

ARTÍCULOS

LAS TESIS DOCTORALES DE TURISMO EN ESPAÑA 2000-2012

Enrique Ortega Martínez*, Beatriz Rodríguez Herráez** y María Jesús Such Devesa***

Resumen: Las tesis doctorales permiten conocer la evolución y situación de la investigación en las áreas en las que se realizan. La mayoría de las investigaciones sobre las tesis doctorales descansan en la utilización de los resúmenes de las mismas realizados por sus autores. Por este motivo, los resúmenes deben sintetizar bien el contenido de las tesis doctorales. Este trabajo analiza la evolución y características de las tesis doctorales sobre turismo producidas en las universidades españolas entre 2000-2012. Los datos obtenidos muestran un elevado crecimiento en la producción de tesis sobre el periodo anterior de 1990 a 1999. Cerca de la mitad de las tesis se realizan en las áreas de competencia de Economía y Economía de la Empresa, seguida a distancia por el área de Geografía y Análisis Geográfico. Las temáticas objeto de investigación en las tesis están clasificadas en base a 62 categorías, siendo las Zonas y Áreas Turísticas la más frecuentemente estudiada. Del trabajo realizado se desprende la conveniencia de mejorar los resúmenes de las tesis doctorales.

Palabras clave: Investigación turística, temáticas, tópicos, TESEO, tesis doctorales.

Abstract: Doctoral dissertations reveal the evolution and situation of research in the field in which they are performed. Most research on doctoral dissertations is based on abstracts written by their authors. These abstracts should synthesize well the content of each doctoral theses. This paper analyzes the evolution and characteristics of tourism doctoral dissertations produced by Spanish Universities from 2000 to 2012. The findings show high growth in the production of doctoral theses in comparison with previous period from 1990 to 1999. About half of the doctoral theses are completed in the area of Economics and Business Administration followed at some distance by the area of Geography and Geographic Analysis. Research topics are classified based on 62 categories founding Zones and Tourism Areas to be the topic most frequently studied. This research uncovers the convenience of improving doctoral theses abstracts.

Key words: Tourism research, subjects, topics, TESEO, doctoral dissertations.

I. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente las tesis doctorales en la mayoría de los países han descansado en la realización de un trabajo de investigación original que permite demostrar a su autor las competencias investigadoras en un determinado campo. A través de las tesis doctorales se accede a la titulación de mayor grado que se concede en las universidades (Park, 2005). Sin embargo, actualmente en di-

ferentes países europeos y en Australia, existe también la posibilidad de realizar tesis doctorales a través de un compendio de varios artículos publicados en revistas científicas y capítulos de libros. (Kamler, 2008; Wilson, 2002). Esta vía ofrece ventajas e inconvenientes a los aspirantes al título de doctor, siendo todavía un recurso elegido por un limitado pero creciente número de personas. (Davies y Rolfe, 2009).

* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, eortegam@ccee.ucm.es

** Universidad Rey Juan Carlos, Departamento de Economía de la Empresa, beatriz.rodriguez@urjc.es

*** Universidad de Alcalá de Henares, Departamento de Economía, mjesus.such@uah.es

Las tesis doctorales producidas a través de la vía tradicional constituyen un valioso marco de referencia para conocer las contribuciones científicas que se realizan en diferentes áreas (Shrivastava y Lim, 1989; Das y Handfield, 1997). La amplia extensión que en general tienen las tesis doctorales, entre 80 y 100 mil palabras (Hoddell, Street y Wildblood, 2002), aunque puede variar según los países y las áreas o disciplinas en las que se realizan, ha propiciado el estudio de las tesis doctorales a través de los resúmenes de las mismas cuando se analizan un buen número de ellas. En este sentido Cleary (2000) señala que en la medida que los resúmenes de las tesis sintetizan adecuadamente los principales aspectos de las mismas podrán utilizarse para conocer la evolución y progreso de la investigación en diferentes áreas, al mismo tiempo, que servirán también para instrumentar acciones y programas de formación y supervisión de los estudiantes de doctorado.

La importancia que en términos económicos tiene el turismo en España, el 10,8% del PIB en el año 2011 (INE, 2012), constituye un estímulo para la investigación del turismo a través de las tesis doctorales. El interés por la realización de tesis doctorales en este ámbito ha venido creciendo de forma importante en los últimos años, por lo que resulta conveniente cuantificar y comparar este crecimiento con el trabajo publicado en esta misma revista referido al periodo de 1990-1999 (Ortega y Rodríguez, 2004). Adicionalmente, la investigación descriptiva que se plantea cubre contenidos no explorados hasta ahora referidos al periodo de 2000 a 2012. De esta forma, este trabajo representa una contribución al cono-

cimiento de la investigación turística en España a través de las tesis producidas en las universidades españolas, dando así respuesta a cuestiones de investigación como las siguientes: 1) ¿Cuál ha sido la producción y la evolución de las tesis doctorales?; 2) ¿Cómo se distribuye la producción de tesis doctorales por universidades?; 3) ¿Con qué departamentos está vinculada la producción de tesis doctorales?; 4) ¿Qué tipos de públicos o colectivos se investigan preferentemente?; 5) ¿Cuáles son los ámbitos geográficos cubiertos por las tesis doctorales?; 6) ¿Qué temáticas o tópicos se investigan?; 7) ¿Qué fuentes y tipos de técnicas se están utilizando?; 8) ¿Puede mejorarse el contenido de los resúmenes de las tesis doctorales como fuente de investigación?

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El análisis de las tesis doctorales en las publicaciones periódicas españolas ha sido bastante limitado hasta la mitad de la pasada década. Como se señala en el estudio de Ortega (2010), poco más de una veintena de trabajos tratan las tesis doctorales sobre diferentes disciplinas y áreas de conocimiento. Dentro del área del turismo se encuentran solamente el trabajo de Esteban (2000) en la revista *Estudios Turísticos* y el de Ortega y Rodríguez (2004) publicado también en la misma revista.

Las contribuciones sobre las tesis doctorales en publicaciones periódicas en inglés durante el periodo indicado anteriormente, son naturalmente más numerosas que las existentes en España, identificándose alre-

dedor de 30 en el trabajo de Ortega (2010). Específicamente en el área del ocio y turismo se encuentra el trabajo de Jafari y Aaser (1988) sobre las tesis doctorales relacionadas con el turismo en Estados Unidos entre 1951-1987. También los trabajos de Meyer-Arendt (2000) y Meyer-Arendt y Justice (2002) están referidos a las tesis doctorales sobre turismo en Norteamérica entre 1951-1998 y 1987-2000 respectivamente. Sobre otros ámbitos geográficos está el trabajo de Botterill Haven y Gale (2002) relacionado con las tesis doctorales en el Reino Unido e Irlanda en el periodo 1990-1999, así como el trabajo de Bao (2002) sobre las tesis doctorales de turismo en China entre 1989-2000. Hay que señalar también los trabajos de Hall y Pedrazzini (1989) y Hall (1991) sobre las tesis de turismo en estudios de postgrado realizados en Australia.

Entre la segunda parte de la pasada década y el año 2012 solamente aparece un trabajo en las publicaciones periódicas españolas relacionado con las tesis doctorales en turismo, realizado por la *Agència Valenciana del Turisme* (2006) a través de su Servicio de Estudios y Planificación. En este trabajo se describe la evolución de las tesis sobre turismo existentes en la base de datos TESEO entre 1976 y 2005, recogiendo también la producción por universidades, las disciplinas científicas asociadas a las tesis y los directores que más veces han tutelado la realización de las mismas.

