

En esta edición de la revista *Turismo y Sociedad*, vol. XVIII, enero-junio de 2016, contamos con los aportes de académicos e investigadores de Francia, Argentina, México, Cuba, Brasil y Colombia.

La primera contribución está a cargo de Monroy, quien plantea algunas reflexiones en torno a la marca, el *marketing* y el territorio, para lo cual se basa en el corpus de imágenes de aproximadamente 2400 sellos españoles que se distribuyeron entre 1859 y 1992. Muestra los cambios de ilustración, estilos y formatos utilizados según la situación política o social del país. Describe cómo el castillo español ha tenido gran transcendencia en las imágenes recogidas en dichas estampillas y revela su poder como marca nacional de un territorio.

Pese a que Argentina cuenta con múltiples lugares turísticos, los brasileños centran su atención en visitar Buenos Aires y San Carlos de Bariloche. El análisis de Decasper y Servalli describe los destinos y productos turísticos preferidos por el turista procedente de ese país, así como las estrategias de promoción implementadas por los sectores público y privado para potenciar aquellos que no lo son. Los autores se basan en una metodología de relevamiento bibliográfico y en la revisión de fuentes secundarias con información estadística sobre turismo internacional, proporcionadas por MINTUR, INPROTUR y otros organismos de orden público. El lector encontrará en esta investigación una aproximación a los imaginarios turísticos y a la percepción del turista.

Olague utiliza el método estadístico denominado mínimos cuadrados parciales (PLS, por sus siglas en inglés) para analizar el efecto determinante de la motivación de viaje sobre la imagen de los turistas de ocio en un destino urbano: Monterrey, México. El autor evidencia que la principal motivación de viaje

* DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n18.01>



EDITORIAL*

es la visita a lugares culturales e históricos, así como también la experimentación del ambiente de una metrópolis. Se recomienda a los gestores de destinos urbanos la utilización del método de PLS para la consecución de información de procesos de segmentación de mercados y/o decisiones sobre la promoción de la imagen.

Actualmente, las mujeres cuentan con autonomía para decidir en qué labores desempeñarse. Cotelo, Herrera y Alarcón encontraron que los habitantes del destino turístico Jardines del Rey, Cuba, prefieren laborar en el turismo, sector destacado económicamente por ser la mayor fuente del producto interno bruto del país. Los autores hacen una aproximación a las perspectivas de género, destacando que no solo se deben considerar las características físicas y biológicas del ser humano, sino también aspectos relacionados con el carácter, las costumbres, los valores y comportamientos en general atribuidos desde la crianza de hombres y mujeres. En otras palabras, la ejecución de alguna ocupación no debe depender del sexo, sino considerar la capacidad del sujeto para desempeñarla. Métodos y técnicas de investigación cualitativa evidencian la necesidad de implementar políticas públicas justas y equitativas en la selección y contratación de personal, que favorezcan la igualdad e inclusión de género en el sector turístico.

Uno de los mayores intereses del turista al viajar es el conocimiento del patrimonio con el que cuenta el destino. Martínez indaga sobre la situación actual de este legado en el municipio de Viotá, Cundinamarca (Colombia); identifica los bienes de interés cultural e histórico, los instrumentos e incentivos económicos, y las fuentes fiscales y de financiación que hacen posible la conservación del patrimonio cultural. La metodología utilizada es cualitativa y cuantitativa, apoyada en un cuestionario aplicado a los habitantes del municipio, que nos revela el grado de

conocimiento que se tiene respecto a las alternativas económicas y financieras que se requieren para proteger y gestionar dicho patrimonio cultural.

Isaac et al. utilizan el enfoque metodológico de estudio de caso para ilustrar la situación actual del proyecto ecoturístico “Valentín Natural”, ubicado en el sureste de México. Este proyecto, creado por el Comité de Turismo Comunitario del Ejido, empezó en 2009 con el fin de dar un mejor uso de los recursos ecoturísticos, del turismo rural y académico, procurando el aumento de la calidad de vida de sus habitantes. Inicialmente contempló un programa de mejoramiento de la infraestructura y de los servicios de la zona urbana, sin embargo, lo planeado no alcanzó los resultados esperados, por cuanto no ha habido el financiamiento requerido. Finalmente, es aconsejable para el destino la elaboración de políticas públicas que fortalezcan las capacidades locales y faciliten la consecución presupuestal necesaria.

Peña, Guevara y Fraiz indagan sobre la responsabilidad social empresarial a partir de una revisión bibliográfica basada en publicaciones y trabajos académicos realizados entre 2004 y 2014, dirigidos al sector hotelero, y que abordan temas económicos, sociales y ambientales. Esta investigación da cuenta de cincuenta y dos estudios agrupados en cuatro líneas temáticas: la primera analiza las prácticas de RSE de las empresas; la segunda alude a la rendición de cuentas y *reporting* corporativo; la tercera examina temáticas de estrategias y acciones empresariales de *marketing* en RSE y percepción de consumidores y empleados; la última línea detalla la correlación entre la RSE y los resultados financieros empresariales. Este artículo es un llamado a todas las personas, especialmente a quienes trabajan en el sector turístico-hotelero, para que propicien e incentiven prácticas más amigables con el ambiente dentro y fuera de la organización.

Duarte, Conceição y Bifano reflexionan sobre la formación y capacitación en turismo, y la relevancia de la micro y pequeña empresa (MYPE) en la ciudad de Juiz de Fora. Los investigadores mencionan que el turismo debe contribuir al desarrollo económico y social del lugar, involucrando acciones que disminuyan la pobreza, y que es desproporcionado pensar que la formación técnica que predomina en Brasil es suficiente para trabajar en MYPE. Los autores señalan que es importante la formación profesional en la que se fortalezcan las habilidades y el profesionalismo de sus gerentes, quienes influyen en la toma de decisiones para brindar un producto y/o servicio que satisfaga cabalmente la necesidad de las personas.

Por último, Leguizamón examina el tipo de industrias que comprende la actividad turística, analiza el empleo formal e informal, qué generan y qué tanto contribuyen en la generación de empleo en el sector turístico colombiano; también analiza el tipo de relación laboral o contratación más utilizada por los empresarios. El autor identifica que el empleo informal es de alta volatilidad, inestabilidad y pérdida de garantías de seguridad social. Por su parte, las autoridades públicas, los gremios y las cámaras de comercio han dispuesto medidas para lograr una mayor formalización de los prestadores de servicios turísticos. El autor concluye que debe mantenerse el interés por incentivar el proceso de formalización de las empresas que aún no lo están.