

## LA INVESTIGACION TURISTICA A TRAVÉS DE TESIS DOCTORALES. UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE ESPAÑA Y FRANCIA

Enrique Ortega Martínez\* y Beatriz Rodríguez Herráez\*\*

**Resumen.** Las tesis doctorales sobre las actividades turísticas constituyen una fuente importante de investigación científica del turismo, sin embargo, las investigaciones realizadas sobre las tesis doctorales son todavía reducidas a nivel internacional. Con este trabajo se efectúa una original contribución al conocimiento de la actividad turística mediante un análisis comparativo de las tesis doctorales realizadas en España y en Francia a través de las bases de datos especializadas existentes en estos países. Aunque ambos países son los actuales líderes del turismo internacional, la investigación turística realizada en ellos a través de las tesis doctorales presenta diferencias importantes, principalmente sobre las temáticas y entornos geográficos investigados así como en los centros de producción de las tesis doctorales.

**Palabras clave:** Investigación turística, tesis doctorales, bases de datos.

**Abstract.** Doctoral dissertations on tourism activities constitute an important source of scientific tourism-research, nevertheless at an international level these are as yet sparse. With this study, an original contribution is made to the knowledge of tourism activities by way of a comparative analysis of doctoral dissertations in Spain and France through the specialised databases that exist in these two countries. Although both countries are the current leaders in international tourism, the tourism research effected in them through doctoral dissertations presents important differences, mainly with regard to the thematics and geographical environments researched as well as to the centres of production of the doctoral dissertations.

**Key Words:** Tourism research, doctoral dissertations, data bases.

### I. INTRODUCCIÓN

Las tesis doctorales representan una importante aportación investigadora en los campos sobre los que se realizan. Estas permiten conocer y evaluar la situación y progreso de la investigación científica, en la medida que las tesis doctorales representan una vía práctica para evaluar las aportaciones conceptuales y empíricas realizadas en un determinado campo de conocimiento (Das y Handfield 1997). Las investigaciones realizadas a través de las tesis doctorales cubren determinadas lagunas dejadas o indicadas en otros trabajos de investigación, al mismo tiempo que normalmente

dan lugar a publicaciones posteriores en diversas revistas científicas (Jack, Stephen y Evans 2001; Jeon 2001).

La investigación del turismo a través de tesis doctorales se remonta en España al año 1958, cuando se presenta una tesis titulada *La industria turística en la economía nacional y sus expectativas*, seguida de otra al año siguiente bajo la denominación de *El turismo social en España*. En el caso de Francia, los antecedentes son aún más lejanos, situándose en el año 1938, cuando se presentaron dos tesis doctorales bajo las denominaciones de *El turismo en la economía contemporánea* y *Turismo internacional. Su importancia en la*

\* Facultad CC.EE. (UCM). [marketeo@ccee.ucm.es](mailto:marketeo@ccee.ucm.es)

\*\* Facultad CC.EE. (UCM). [marketeo@ccee.ucm.es](mailto:marketeo@ccee.ucm.es)

*economía mundial, las grandes corrientes turísticas, sus factores.* Desde entonces, la investigación del turismo a través de tesis doctorales ha crecido en ambos países a un ritmo diferente, acelerándose a partir de los años noventa, por lo que el trabajo que se recoge en este documento se enmarcará a partir de este periodo de tiempo.

Hay que señalar que los trabajos sobre tesis doctorales relacionados con la actividad turística no son frecuentes hasta el momento en el entorno que nos rodea. Una búsqueda de trabajos realizados en este campo a través de las bases de datos *ABI Inform* y *Academia Search Premier* desde el año 1986 hasta la actualidad, solamente ha permitido localizar cuatro trabajos realizados por Jafari y Aaser (1988), Valerius y Mackay (1993), Meyer-

Arendet (2000) y Bao (2002). A estos trabajos se puede añadir el de Esteban (2000) en España, que por estar en lengua española no está recogido en las bases de datos señaladas. Estos trabajos están referidos exclusivamente a un país concreto, mientras que la investigación que se recoge en este documento descansa en un análisis comparativo de las tesis doctorales realizadas en España y en Francia desde 1990 hasta el año 2002.