Entre las publicaciones periódicas en lengua inglesa durante la segunda parte de la pasada década y el año 2012, se encuentran al menos tres investigaciones sobre tesis doctorales realizadas en el ámbito del

turismo. El trabajo de Huang (2011) corresponde a una Nota de Investigación sobre las tesis doctorales de turismo producidas en China entre 1999-2009. Un total de 219 tesis son distribuidas por años entre 27 disciplinas, correspondiendo a la disciplina de Economía el primer lugar con 47 tesis. Las disciplinas de Geografía y Management ocupan las posiciones siguientes con 41 y 33 tesis respectivamente. La concentración de las tesis entre las cinco primeras disciplinas es muy elevada, registrado el 70,7% de todas las tesis. El trabajo está básicamente centrado en las disciplinas vinculadas a la producción de tesis doctorales, haciéndose referencia también a 59 universidades en las que se produjeron las mismas.

El segundo trabajo corresponde a Ying y Xiao (2012), estando dedicado al análisis de las redes sociales en las tesis doctorales de turismo obtenidas a partir de la base de datos *ProQuest Dissertations and Theses-Full: Text 1994-2008*. El trabajo trata también las relaciones existentes entre una lista de algo más de 300 aspectos investigados en las tesis, reduciéndolos finalmente a 21 aspectos claves a través de un análisis de correspondencias. De forma similar se relacionan también los aspectos investigados con la producción de tesis a lo largo de los años y con las instituciones.

El tercer estudio tiene una orientación comparativa entre las tesis doctorales producidas en Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda (Weicler, Moyle y McLennan, 2012). El trabajo examina las influencias que ejercen las disciplinas en las tesis doctorales sobre turismo de los cuatro países indicados, a partir de la identificación

de un total de 1888 tesis producidas entre 1951-2010. En análisis se lleva a cabo a partir de los resúmenes de las tesis obtenidas para Estados Unidos y Canadá de la base de datos *Dissertation Abstracts International* (DAI) y también la base *Amicus Canadian Digital Theses* (ACDT) para Canadá. Para Australia se empleó la base *Australasian Digital Thesis Database* y para Nueva Zelanda la base de datos *New Zealand National Libraries Catalogue*. Los resultados del trabajo señalan una tendencia de crecimiento exponencial en la producción de tesis a partir de los años 90, acelerándose con el paso de los años. También apuntan la existencia de diferencias entre los países estudiados en relación con 21 disciplinas asociadas a la producción de las tesis doctorales. Aunque el 60% de las tesis están asociadas a una sola disciplina, el 40% de ellas utilizan entre dos y cuatro disciplinas.

La revisión de la literatura indicada sobre la pasada década muestra que solamente existen unos pocos trabajos con alguna proximidad al realizado. Los puntos comunes y susceptibles de comparación se limitan a la evolución de la producción de tesis doctorales, su distribución por universidades y la asociación de las mismas a las disciplinas o áreas de competencias en las que se desarrollan. La aportación innovadora de este trabajo se centra principalmente en la creación de 62 temáticas diferentes objeto de investigación en las tesis y una categoría complementaria de “otras” temáticas. También constituye una contribución adicional al análisis de los diferentes públicos o colectivos a los que están referidos las investigaciones de las tesis, los países en los que

se centran las tesis, así como las fuentes de información y tipo de técnicas utilizadas, junto con la extensión de los títulos de las propias tesis analizadas.

III. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación realizada ha descansado en la utilización del Análisis de Contenido efectuado sobre 420 tesis doctorales de turismo identificadas a partir de la base de datos TESEO entre los años 2000 y 2012. La técnica de Análisis de Contenido se emplea en la mayoría de las disciplinas entre las que se encuentra el turismo (Manikas y Shea, 1997, Ortega Mora y Campos, 2006; Siu y Fung, 1998; Xiad y Smith, 2006; Tian, Lee and Low, 2011), así como específicamente en trabajos relacionados con las tesis doctorales sobre turismo (Ortega y Rodríguez, 2004).

III. 1. Fuentes de información

La identificación de las tesis doctorales sobre turismo se ha realizado a partir de la base de datos TESEO del Ministerio de Educación Cultura y Deporte. La búsqueda de las posibles tesis doctorales relacionadas con el turismo se ha efectuado a través de dos vías. En primer lugar, mediante el término Turis* en el título o resumen de las tesis y en segundo lugar, a través de los descriptores por materias existente en la base TESEO. Estos descriptores utilizan una clasificación de la UNESCO en tres niveles, apareciendo el Sector de Hostelería y Turismo, en el tercer nivel, dentro de las

Ciencias Económicas como primer nivel y la Economía Sectorial como segundo nivel. Los resultados de estas búsquedas proporcionaron 726 tesis doctorales a través del título o resumen de la tesis y 162 a través del descriptor del sector de Hostelería y Turismo. La depuración de las tesis duplicadas y de aquellas otras que no estaban relacionadas con el turismo proporciona un total de 420 tesis doctorales validas para esta investigación.

III. 2. Aspectos estudiados

Los aspectos objeto de estudio sobre las tesis doctorales de turismo se corresponden en buena parte aquellos utilizados en la investigación de Ortega y Rodríguez (2004), a los que se han incorporado otros tres aspectos relacionados con las fuentes de información, los de tipo técnicas utilizadas y la extensión del título de las tesis. En definitiva, los aspectos estudiados han sido los siguientes:

- a) Producción de tesis doctorales por años
- b) Producción de tesis doctorales por universidades
- c) Asociación de las tesis doctorales a departamentos
- d) Públicos objeto de estudio
- e) Ámbitos geográficos objeto de estudio
- f) Temáticas objeto de estudio

g) Fuentes de información utilizadas

h) Tipo de técnicas utilizadas

i) Extensión de los títulos de las tesis

Todos los aspectos anteriores que son comunes con el estudio de Ortega y Rodríguez (2004), son objeto de comparación en el análisis. Para ello ha sido necesario reelaborar los datos de ese trabajo para el periodo 1990-99, ya que el trabajo está referido a un periodo ligeramente más amplio, entre 1990-2002.

IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

IV. 1. Producción de tesis doctorales de turismo

Para el periodo 2000 - 2012 se han identificado en la base de datos TESEO 420 tesis doctorales sobre turismo. Esta cifra no coincide con la producción real de todas las universidades españolas, principalmente en el último año, como consecuencia del desfase existente entre la lectura de las tesis doctorales y el envío por las universidades de la información sobre las tesis a la base de datos TESEO. Por otro lado, algunas universidades no remiten a la base de datos TESEO la información de algunas tesis, lo que da lugar a que existan ciertas diferencias entre esta base de datos y la Estadística de Enseñanza Universitaria del Instituto Nacional de Estadística (INE). En este sentido, Fuentes y Arguimban (2010, pág. 76) ponen de manifiesto en el trabajo sobre las tesis doctorales en España entre 1997 y 2008, que las

tesis registradas en las estadísticas del INE son 75.795, mientras que en la base de datos TESEO son 65.854, por lo que existe una diferencia de 9.941 tesis. Esto representa un 13,1% menos de tesis doctorales en la base TESEO con relación a las estadísticas del INE. En cualquier caso, la base de datos TESEO refleja razonablemente bien, aunque es mejorable, la producción de tesis doctorales en las universidades españolas.

La producción media de tesis doctorales en el periodo 2000 - 2012 ha sido de 32,3 tesis por año. Esta cifra resulta muy superior a la registrada en el periodo de 1990 a 1999 que fue de 8,8 tesis por año (Ortega y Rodríguez, 2004). Por lo tanto, el crecimiento de la producción de tesis doctorales sobre turismo en España desde el año 2000 puede considerarse espectacular en comparación con la década anterior.

