveniente de la tendencia de los turistas a involucrarse dinámicamente en la experiencia viajera por medio de actividades que demanden motricidad y esfuerzo físico, relacionadas en su gran mayoría con el deporte, en un escenario natural y/o rural, con un alto componente lúdico-recreativo.

El autor aporta una construcción conceptual de esta categoría de turismo, que engloba diferentes prácticas, y describe el panorama actual en el país ibérico, que pese a sus notorios avances en materia de legislación, diversificación de la oferta y aumento de la demanda, aún no se consolida como un segmento de turismo, dado que este es manejado como un complemento de otras tipologías tradicionales.

Desde una perspectiva crítica-reflexiva y un enfoque sociológico, Kosrtanje reflexiona sobre el paradigma de la movilidad y el turismo. Para el autor, la movilidad es un privilegio de un selecto colectivo, situación reforzada por el imperante sistema capitalista y las constantes crisis económicas mundiales. De esta forma, la movilidad se convierte en un elemento de dominación y opresión que refuerza la exclusión y la asimetría entre las clases. El autor se apoya en las interpretaciones propias y de varios académicos que reflexionan sobre esta materia, y construye unas consideraciones críticas que apuntan a la resignificación de la movilidad y la democratización del turismo.

La salida de campo se considera una estrategia pedagógica que tiene como objetivo alcanzar un aprendizaje significativo entre los estudiantes y posibilitar la comprensión del entorno. No obstante, cuando se asocian elementos de la actividad turística a este tipo de estrategias, existe el condicionamiento de desvirtuar el proceso de aprendizaje e intentar desligar las experiencias de ocio de la educación. Lo anterior es considerado por Rodríguez, Díaz y Carreño, quienes relacionan las salidas de campo y el turismo de una forma transversal y no dicotómica, como tradicionalmente se ha hecho. Después de caracterizar ambas actividades, los autores argumentan que, en efecto, el turismo es un agente educativo, debido a que en este se manifiestan elementos fundamentales para la formación integral del estudiante, ya que

facilitan la interpretación de la realidad y alimentan la experiencia académica.

Toro, Galán, Pico, Rozo y Suescún buscan contribuir al análisis de los procesos de planificación territorial desde una perspectiva del desarrollo sostenible y desde la competitividad. Para ello, documentan el proceso de formulación de once (11) planes de desarrollo turístico en Colombia. Los autores le brindan al lector una completa y detallada descripción sobre la construcción del enfoque metodológico empleado y destacan las dinámicas actuales que abarcan el turismo y las diferentes realidades que confluyen en el país. Los resultados obtenidos en el proceso son enriquecidos con un componente propositivo, que busca demostrar la necesidad de forjar una visión de futuro del sector que sea articulada, interdisciplinaria, multidimensional y que pueda afrontar los desafíos planteados para la actividad turística en Colombia.

Para cerrar este volumen, en el espacio abierto para la publicación de reflexiones estudiantiles contamos con el artículo titulado “La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá”, producto de un trabajo de grado que obtuvo calificación meritosa, elaborado por dos estudiantes de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia. La reflexión estudiantil analiza los factores de perdurabilidad de la comida típica colombiana en Bogotá, los cuales han permitido la consolidación y el posicionamiento de esta como una de las opciones gastronómicas preferidas tanto por nacionales como por extranjeros, pese a la creciente competencia de restaurantes de comida internacional.

Finalmente, expresamos nuestros sinceros agradecimientos por la gran acogida que ha obtenido la convocatoria para publicar en la revista *Turismo y Sociedad*. Siempre nos han acompañado académicos, especialistas

e investigadores de diferentes latitudes del planeta, que han depositado su confianza en este proyecto. No obstante, este año tuvimos la oportunidad de recibir un gran número de trabajos que contribuyen a la generación de

nuevo conocimiento y que se alinean con los objetivos de nuestra publicación. Esperamos seguir consolidándonos como un medio de divulgación científica que apoye la reflexión y el análisis del turismo desde diversas latitudes.