Adicionalmente a la originalidad de este trabajo comparativo realizado por primera vez sobre la investigación turística entre España y Francia, el interés del mismo se corresponde también con el hecho de que ambos países llevan siendo desde hace varios años los líderes mundiales de turismo internacional.

**Cuadro 1**  
**Los 10 primeros países por destinos turísticos**

Países receptores	N.º Turistas (Millones)
1. Francia	76,7
2. Reino Unido	23,9
3. España	51,7
4. Fed. de Rusia	21,2*
5. Estados Unidos	41,9

Países receptores	N.º Turistas (Millones)
6. Canadá	20,0
7. Italia	39,8
8. México	19,7
9. China	36,8
10. Austria	18,6

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) \* Datos del año 2000

La metodología utilizada para la realización de esta investigación ha descansado en el análisis de contenido de los resúmenes de las tesis doctorales sobre turismo registradas en las bases de datos de España y de

Francia. Han sido objeto específico de análisis la producción de tesis doctorales, los colectivos objeto de las tesis, los entornos geográficos contemplados en las mismas, la identificación de los centros de produc-

ción de tesis doctorales en ambos países y las temáticas investigadas.

## II. BASES DE DATOS SOBRE TESIS DOCTORALES

Las bases de datos utilizadas en este trabajo se identifican con la base de datos *Teseo* del Ministerio de Educación, Cultura y Educación de España ([www.mcu.es](http://www.mcu.es)) y la base de datos *Abes/Sudoc* de la Agence Bibliographique de L'Enseignement Superior de Francia ([www.sudoc.abes.fr](http://www.sudoc.abes.fr)). Ambas bases pueden ser consultadas gratuitamente a través de Internet.

La base de datos *Teseo* contiene exclusivamente información sobre las tesis doctorales leídas en las universidades españolas desde 1976. Por el contrario, la base de datos *Abes/Sudoc* tiene una cobertura de información mucho más amplia, referida a diferentes tipos de publicaciones y materiales, tales como tesis, libros, manuscritos, artículos, imágenes, mapas, material audiovisual, música, recursos electrónicos y partituras musicales.

El procedimiento de búsqueda es bastante parecido en ambas bases, si bien existen algunas diferencias que afectan directamente al proceso de identificación del material necesario para nuestra investigación, representado por las tesis doctorales sobre turismo, a través de los resúmenes de las mismas. En este sentido hay que señalar que en la base de datos *Sudoc/Abes* no existe una clasificación formal de descriptores por materias en los que se pueda realizar la búsqueda, aunque cada tesis está

adscrita a diversas materias con las que tiene relación. Por este motivo, no es posible identificar, a través del descriptor correspondiente, las tesis doctorales existentes sobre turismo dentro de esta base de datos.

Por el contrario, en la base de datos *Teseo*, existe una clasificación de descriptores por materias de acuerdo con la clasificación de la Unesco en tres niveles. Las actividades turísticas aparecen en el tercer nivel, dentro de las Ciencias Económicas como primer nivel, en la Economía Sectorial como segundo nivel y dentro del Sector de Hostelería y Turismo en el tercer nivel. Sin embargo, hay que señalar que el número de tesis doctorales que sobre las actividades turísticas aparecen a través de la búsqueda por esta vía, es bastante inferior al número de tesis existente sobre esta materia, por lo que la búsqueda así realizada no refleja bien la realidad existente.

Como consecuencia de la carencia existente en la base de datos francesa y de las lagunas que presenta la base de datos española para identificar las tesis doctorales sobre turismo a través del descriptor correspondiente, se consideró conveniente estudiar la utilización de un procedimiento que pudiera ser empleado en ambas bases de datos y que al mismo tiempo, permitiera identificar el mayor número de tesis doctorales sobre las actividades turísticas en cada uno de los dos países.