Los datos correspondientes a los años que van del 2000 al 2005 no coinciden con los que se exponen en el trabajo elaborado por la *Agència Valenciana de Turisme* (2006), trabajo éste último con cifras bastante superiores a las recogidas en el cuadro 4 para el conjunto de estos seis años. Consideramos que las diferencias existentes son consecuencia de un planteamiento metodológico algo diferente, ya que los registros de tesis sobre el término *turism** en el título o resumen son bastante más numerosas que las tesis que realmente tratan sobre actividades turísticas. A las tesis identificadas mediante el término indicado, hay que analizarlas mediante un Análisis de Contenido (Berg, 1996; Krippendorff, 1980; 1980; Neuen-dorf, 2002), eliminando aquellas tesis que no se ajusten a la temática del turismo. Este examen pensamos que no se ha realizado así en el trabajo de la *Agència Valenciana de Turisme*.

rios a las recogidas en el cuadro 4 para el conjunto de estos seis años. Consideramos que las diferencias existentes son consecuencia de un planteamiento metodológico algo diferente, ya que los registros de tesis sobre el término *turism** en el título o resumen son bastante más numerosas que las tesis que realmente tratan sobre actividades turísticas. A las tesis identificadas mediante el término indicado, hay que analizarlas mediante un Análisis de Contenido (Berg, 1996; Krippendorff, 1980; 1980; Neuen-dorf, 2002), eliminando aquellas tesis que no se ajusten a la temática del turismo. Este examen pensamos que no se ha realizado así en el trabajo de la *Agència Valenciana de Turisme*.

IV. 2. Producción de tesis doctorales de turismo por universidades y departamentos

Esta producción se extiende por 55 de las 77 universidades existentes, es decir, entre el 71,4% de las mismas. La mayoría de las

Cuadro 1

Evolución de las tesis doctorales sobre turismo producidas entre 2000-2012

Años	Nº Tesis	Años	Nº Tesis
2000	26	2007	31
2001	28	2008	25
2002	27	2009	44
2003	39	2010	51
2004	37	2011	49
2005	23	2012	23
2006	27	Total	420

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

universidades que no han producido tesis doctorales sobre turismo, son universidades privadas de reciente creación y universidades especiales que no tienen programa de doctorado.

La universidad de Málaga es la que cuenta con la mayor producción, con el 10,0% de todas las tesis doctorales. En segundo y tercer lugar se encuentran las Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Alicante, con el 7,4% y el 6,9% respectivamente de todas las tesis doctorales. Estas tres universidades concentran el 24,3% de las tesis producidas en el periodo considerado, mientras que las cinco primeras universidades concentran el 35,7% y las diez primeras universidades el 54,0%. Como puede observarse en el cuadro 4 la situación geográfica de las universidades con mayor producción de tesis doctorales, excepto Madrid, coinciden con los destinos turísticos españoles más relevantes, por lo que es razonable considerar la existencia de una relación importante entre ambos aspectos.

La concentración de la producción de tesis doctorales en el periodo considerado es bastante menor que en el periodo de 1990-1999 que registró una concentración del 71,4% entre las diez primeras universidades. Estas cifras muestran una expansión de la producción de tesis doctorales sobre turismo hacia la mayoría de las universidades españolas existentes. La producción de tesis doctorales por centros no puede determinarse por no existir actualmente en la base TESEO esta información, como ocurría en el pasado antes de la modificación de TESEO.

El número total de departamentos con denominaciones diferentes en los que se han producido las tesis es de 159. Esta cifra refleja una gran heterogeneidad de departamentos existentes en las universidades españolas, cuando las competencias de docencia e investigación de un buen número de ellos son iguales o muy parecidas. Como consecuencia de ello, la distribución de las tesis producidas entre todos los departamentos resulta baja. Los cinco primeros departamentos por producción de tesis doctorales

Cuadro 2
Distribución por universidades de las tesis doctorales sobre turismo producidas entre 2000-2012

Universidad	% Tesis	Universidades	% Tesis
Málaga	10,0	La Laguna	3,8
Complutense	7,4	Sevilla	3,6
Alicante	6,9	Barcelona	3,3
Islas Baleares	6,2	Valencia-E.Generali	3,1
Las Palmas G. Canaria	5,2	Total (10 primeras)	54,0
Granada	4,5	Resto universidades	46,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

son: 1) Economía Aplicada, 6,4%; 2) Geografía, 6,0%; 3) Economía de la Empresa, 3,8%; 4) Economía Aplicada y Política Económica, 3,8; 5) Economía y Administración de Empresas, 3,6%.

Desde una perspectiva práctica, se pueden agrupar los departamentos en Áreas de Competencias, en base a la proximidad de sus denominaciones. A partir de esta agrupación, el Área de Competencias en Economía y Economía de la Empresa, concentra el 43,8% de la producción de tesis doctorales en el periodo considerado. En segundo lugar se encuentra el Área de Geografía y Análisis Geográfico, con el 15,2%. El tercer lugar, corresponde al Área de Periodismo y Ciencias de la Comunicación,

con el 5,5% de las tesis. Las diez primeras Áreas de Competencias agrupadas concentran el 86,9% de todas las tesis doctorales producidas.

IV. 3. Públicos objeto de estudio

Los públicos o colectivos que pueden ser objeto de estudio en las tesis doctorales están formadas por: 1) Los consumidores o turistas; 2) Las empresas turísticas; 3) Las administraciones turísticas; 4) Las relaciones o interacciones entre consumidores y empresas turísticas; 5) Las relaciones o interacciones entre consumidores y administraciones turísticas; 6) Las relaciones o interacciones entre empresas y administraciones

Cuadro 3
Distribución por áreas de competencias de las tesis doctorales sobre turismo producidas entre 2000-2012

Áreas de Competencias	Número	%
Economía y Economía de la Empresa	184	43,8
Geografía y Análisis Geográfico	64	15,2
Periodismo y Ciencias de la Comunicación	23	5,5
Sociología	19	4,5
Filosofía y Ciencias de la Educación	15	3,6
Ciencias Jurídicas	14	3,3
Historia e Historia del Arte	14	3,3
Ecología, Biología y Ciencias de la Tierra	13	3,1
Humanidades	10	2,4
Psicología	9	2,1
Otras áreas	42	10,0
Sin datos	13	3,1
Total	420	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

Cuadro 4
Distribución por públicos objeto de estudio
de las tesis doctorales sobre turismo

Base: 88/420

Públicos objeto de estudio	1990-99* %	2000-12 %
Consumidores o turistas	18,2	28,1
Empresas turísticas	23,9	19,5
Administraciones turísticas	13,6	15,7
Interacción usuarios y empresas turísticas	3,4	3,8
Interacción usuarios y administraciones turísticas	4,6	1,4
Interacción empresas y administraciones turísticas	1,0	4,0
Interacción consumidores y empresas y administraciones turísticas	30,7	11,2
No se refiere a los públicos anteriores	4,6	16,2
Total	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

* (Ortega y Rodríguez, 2004)

turísticas; 7) Las relaciones e interacciones entre consumidores, empresas turísticas y administraciones turísticas; 8) Ninguno de los públicos anteriores.

Los resultados muestran que los consumidores o turistas son el público del que se ocupan un mayor número de tesis, el 28,1%. A continuación se encuentran las empresas turísticas, con el 19,5% y en tercera posición, con el 16,2%, se encuentran las tesis que no tratan ninguna de las categorías de públicos específicos establecidas.

Comparando los periodos 2000-12 y 1990-99 se encuentran algunas diferencias importantes para el conjunto de las categorías de públicos establecidas. Específicamente, las diferencias más elevadas corresponden a los públicos que específicamente

no se contemplan en las categorías establecidas; a la interacción entre consumidores, empresas turísticas y administraciones turísticas, así como con los consumidores o turistas.

IV. 4. Ámbitos geográficos objeto de estudio

Estos ámbitos están referidos a las categorías siguientes: 1) Una localización, zona o área de un país; 2) Todo un país; 3) Varios países; 4) Todo un continente o al mundo en general; 5) No se refiere a ningún ámbito geográfico.

La mayoría de las tesis doctorales, el 58,6%, están centradas al estudio de una localidad, zona o área de un país. El 19,3% de las tesis están orientadas hacia el conjunto

Cuadro 5
Distribución por ámbitos geográficos objeto de estudio
de las tesis doctorales sobre turismo

Base: 88/420

Ámbito geográfico objeto de estudio	1990-99*	2000-12
Localidad, zona o área de un país	59,1	58,5
Todo un país	17,1	19,3
Dos o más países	3,4	5,0
Todo un continente/mundo	0,0	1,7
No se refiere a ámbitos geográficos	20,4	15,5
Total	100,0	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

* (Ortega y Rodríguez, 2004)

de un país, el 3,4% comprenden dos o más países y el 1,7% abarcan un continente o todo el mundo. Hay que destacar también, que un 15,5% de las tesis no tratan ningún ámbito geográfico.

Comparando los periodos 2000-12 y 1990-99 no se observan diferencias importantes para el conjunto de las categorías establecidas. Solamente entre las tesis que no se refieren a ámbitos geográficos concretos,

Cuadro 6
Distribución por países objeto de estudio
de las tesis de doctorales producidas entre 2000-2012

Base: 88/420

País	%
España	56,4
España y otros países	4,5
Brasil	3,6
México	3,6
Portugal	2,6
Venezuela	2,4
Otros países	11,4
No se refieren a países	15,5
Total	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

puede apreciarse un menor número de tesis de esta categoría en el periodo 2000-12.

Las tesis realizadas contemplan un total de 44 países, siendo España el país sobre el que se realizan un mayor número de tesis. Específicamente, el 56,4% de las tesis están referidas exclusivamente a España y adicionalmente, otro 4,5% se refieren a España y otros países. Brasil y México, son los dos países, después de España, más tratados en las tesis, con el 3,6% del total de tesis cada uno de ellos.

El número de tesis centradas en España ha experimentado un descenso considerable sobre el periodo de 1990-99 (Ortega y Rodríguez, 2004), en el que las tesis sobre España alcanzaban al 67,4% de las mismas. El mayor interés por la realización de tesis doctorales sobre otros países, es probablemente consecuencia de existir un mayor número de estudiantes de doctorado procedentes de países de Sudamérica.

IV. 5. Temáticas objeto de estudio

El turismo es un fenómeno económico-social al mismo tiempo que una industria heterogénea en la que se integran numerosas empresas que producen y prestan un amplio abanico de productos y servicios (Seaton y Bennet, 1996; Smith, 1990). Para Darbellay y Stock (2012) la investigación del turismo es compleja e interdisciplinaria, sin que puedan existir límites sobre las temáticas o tópicos objeto de estudio. Por este motivo, las categorías definidas en este trabajo comprenden 62 temáticas diferentes y una final destinada a “otras” temáticas no

incluidas en las primeras. La identificación de estas temáticas se ha realizado a partir de las categorías recogidas en el trabajo de Ortega y Rodríguez (2004), la revisión de trabajos sobre temas de investigación en publicaciones periódicas (Wickham, Dunn y Sweeny, 2012), así como a través de un análisis previo de las tesis doctorales antes de su codificación. La amplitud de temáticas contemplada evita clasificar un buen número de tesis dentro de una categoría heterogénea de “otras temáticas”. La mayoría de las tesis han sido codificadas en más de una categoría, habiéndose registrado en promedio 2 temáticas por cada tesis.

La temática más frecuente tratada en las tesis doctorales corresponde al estudio de Zonas o Áreas Turísticas, temática que está presente en el 18,3% de las tesis. La segunda temática, abordada en el 14,0% de las tesis, corresponde al estudio de los Alojamientos. En tercer lugar se encuentra la Gestión Medioambiental y el Turismo Sostenible, temática estudiada en el 12,1% de las tesis. El cuarto lugar corresponde a la Gestión, Organización y Estrategias, Competitividad, Recursos y Capacidades, temática examinada en el 11,9% de las tesis. En quinto lugar está el estudio de Perspectivas, Desarrollo Turístico y Proyecciones, temática tratada en el 10,7% de las tesis. Hay que señalar que 8 de las 62 categorías de temáticas previstas no han sido tratadas en ninguna tesis doctoral en el periodo 2000-2012, si bien lo fueron en el periodo anterior estudiado por Ortega y Rodríguez(2004). Por otro lado, hay que añadir que el 9,8 % de las tesis han estudiado temáticas distintas de las previstas en las 62 categorías. (Véase cuadro 7)

Cuadro 7
Distribución por temáticas estudiadas en las tesis doctorales
sobre turismo producidas entre 2000-2012

Temáticas	%*
1. Zonas y Áreas turísticas	18,3
2. Alojamientos	14,0
3. Aspectos y Gestión Medioambiental y Turismo Sostenible	12,1
4. Gestión, Organización y Estrategias, Competitividad, Recursos y Competencias	11,9
5. Perspectivas, Desarrollo Turístico y Proyecciones	10,7
6. Imagen, Percepciones y Responsabilidad Social Corporativa	8,1
7. Modelos Turísticos	7,9
8. Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo	7,9
9. Comunicación, Promoción y Publicidad	6,2
10. Agencias de Viajes y Touroperadores	6,0
11. Tecnología Informáticas, TICs, Webs, Internet e Innovación	6,0
12. Formación, Aprendizaje, Educación y Recursos Humanos	5,5
13. Aspectos Culturales, Artísticos y Patrimonio Cultural	4,5
14. Demanda y Oferta Turística, Estacionalidad de la Demanda	4,5
15. Satisfacción, Preferencias, Experiencias y Lealtad-Fidelidad	4,5
16. Planificación y Política Turística, Indicadores Turísticos	4,3
17. Recursos y Espacios Naturales, Paisaje Clima	4,3
18. Calidad	4,0
19. Planificación Territorial y Urbana	3,8
20. Aspectos Jurídicos y Normativos	3,8
21. Turismo Temático (Naturaleza, festivales, aventura, sexo, fluvial, activo, enoturismo, pesca deportiva)	3,6
22. Aspectos Históricos	3,1
23. Comercialización, Marketing, Lanzamiento de Productos	2,9
24. Turismo Residencial, Turismo de Retorno	2,9
25. Impactos del Turismo	2,4
26. Actitudes, Motivaciones, Emociones, Expectativas	2,4
27. Comportamientos, Estilos de Vida	2,4
28. Turismo Cultural, Museos	1,9
29. Turismo de Golf, Campos de Golf	1,9
30. Turismo Urbano	1,4
31. Aspectos Económicos, Cuentas Satélite	1,4
32. Turismo de Salud	1,4
33. Elecciones de Destinos	1,2
34. Aspectos Etnográficos, Antropológicos, Sociológicos	1,2
35. Empleo	1,2

Cuadro 7 (Cont.)
Distribución por temáticas estudiadas en las tesis doctorales
sobre turismo producidas entre 2000-2012

Temáticas	%*
36. Turismo Náutico, Puertos Deportivos	1,2
37. Turismo Tercera Edad, Mayores, Turismo Accesible y para Discapacitados	1,2
38. Convención Bureaus, Oficinas de Turismo	1,0
39. Medios de Transporte	1,0
40. Paquetes Turísticos	1,0
41. Infraestructuras, Equipamientos Turísticos	0,7
42. Turismo Religioso	0,5
43. Aspectos Socioeconómicos	0,5
44. Restaurantes, Gastronomía	0,5
45. Aspectos Literarios y Divulgativos	0,2
46. Ciudades, Localidades	0,2
47. Turismo Cinegético	0,2
48. Turismo de Negocios, Turismo de Congresos	0,2
49. Ocio	0,2
50. Influencias del Entorno	0,2
51. Gasto Turístico	0,2
52. Valor	0,2
53. Información Turística	0,2
54. Palacios de Congresos	0,0
55. Parques Temáticos, de Ocio	0,0
56. Turismo de Masas	0,0
57. Turismo de Sol y Playa	0,0
58. Turismo Ecuestre	0,0
59. Turismo Social	0,0
60. Turismo de Nieve	0,0
61. Quejas y Reclamaciones	0,0
62. Casinos	0,0
63. Otras	9,8

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

* El porcentaje es superior a cien por existir tesis que tratan más de una temática.