La búsqueda de tesis doctorales que contengan en el título de las mismas el término turismo o una raíz truncada del mismo, como por ejemplo «turis», como se ha reali-

**Figura 1**  
Menú de búsqueda de la base de datos Teseo de España

**Figura 2**  
Menú de búsqueda de la base de datos Sudoc/Abes de Francia



zado en los trabajos de Jafari y Aaser (1988) y de Meyer-Arendt (2000), reduce considerablemente el número de tesis que tratan sobre esta actividad, ya que un buen número de tesis doctorales no contienen expresamente este término en su título, a pesar de estar centrado el objeto de las mismas en la actividad turística. En el cuadro 2 se exponen algunos ejemplos de esta carencia señalada para cada uno de los dos países objeto de estudio. Por las razones expuestas se pro-

cedió a realizar una búsqueda de todas aquellas tesis que tuvieran el término «turis» en el título o resumen de las mismas, lo que permitió encontrar 198 tesis doctorales en España y 397 en Francia. Un análisis de todos los resúmenes de estas tesis permitió retirar aquellas que no correspondían a tesis doctorales sobre la actividad turística, quedando finalmente 118 tesis doctorales en España y 157 en Francia para realizar un análisis de contenido de las mismas.

**Cuadro 2**  
**Ejemplos de tesis doctorales sobre turismo**  
**que no contienen el término «turismo» en el título de las mismas**

Títulos de las tesis doctorales	País
• Análisis de la satisfacción de los usuarios con las agencias de viajes: concepción, evaluación e implicaciones estratégicas.	España
• Comunicación e imagen de la empresa de servicios: Aplicación a los servicios hoteleros.	España
• La calidad de los servicios. La influencia de las experiencias del consumidor en la evaluación de un servicio de hostelería.	España
• La propiedad a tiempo compartido (Timeshare): Estudio comparativo del derecho egipcio.	Francia
• Las perspectivas de desarrollo de las compañías charter aéreas de Europa en el Mercado Único.	Francia
• Los puertos deportivos del litoral la Costa Azul. Estudio geográfico.	Francia

### III. SOBRE EL ANÁLISIS DE CONTENIDO Y EL PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de contenido tiene una larga tradición en el estudio de los mensajes. Neuendorf (2002) se refiere de una forma sintética al análisis de contenido, como un análisis sistemático, objetivo y cuantitativo de las características del mensaje. Esto

incluye el análisis de publicaciones escritas, programas y anuncios publicitarios, emisiones y anuncios en la radio, películas, discursos, análisis de la world wide web y muchas cosas más. Hay que señalar no obstante, que no todos los estudios del contenido del mensaje se realizan bajo la perspectiva y metodología del análisis de contenido. El contenido del mensaje puede llevarse a cabo a través de diferentes planteamientos, como puede ser, el análisis retórico, el análisis del discurso, el

análisis narrativo, el análisis semiótico, el análisis interpretativo, el análisis de protocolos (Lindlof 1995; Richardson 1996; Gunter 2000). Las definiciones del análisis de contenido que realizan diversos autores y que se recogen en el cuadro 3, ponen de manifiesto el carácter sistemático y cuantitativo que se atribuye al mismo, frente a las posiciones de utilización cualitativa o cuantitativa que otros autores confieren a esta técnica (Sarantakos 1993; Insch *et al.* 1997, Berg 1998, Beccaria 2001; Thompson 2001).

Rogers (1994) identifica en el año 1927 la aparición de la primera tesis doctoral sobre el análisis de contenido escrita por

Harold D. Lasswell con el título de *Un análisis de contenido de las técnicas de propaganda durante la primera guerra mundial*. Posteriormente Lasswell introduciría mejoras importantes en su trabajo sobre el análisis de contenido realizando muchos estudios cuantitativos sobre la propaganda antes y durante la segunda guerra mundial. Fue director de la División Experimental para el estudio de las comunicaciones en tiempo de guerra en la Librería del Congreso de los Estados Unidos (Lasswell *et al.* 1949; Rogers 1994). La contribución de Lasswell al conocimiento científico del análisis de contenido fue realmente importante (Neuendorf 2002).