Los resultados sobre las temáticas investigadas en las tesis doctorales de turismo producidas en el periodo 2000-12, no pueden compararse exactamente con las

temáticas obtenidas en el estudio de Ortega y Rodríguez (2004), dado que en ese estudio se contemplan un menor número de categorías temáticas, 46 en total, frente a las

62 temáticas que se utilizan en el presente trabajo.

Tampoco resultan comparables los resultados con la investigación realizada recientemente sobre Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda (Weiler, Moyle y McLennan, 2001), ya que en el trabajo de estos autores las tesis están clasificadas en categorías de disciplinas y no en temáticas. De forma similar ocurre con la investigación de Ying y Xiao (2012) en Norteamérica y con la investigación de Huang (2011) sobre las tesis doctorales en China en el periodo 1999-2009.

La clasificación de las tesis doctorales en base a las temáticas investigadas proporciona una información más definida sobre las tendencias de la investigación turística que las clasificaciones a partir de disciplinas. No obstante, ambas clasificaciones se complementan de alguna manera.

Cruzando los datos de las temáticas de las tesis doctorales por sí mismas, se obtiene una amplia matriz de datos (63x63 filas y columnas) que permite analizar para cada temática la distribución de las demás temáticas con las que comparten el objeto de estudio de las tesis doctorales. Centrando este análisis en las diez temáticas con mayor número de tesis, se observa que para las Zonas y Áreas Turísticas, es la temática de Perspectivas, Desarrollo Turístico y Proyecciones (15,6%) con la que más comparte el objeto de estudio. Para los Alojamientos, es la temática de Gestión, Organización y Estrategias, Competitividad, Recursos y Competencias (34,0%). Para la temática de Aspectos y Gestión Medioambiental y Tu-

rismo Sostenible, son las temáticas de Zonas y Áreas Turísticas (13,7%) y Alojamientos (13,7%) con las que están más vinculadas. En el caso de Gestión, Organización y Estrategias, Competitividad, Recursos y Competencias, es la temática de Alojamientos (34,0%). Para la temática Perspectivas, Desarrollo Turístico y Proyecciones, es la temática de Zonas y Área Turísticas (26,7%).

Para la sexta temática con mayor número de tesis, Imagen, Percepciones y Responsabilidad Social Corporativa, es la temática de Comunicación, Promoción y Publicidad (26,5%) con la que más comparte el objeto de estudio. Para la temática Modelos Turísticos, es la temática de Aspectos y Gestión Medioambiental y Turismo Sostenible (15,2%). En el caso de la temática Turismo Rural, Agroturismo y Ecoturismo, es la temática de Zonas y Áreas Turísticas (15,2%). Para la temática Comunicación, Promoción y Publicidad, es la temática de Imagen, Percepciones y Responsabilidad Corporativa (34,6%). Para la décima temática, Agencias de Viajes y Touroperadores, es la temática de Tecnologías, TICs, Webs, Internet e Innovación (32,0%).

IV. 6. Fuentes de información utilizadas

Desde la perspectiva de la investigación, las fuentes de información que pueden utilizarse para la misma se clasifican habitualmente en primarias y secundarias (Kelly, 2007; Rabianski, 2003). Las fuentes de información permiten obtener a través de ellas datos primarios y secundarios respectivamente. Los datos primarios son aquellos que

Cuadro 8
Fuentes de información utilizadas en las tesis doctorales sobre turismo producidas entre 2000-2012

Fuentes	Número	%
Primarias	96	22,9
Secundarias	55	13,1
Ambas	27	6,4
No disponible	242	57,6
Total	420	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

se obtienen de una investigación específica con un objetivo determinado. Estos datos no existen antes de realizar la investigación. Los datos secundarios se corresponden con aquellos que han sido elaborados previamente por alguien con un propósito determinado, por lo que en general son fácilmente accesibles.

Las características de los resúmenes de las tesis doctorales examinadas muestran que en la mayoría de ellos, 56,6%, no se especifica ni puede deducirse con precisión las fuentes de información utilizadas. No obstante, las fuentes primarias se han utilizado en el 22,9% de las tesis; las fuentes secundarias en el 13,1% y conjuntamente ambas, en el 6,4%.

Dentro de las limitaciones de los datos registrados, la utilización de las fuentes primarias, en las tesis realizadas en el Área de Competencias de Humanidades, es bastante superior (60%) al valor medio existente para todas las Áreas. También en el Área de Sociología la utilización de las fuentes primarias es superior (52,4%) al valor medio. Por el contrario, en el Área de Competencias de Geografía y Análisis Geográfico, la uti-

lización de las fuentes primarias es inferior (9,4%) al valor medio. A nivel de las universidades en las se que han producido las tesis doctorales, así como a lo largo de los años del periodo considerado, no se observan diferencias importantes sobre las fuentes utilizadas con relación a los valores medios generales.

Considerando las temáticas objeto de estudio en las tesis doctorales y las fuentes de información utilizadas, se observa un mayor uso de las fuentes primarias para las temáticas siguientes: 1) Actitudes, Motivaciones, Emociones y Expectativas, (60,0%); 2) Calidad, (64,7%); 3) Imagen y Percepciones, Responsabilidad social Corporativa, (52,9%); 4) Satisfacción, Preferencias, Experiencias, Lealtad-Fidelidad, (52,6%). La utilización de las técnicas cualitativas resulta superior en la temática de Zonas y Áreas Turísticas (15,6%).

IV. 7. Tipo de técnicas utilizadas

Este tipo de técnicas están relacionadas con el paradigma positivista, funcionalita,

Cuadro 9
Tipo de técnicas utilizadas en las tesis doctorales
sobre turismo producidas entre 2000-2012

Tipo de técnicas	Número	%
Cualitativas	30	7,1
Cuantitativas	94	22,4
Ambas	53	12,6
No disponible	243	57,9
Total	420	100,0

FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

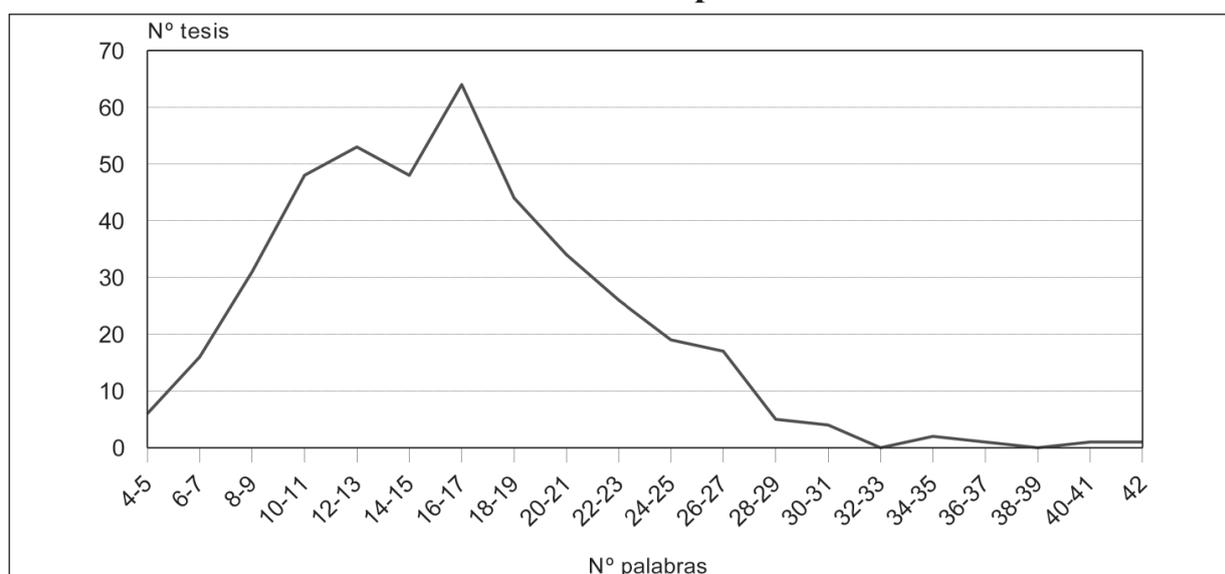
estructurado y objetivo frente al paradigma fenomenológico, interpretativo, humanista y subjetivo. Las técnicas cuantitativas se corresponden con el primer paradigma y las técnicas cualitativas con el segundo. (Hussey y Hussey, 1997; Ortega, Rodríguez y Christofle, 2012). Adicionalmente se contempla en la categoría del tipo de técnicas, la utilización conjunta de ambos tipos (Kirivokapic-Skoko y O'Nelill, 2011; Jogulu y Pansiri, 2012).

Las características de los resúmenes de las tesis doctorales examinadas muestran que en la mayoría de ellos, 57,9%, no se especifica ni puede deducirse con precisión los tipos de técnicas empleadas. Al margen de esta limitación, hay que señalar el predominio de las técnicas cuantitativas, 22,4% frente a las técnicas cualitativas, 7,1%. La utilización conjunta de ambos tipos de técnicas representa el 12,6% de todas las tesis. El predominio de las técnicas cuantitativas sobre las técnicas cualitativas ha sido tradicional en muchas disciplinas, incluido el turismo, como han señalado diferentes autores (O'Leary y Deega, 2005; Ortega, Rodríguez y Christofle, 2012; Riley y Love, 2000).

Considerando las Áreas de Competencias en las que se han producido las tesis, la utilización de las técnicas cuantitativas resultan superiores en comparación con el valor medio de todas las tesis para el Área de Economía y Economía de la Empresa (32,2%). Por el contrario, en el Área de Geografía y Análisis Geográfico (9,4%) la utilización de las técnicas cuantitativas es inferior. La utilización conjunta de ambos tipos de técnicas es mayor para las áreas de Humanidades (40,0%) y de Ingeniería y Proyectos de Ingeniería (42,9%). En el ámbito de las universidades en las que se han producido las tesis doctorales, así como a lo largo de los años del periodo considerado, no se observan diferencias importantes en los tipos de técnicas utilizadas con relación a los valores medios generales.

Considerando las temáticas objeto de estudio en las tesis doctorales y el tipo de temáticas utilizadas, se puede observar una utilización mayor de las técnicas cuantitativas que el promedio general para las temáticas siguientes: 1) Calidad (58,8%); 2) Demanda y Oferta Turística, Estacionalidad, Estacionalidad de la Demanda (47,4%); 3)

Figura 1
Distribución del número de palabras de los títulos de las tesis doctorales sobre turismo producidas entre 2000-2012



FUENTE: Elaboración propia a partir de TESEO

Satisfacción, Preferencias, Experiencias, Lealtad-Fidelidad, (52,6%). Las técnicas cualitativas resultan más empleadas que en el promedio de las tesis para la temática de Empleo (40,0%).

IV. 8. Extensión de los títulos de las tesis

Los títulos de las tesis doctorales deben sintetizar bien la temática investigada, facilitando así a los posibles lectores una información importante sobre el contenido de la tesis. Los títulos se utilizan también en las bases de datos y en la citación en publicaciones científicas, libros y otras tesis, por lo que para facilitar el registro de estas tareas los títulos no deben contener términos superfluos ni abreviaturas. La Asociación

Americana de Psicología en su *Manual para Publicaciones* (APA, 2012) recomienda utilizar títulos de 12 palabras como máximo.

El conjunto de títulos de las tesis doctorales presenta una media de 17 palabras por tesis, con un valor mediano de 16. A lo largo de los diferentes años considerados, el valor medio más elevado corresponde al año 2010 con 21,0 palabras, mientras que el valor medio más bajo está en el año 2005, con 14,2 palabras. El título más extenso con 42 palabras, corresponde a la tesis de Guijarro (2010), denominada *Estudio de la literatura y modelos de negocio en la implantación de CRM –modelo cliente céntrico- como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva de la Pyme: Estudio empírico de la aplicación de un CRM -modelo cliente*

céntrico- en agencias de viajes. El título más corto con 4 palabras lo comparten dos tesis, la de Zizandra (2009) denominada *Redes transfronterizas en Turismo* y la de Gómez (2011) denominada *Turismo enológico en España*. Las características de la tesis más extensa recogida anteriormente, plantea algunos interrogantes sobre la supervisión de las tesis doctorales por parte de los tutores, directores y departamentos, así como sobre las máximas calificaciones que reciben la mayoría de las tesis doctorales. Estos aspectos han sido puestos de manifiesto por algunos autores en un pasado no lejano (Michavila y Calvo, 1998; Valcarcel et al., 2002), estando todavía pendientes de resolver a pesar de las diferentes reformas de los estudios de doctorado y de las tesis doctorales realizadas en España desde la fecha de esos trabajos hasta el momento presente.

Las tesis producidas en la universidad de Alicante son las que tiene en promedio los títulos más largos, con 17,3 palabras. Por el contrario, es la universidad de las Islas Baleares la que tiene en promedio los títulos más cortos con 13,7 palabras. Teniendo en cuenta las Áreas de Competencias, es en el Área de Ingeniería y Proyectos de Ingeniería el que presenta en promedio los títulos más largos, con 19,4 palabras. En el extremo opuesto se encuentra el Área de Ciencias Jurídicas, con un promedio de 12,3 palabras por tesis. Dentro de las diferentes temáticas estudiadas en las tesis doctorales, la de Formación, Aprendizaje, Educación y Recursos Humanos, es la que registra los títulos más largos, con un promedio de 20 palabras. En el lado opuesto se encuentra la temática de Aspectos Jurídicos y Normativos, con un promedio de 13,1 palabras por título.

V. CONCLUSIONES

El objeto de este trabajo ha descansado en analizar las tesis doctorales sobre turismo producidas en las universidades españolas entre los años 2000-2012, desde diferentes perspectivas, como es su evolución y vinculación con las universidades y departamentos, los públicos y ámbitos geográficos objeto de estudio, las temáticas o tópicos investigados, las fuentes y tipos de técnicas utilizadas y la extensión de los títulos de las propias tesis. Adicionalmente, algunos de estos aspectos han podido ser comparados con otro trabajo previo sobre las tesis doctorales producidas entre los años 1990-1999 (Ortega y Rodríguez, 2004). Finalmente, se ha evaluado la capacidad de los resúmenes de las tesis doctorales para conocer la situación, tendencias y herramientas de la investigación en el área del turismo.

Los datos sobre la producción de tesis doctorales en el área de turismo muestran un crecimiento medio en el periodo 2000-2012 de casi cuatro veces sobre la producción media en el periodo de 1990-1999. Un crecimiento ligeramente menor se registra también en el conjunto de las tesis doctorales producidas en Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda en el periodo 2000-2010, según se detalla en la investigación de Weiler, Moyle y McLennan, (2012). Aunque las causas del elevado crecimiento experimentado en las tesis doctorales de turismo no han sido objeto de investigación, las razones pueden ser, como indican los autores citados, parecidas a las que han favorecido el crecimiento de la investigación turística. (Tribe and Airey, 2007).