### Cuadro 3

#### Algunas definiciones del análisis de contenido

Definiciones
<ul style="list-style-type: none"><li>• El análisis de contenido es una técnica dirigida a describir con óptima objetividad, precisión y generalidad, aquello que se ha dicho sobre un determinado aspecto, en un lugar concreto y en un momento dado (Lasswell <i>et al.</i> 1952)</li><li>• Técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación (Berelson 1952)</li><li>• Técnica de estudios específicos de comunicación que utiliza el método hipotético-deductivo (Holsti 1969)</li><li>• Técnica de investigación para realizar inferencias y replicaciones válidas a partir de datos que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff 1980)</li><li>• El análisis de contenido es un método de investigación que utiliza diversos procedimientos para realizar inferencias válidas a partir de textos (Weber 1990)</li><li>• Método de investigación de observación empleado para evaluar sistemáticamente el contenido simbólico de cualquier forma de comunicación grabada (Kolbe y Burnett 1991)</li><li>• Técnica de recogida, clasificación y análisis de la información contenida en comunicaciones manifestadas oralmente o por escrito, mediante un procedimiento objetivo, sistemático y cuantitativo cuya finalidad es descriptiva e inferencial con respecto al contexto donde se genera (Bigné 1999)</li><li>• El análisis de contenido es un resumen de análisis cuantitativos de mensajes que descansa en el método científico, que no está limitado a los tipos de variables que pueden ser medidas o al contexto en el que los mensajes se crean o presentan (Neuendorf 2002)</li><li>• Paralelamente a las aportaciones indicadas de Lasswell, fueron los trabajos de Berelson y Lazarsfeld (1948) y de Lazarsfeld (1952), los que marcaron el reconocimiento del análisis de contenido como técnica de investigación, enriquecida posteriormente por las aportaciones de otros autores entre los que se encuentran, Budd, Thorp y Donohew (1967), Holsti (1969), Krippendorff (1980), Weber (1990), Francfort-Nachmias y Nachmias (1996), Berg (1998) y Neuendorf (2002).</li></ul>

Paralelamente a las aportaciones indicadas de Lasswell, fueron los trabajos de Berelson y Lazarsfeld (1948) y de Lazarsfeld (1952), los que marcaron el reconocimiento del análisis de contenido como técnica de investigación, enriquecida posteriormente por las aportaciones de otros autores entre los que se encuentran, Budd, Thorp y Donohew (1967), Holsti (1969), Krippendorff (1980), Weber (1990), Francfort-Nachmias y Nachmias (1996), Berg (1998) y Neuendorff (2002).

La utilización del análisis de contenido se ha extendido a un gran número de disciplinas, entre las que se encuentran la psicología, la sociología, la ciencia política, la comunicación, la gestión de empresas, el marketing, el turismo (Manikas y Shea 1997; Wai-Sum y Man-Yi Fung 1998) y otras más. Incluso, el análisis de contenido es una importante herramienta de trabajo empleada por la CIA, el FBI y otras agencias de inteligencia (Parris 2002). Sin embargo, la popularidad del análisis de contenido en España y Francia no es ni mucho menos la que existe en Estados Unidos y el Reino Unido. Si nos referimos al ámbito próximo a nuestro trabajo, el de las tesis doctorales, observamos que de todas las tesis españolas registradas en la base *Teseo* en el periodo 1976/1980, solamente cuatro de ellas hacen referencia a la utilización del análisis de contenido en las mismas. Entre 1981 y 1990 existen 33 tesis doctorales que utilizan el análisis de contenido, pasándose a 108 tesis doctorales durante el periodo comprendido entre 1991 y 2000 (Ortega 2002). Las cifras indicadas, muestran de alguna manera, una cierta expansión de la utilización del análisis de contenido en la investigación española durante la última década.

La utilización del análisis de contenido debe contemplar la existencia de varias fases en el desarrollo de la investigación, fases que difieren en número y contenido según los autores (Krippendorff 1980; Weber 1990; Frankfort-Nachmias y Nachmias 1996; Berg 1996; Bigné 1999; Neuendorff 2002). En la presente investigación hemos planteado el análisis de contenido en siete fases, con las características que a continuación se exponen:

### **III.1. Primera fase**

La primera fase del análisis de contenido consiste en formular los diferentes aspectos o hipótesis a investigar, que en nuestro caso son los siguientes:

1. Determinar la participación y evolución de las tesis doctorales sobre turismo en España y Francia.
2. Determinar la distribución de las tesis doctorales sobre los diferentes públicos a los que pueden estar referidas.
3. Determinar la distribución de las tesis doctorales sobre los diferentes ámbitos geográficos contemplados en ellas.
4. Identificar los centros de producción de las tesis doctorales y la distribución de las mismas en relación a ellos.
5. Determinar la distribución de las tesis doctorales sobre las diferentes temáticas objeto de investigación.
6. Establecer una comparación entre las tesis doctorales realizadas en España y en Francia sobre los aspectos anteriores.