La producción de las tesis doctorales sobre turismo se extiende a la mayoría de las universidades españolas, si bien existe una concentración elevada en unas pocas universidades, principalmente en las universidades situadas en las provincias turísticas y en la universidad Complutense de Madrid. Las cinco primeras universidades producen el 35,7% de las tesis y las diez primeras el 54,0% de todas las tesis. Esta concentración de la producción de tesis ha descendido sensiblemente en comparación con el periodo 1990-1999. La concentración de las tesis doctorales en España en el periodo 2000-2012 es muy superior a la que se registra en el conjunto de las universidades de Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, ya que las 10 primeras universidades concentran solamente el 26% de las tesis, reuniendo las 20 primeras universidades el 40% de las tesis (Weiler, Moyle y McLennan, 2012).

Los resultados obtenidos muestran que el Área de Competencias con mayor número de tesis doctorales en España es el de Economía-Economía de la Empresa con el 43,8% de las tesis, valor parecido al registrado en el periodo de 1990-1999 en las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales. El Área de Geografía y Análisis Geográfico ocupa el segundo lugar en la producción de tesis, registrando el 15,2% de todas las tesis, habiendo experimentado un incremento importante sobre el periodo 1990-1999. Aunque las Áreas de Competencias de las tesis doctorales en España no se pueden comparar exactamente con las disciplinas asociadas a la producción de tesis doctorales en el trabajo de Weiler, Moyle y McLennan (2012), hay que destacar el peso impor-

tante que tienen las tesis realizadas en las disciplinas de Estudios Medioambientales (16,9%), Psicología (16,7%) y Antropología (13,1%). Las disciplinas de Marketing, Negocios y Economía totalizan el 27,4% de las tesis producidas en el conjunto de Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda en el periodo 2000-2009.

Los datos obtenidos sobre los públicos objeto de estudio en las tesis doctorales muestran un cierto predominio de los consumidores o turistas con respecto a las empresas turísticas y las administraciones turísticas. En comparación con el periodo de 1990-1999, se observa un aumento del interés por los usuarios o consumidores (28,1% frente al 18,2%), mientras que la interacción consumidores-empresas-administraciones turísticas se reduce a casi una tercera parte (30,7% frente al 11,2%).

Las temáticas tratadas en las tesis doctorales son más numerosas que las contempladas en el trabajo de Ortega y Rodríguez (2004), por lo que la comparación entre ambos periodos no resulta adecuada. La utilización de 62 categoría de temáticas y una adicional para "otras", ha permitido identificar mejor los contenidos objeto de investigación en las tesis doctorales, evitando así la concentración de muchas temáticas en la categoría de "otras", que solamente ha registrado el 9,8% de las tesis. La mayoría de las tesis tratan simultáneamente varias temáticas, en promedio 2 por tesis, lo que da lugar a que la distribución de los porcentajes de todas las temáticas supere ampliamente el cien. Teniendo en cuenta lo expuesto, los datos obtenidos muestran que la temática más investigada es la de Zonas

y Áreas Turísticas, temática que está presente en el 18,3% de las tesis producidas. El tratamiento realizado con los datos de las temáticas permite identificar las diferentes temáticas utilizadas dentro de cada una de ellas.

Las fuentes de información primarias utilizadas para realizar las tesis doctorales predominan sobre las secundarias, si bien los datos obtenidos no pueden considerarse concluyentes como consecuencia de que en la mayoría de los resúmenes de las tesis doctorales sus autores no especifican esta información. De forma análoga, el tipo de técnicas cuantitativas utilizadas en la realización de las tesis doctorales predomina sobre las técnicas cualitativas, sin que los datos puedan considerarse definitivos, al existir aquí también el problema de falta de información en los resúmenes de las tesis doctorales sobre el tipo de técnicas empleadas.

El trabajo realizado representa una aportación al conocimiento sobre la evolución y situación de la investigación turística a través de las tesis doctorales producidas en las universidades españolas. Al igual que sucede en trabajos similares realizados sobre otros países, estos trabajos descansan en el análisis de los resúmenes de las correspondientes tesis doctorales, obtenidos normalmente on-line a partir de bases de datos especializadas. La redacción de los resúmenes con los aspectos fundamentales de las tesis resulta muy importante para conocer la situación y progreso de la investigación turística en España. De la investigación realizada se desprende que los resúmenes de las

tesis doctorales examinados adolecen de carencias importantes, así como de una estructura adecuada para servir al fin indicado. Un resumen correcto, con independencia de su extensión, debería contener de forma clara y concisa los aspectos siguientes: Razones para la elección de tema investigado, objetivos, tipos de técnicas utilizadas, muestras, técnicas de análisis empleadas y conclusiones de la investigación. También la base de datos TESEO adolece de algunas carencias relacionadas con este trabajo. En primer lugar, la falta de identificación de los centros en los que se han producido las tesis. En segundo lugar, la falta de registro de la extensión en páginas de tesis. Finalmente, la falta de homogeneidad en el idioma del título de la tesis, ya que existen títulos en diferentes lenguas españolas y en inglés y portugués. El título debería estar redactado en el mismo idioma que la tesis y siempre también en castellano.

BIBLIOGRAFÍA

- AGÈNCIA VALENCIANA DEL TURISME (2006), "Análisis de las tesis doctorales de turismo realizadas en las universidades españolas", *Papers de Turisme*, no. 40, pp. 111-116
- APA (2012), *Publication Manual*, Sixth Edition, Washington DC, American Psychological Association.
- BAO, J. (2002), "Tourism geography as the subject of doctoral dissertations in China, 1989-2000", *Tourism Geographies*, Vol.4, No. 2, pp. 148-152.
- BERG, B.L. (1998), *Qualitative research methods for the social sciences*, 3a edición, Allyn and Bacon, Boston, MA.
- BOTTERILL, D., HAVEN, C. Y GALE, T. (2002), "A survey of doctoral theses accepted by universities

- in the UK and Ireland for studies related to tourism, 1990–1999”, *Tourist Studies*, Vol.2, No. 3, pp.283–311.
- BOTTERILL, D., HAVEN, C. Y GALE, T. (2002), “A survey of doctoral theses accepted by doctoral dissertations, 1987–2000”, *Annals of Tourism Research*, Vol 29, No. 4.
- CLEARY, R. E. (2000), “The public administration doctoral dissertation reexamined: An evaluation of the dissertation of 1998”, *Public Administration Review*, Vol. 60, No. 5, pp. 446-455.
- DARBELLAY, F. Y STOCK, M. (2012), “Tourism as complex interdisciplinary research object”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp.441-458
- DAS, A. Y HANDFIELD, R. (1997), “A Meta-Analysis of Doctoral Dissertations in Purchasing”, *Journal of Operations Management*, Vol.15, No.2, pp.101-121.
- DAVIES, R.E. Y ROLFE, G. (2009), “PhD by publication: A prospective as well as retrospective award? Some subversive thoughts”, *Nurse Education Today*, 29, pp.590-594
- ESTEBAN, A. (2000), “La investigación turística en la Universidad Española”, *Estudios Turísticos*, No. 144-145, pp. 155-180.
- FUENTES, E. Y ARGUIMBAU, L. (2010), “Las tesis doctorales en España (1997-2008): análisis, estadísticas y repositorios cooperativos”, *Revista Española de Documentación Científica*, 33, pp.63-89.
- GÓMEZ, M^a (2011), *Turismo ecológico en España*. Tesis doctoral, Universidad Castilla-La Mancha, Departamento de Administración de Empresas.
- GUIJARRO, M^a (2010), *Estudio de la literatura y modelos de negocio de la implantación de CRM – Modelo cliente céntrico- como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva de la Pyme: estudio empírico de la aplicación de un CRM – modelo cliente céntrico- en agencias de viajes*. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, Departamento de Organización de Empresas.
- HALL, M. C. (1991), “Tourism as the subject of post-graduate dissertations in Australia”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 3, pp.520–523.
- HALL, C. M. Y PEDRAZZINI, T. (1989). *Australian higher degree theses in tourism, recreation and related subjects*. Occasional Paper No.2. Lismore: Australian Institute of Tourism Industry Management, University of New England, Northern Rivers.
- HODDELL, S., STREET, D., Y WILDBLOOD, H.(2002), Doctorates – converging or diverging patters of provision, *Quality Assurance in Education*, Vol. 10, No. 2, pp.61–70.
- HUANG, S. (2011), Tourism as the subject of China’s doctoral dissertations, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No.1, pp.316–319.
- HUSSEY, H. Y HUSSEY, R. (1997), *Business Research*, London, MacMillan Press Ltd.
- INE (2012), *Cuenta Satélite del Turismo de España*. Serie 2008-11, Nota de prensa, 18 de diciembre de 2012, Instituto Nacional de Estadística, disponible en: <<http://www.ine.es/prensa/np757.pdf>>, [acceso realizado el 5 de febrero 2012].
- JAFARI, J. Y AASER, D. (1988), “Tourism as the subject of doctoral dissertations”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, No. 3, pp.407–429.
- JOGULU, U.D. Y PANSIRI, J. (2012), “Mixed methods: a research design for management doctoral dissertations”, *Management Research Review*, Vol. 34, No. 6, pp. 687-701.
- KAMLER, B. (2008), “Rethinking doctoral publication practices: Writing from and beyond the thesis”, *Studies in Higher Education*, Vol.33, No. 3, pp.283-294.
- KELLY, J. (2008), “Data Collection: Key Stone and Cornerstones, En: Van Hamersveld, M. y De Bont, C.(Eds), *Market Research Handbook*, fifth edition, Chichester, Esomar/John Wiley & Sons, pp.61-98.
- KIRIVOKAPIC-SKOKO, B. Y O’NEILL, G. (2011), “Beyond the qualitative-quantitative distinction:

- Some innovative methods for business and management research”, *International Journal of Multiple Research Approaches*, Vol.5, No. 13, pp. 290-300.
- KRIPPENDORFF, K. (1980), *Content analysis: An introduction to its methodology*, Sage, Beverly Hills, California. Existe una traducción en español bajo el título, *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós 1990, Barcelona.
- MANICKAS, P.A. Y SHEA, L. J. (1997), “Hotel complaint behaviour and resolution: A content analysis”, *Journal of Travel Research*, Vol. 36, No. 2, pp. 68-73.
- MEYER-ARENDE, K. J. Y JUSTICE, C. (2002), “Tourism as the subject of North American doctoral dissertations”, 1987–2000, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 4, pp.1171–1174.
- MEYER-ARENDE, K.J. (2000), “Commentary: Tourism geography as the subject of North American Doctoral dissertations and Master’s theses, 1951-98”, *Tourism Geographies*, Vol. 2, No. 2, pp. 140-156.
- MICHAVILA, F. Y CALVO, B. (1998), *La universidad española hoy*, Editorial Síntesis, Madrid, pág. 140.
- NEUENDORF, K. A. (2002), *The content analysis guidebook*, Sage Publications.
- O’LEARY, S. Y DEEGAN, J. (2005), “Ireland’s Image as a Tourism Destination in France: Attribute Importance and Performance”, *Journal of Travel Research*, Vol. 43, pp.247-256.
- ORTEGA, E. Y RODRIGUEZ, B. (2004), “La investigación turística a través de tesis doctorales: Un análisis comparativo entre España y Francia”, *Estudios Turísticos*, No. 159, pp. 5-27
- ORTEGA, E. (2010), “La investigación en marketing a través de las tesis doctorales españolas”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 16, No.1, pp. 127-147.
- ORTEGA, E., MORA P. Y CAMPOS, L.R. (2006), “El eslogan en el sector turístico español”, *Cuadernos de Turismo*, No 17, pp.127-146.
- ORTEGA, E., RODRÍGUEZ, B. Y CHRISTOFLE, S. (2012), “The Pie Method Applied to the European Capitals Image”, *Cuadernos de Turismo*, No. 29, pp.161-182.
- PARK, C. (2005), “New variant PhD: The changing nature of the doctorate in the UK”, *Journal of Higher Education Policy and Management*, Vol.27, No. 2, pp.189-207.
- RABIANSKI, J.S. (2003), “Concepts, concerns, errors and issues”, *The Appraisal Journal*, Vol. 71, No. 1, pp.43-55.
- RILEY, R.W. Y LOVE, L.L. (2000), “The State of Quality Tourism Research”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No.1, pp.164-187.
- SEATON, A.V. Y BENNETT, M.M. (1996), “*The Marketing of Tourism Products: Concept, Issues, Cases*”, Thomson Business Press, London, pp. 4.
- SHRIVASTAVA, P. Y LIM, G. (1989), “A Profile of Doctoral Dissertations in Strategic Management: A Note”, *Journal of Management Studies*, Vol. 26, No.5, pp. 531-540.
- SIU, W-S. Y FUNG, M-I. (1998), “Hotel advertising in China: A content analysis”, *Journal of Professional Services Marketing*, New York, Vol. 17, No. 2, pp. 99-108.
- SMITH, S. (1990), *Tourism Analysis*, Longman, Harlow, Essex, pág. 183.
- TIAN, Y., LEE, H. Y LAW, R. (2011), “A Comparison of Research Topics in Leading Tourism Journals”, *International Journal of Tourism Sciences*, Vol. 11, No. 3, pp.108-126.
- TRIBE, J. Y AIREY, D. (2007), “A review of tourism research. En Tribe, J. and Airey, D. (Eds.), *Developments in tourism research*, pp. 3–14. Oxford: Elsevier. Universities in the UK and Ireland for studies related to tourism, 1990–1999.
- VALCARCEL, M., GARCÍA, E., MICHAVILA, F., DE MIGUEL, M., GINÉS, M. Y RIUS, F.X. (2002), El doctorado en las universidades españolas: situación

- actual y propuestas de mejora, Programa de estudios y análisis para la mejora de la calidad de la enseñanza superior y profesorado universitario. Disponible en: <http://www.madrimasd.org/empleo/documentos/doc/Estudio_programas_doc-torado.pdf>
[Acceso realizado el 22 enero 2013]
- WEILER, B., MOYLE, B. Y MCLENNAN, C-L. (2012), "Disciplines that influence tourism doctoral Research. The United States, Canada, Australia and New Zealand", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 3, pp.1425-1445.
- WICKHAM, M., DUNN, A. Y SWEENEY, S. (2012), "Analysis of the leading tourism journals 1999-2008", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No.3, pp.1718-1722.
- WILSON, K. (2002), "Quality assurance issues for a PhD by published work: A case study", *Quality Assurance in Education*, Vol. 10, No. 2, 71-78.
- XIAO, H. Y SMITH, S.L.J. (2006), "The Making of Tourism Research. Insights from a Social Science Journal", *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 2, pp. 490-507.
- YING, T. Y XIAO, H. (2012), "Knowledge Linkage: A Social Network Analysis of Tourism Dissertation", *Subjects, Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 36, No. 4, pp.450-473.
- ZIZANDRA, I. (2009), *Redes transfronterizas en turismo*. Tesis doctoral, Universidad de Gerona, Departamento de Organización, Gestión Empresarial y Diseño del Producto.