### III.2. Segunda fase

Esta segunda fase consiste en determinar el material que debe ser estudiado y el ámbito temporal al que debe estar referido. El material objeto de estudio se identifica con la unidad de información u observación y con la unidad de análisis. La primera corresponde al elemento sobre el que se miden las variables, mientras que la segunda, corresponde al elemento sobre el que se analiza la información y cuyos resultados deben ser convenientemente expuestos. Ambas unidades, como señala Neuendorf (2002) pueden ser distintas o coincidentes según las investigaciones. En nuestro caso, ambas unidades coinciden, estando identificadas con los resúmenes de las tesis doctorales sobre turismo obtenidas en la base de datos española *Teseo* ([www.mcu.es](http://www.mcu.es)) y en la base de datos francesa *Abes/Sudoc* ([www.sudoc.abes.fr](http://www.sudoc.abes.fr)) entre los años 1990 y 2002 (hasta mayo).

### III.3. Tercera fase

La tercera fase del análisis de contenido consiste en seleccionar una muestra adecuada y representativa del material objeto de estudio o bien, seleccionar todo el material, lo que dependerá en general del número de unidades de análisis existentes y de los recursos que se dispongan para llevar a cabo la investigación. En nuestro caso, se han utilizado todas las unidades de análisis existentes sobre las tesis doctorales sobre turismo en España y Francia, correspondientes a 118 y 157 unidades respectivamente. Estas unidades fueron extraídas de 198 resúmenes de tesis españolas y de 397 resúmenes de tesis doctorales francesas que teóricamente tenían relación con el turismo, siendo eliminadas algunas de ellas después de comprobar que no estaban vinculadas a la actividad turística, quedando finalmente el número de unidades válidas indicadas.

### III.4. Cuarta fase

Esta cuarta fase consiste en definir las variables que permiten medir lo que se desea estudiar, estableciendo las categorías o niveles para cada variable de forma que estas categorías sean exhaustivas y mutuamente excluyentes (Neuendorf 2002), utilizando las escalas de medida, nominales, ordinales, intervalo, ratio, más apropiadas a las mediciones que se desean realizar. En el apartado dedicado al análisis de resultados figuran las variables y escalas utilizadas en esta investigación.

### III.5. Quinta fase

La quinta fase del análisis de contenido descansa en establecer un manual de codificación para evaluar la información existente en las unidades de análisis, de acuerdo con las variables y categorías establecidas. Para realizar correctamente esta fase, es necesario que en el manual de codificación se incluyan las instrucciones adecuadas que deben seguir los codificadores.

### III.6. Sexta fase

Esta fase del análisis de contenido descansa en codificar la información de las unidades de análisis para cada variable dentro de las diferentes categorías y escalas definidas en las dos fases anteriores. Esta codificación suele hacerse por dos o más personas convenientemente entrenadas, para determinar la fiabilidad o coincidencias en la codificación realizada por los distintos codificadores participantes (Krippendorff 1980; Bigné 1999; Neuendorf 2002). Esta fiabilidad entre los codificadores suele medirse a través de índices establecidos por diversos autores, siendo el más habitual como señalan Kobbe y Burnett (1991) el propuesto por

Holsti (1969), dado por la expresión siguiente:

$$PC = 2D/(C_1 + C_2)$$

donde PC representa el porcentaje de coincidencias o acuerdo, D es el número de acuerdos entre los dos codificadores, siendo  $C_1$  y  $C_2$  el número de unidades codificadas. Cuando el número de codificadores es superior a dos, se calcula la media de los porcentajes de acuerdo, considerados dos a dos. El grado de acuerdo oscila según esta fórmula entre cero y cien. En la investigación realizada han participado dos codificadores, registrándose un índice de acuerdo a través de esta fórmula que oscila entre 0,87 y 0,99.

### III.7. Séptima fase

Esta séptima y última fase del análisis de contenido consiste en agrupar y tratar convenientemente los datos obtenidos, a fin de realizar con los mismos un análisis descriptivo, uni-bivariante o multivariante, que

permita establecer unas conclusiones adecuadas de la investigación realizada. En la presente investigación se han calculado valores de frecuencias, porcentajes, pruebas de asociación chi-cuadrado y análisis de correspondencias sobre algunas variables, aunque éste último no se ha incluido en el análisis de resultados por las limitaciones de espacio establecidos por el editor.

## IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

### IV.1. Producción de tesis doctorales sobre turismo

La producción de tesis doctorales sobre turismo durante el periodo de 1990 a 2002 es mayor en términos absolutos en Francia que en España, alcanzando la cifra de 157 tesis doctorales en Francia, frente a las 118 tesis doctorales de España.

**Cuadro 4**  
**Evolución de las tesis doctorales sobre turismo en España y Francia (1990-2002)**

Años	España	Francia
1990	3	5
1991	5	2
1992	6	8
1993	6	14
1994	7	21
1995	14	14
1996	9	19

Años	España	Francia
1997	14	17
1998	10	13
1999	14	21
2000	25	19
2001	5	3
2002	—	1
Total	118	157

En términos relativos, comparando la producción de tesis doctorales sobre turismo con relación al total de tesis doctorales producidas en ambos países, encontramos que en España se generan relativamente más te-

sis doctorales sobre turismo que en Francia. El ratio de producción de tesis doctorales sobre turismo con relación a las tesis totales de cada país, es de 0,196% en España, frente al ratio de 0,0697% en Francia.

**Cuadro 5**  
**Producción absoluta y relativa de tesis doctorales sobre turismo en España y Francia (1990-2002)**

Producción	España	Francia
N.º total tesis	60.222	225.188
N.º tesis s/turismo	118	157
Ratio turismo/total%	0,1959	0,0697

Nota: Los años 2001 y 2002 están sin completar en los dos países

La producción media de tesis doctorales sobre turismo en el periodo comprendido entre los años 1990 y 2000 fue de 10,3 tesis en España y de 13,9 tesis en Francia. A lo largo de este periodo, el crecimiento relativo de la producción de tesis doctorales sobre turismo ha sido bastante más importante en España que en Francia. Si consideramos periodos de cinco años, a partir de 1990, podemos observar que el crecimiento

relativo de las tesis doctorales sobre turismo producidas en España entre 1995 y 1999, en comparación con el periodo de 1990 a 1994, fue del 126%, mientras que en Francia, ese crecimiento fue del 68%.

Este importante crecimiento en la producción de tesis doctorales sobre turismo en los últimos años de la pasada década, refleja el interés que presentan las activida-

**Cuadro 6**  
**Crecimiento relativo de las tesis doctorales sobre turismo en España y Francia**

Países	N.º tesis producidas		Incremento absoluto	% Incremento
	1990/1994	1995/1999		
España	27	61	34	126
Francia	50	84	34	68



des turísticas como objeto de investigación, interés que por otra parte también tiende a reflejarse en el ámbito de diversas instituciones y organizaciones españolas (Bote 1999, 2000; De Castro 2000).

#### **IV.2. Públicos y ámbitos geográficos objeto de estudio en las tesis doctorales sobre turismo**

Estos públicos corresponden a los consumidores, las empresas turísticas y las administraciones turísticas, así como las relaciones e interacciones entre ellos consideradas de dos en dos y las relaciones e

interacciones entre los tres. Adicionalmente a estos públicos y relaciones entre ellos, que pueden ser objeto de estudio en las tesis doctorales, se ha contemplado también la posibilidad de que las mismas no estén referidas a ninguno de los públicos y relaciones consideradas.

Teniendo en cuenta las categorías anteriormente indicadas, las tesis doctorales sobre turismo en España y Francia presentan una línea de investigación principal, que corresponde a las tesis realizadas sobre aquellos aspectos en los que están implicados conjuntamente los consumidores, las empresas turísticas y las adminis-

**Cuadro 7**  
**Ejemplos de públicos objeto de estudio en las tesis doctorales**

<b>Públicos objeto de estudio</b>	<b>Denominaciones de las tesis doctorales</b>
1. Consumidores	• Análisis de las preferencias del turista mediante el análisis conjunto: El caso de Tenerife.
2. Empresas turísticas	• Análisis de necesidades de competencias en directivos de organizaciones turísticas. El papel de la formación.
3. Administraciones turísticas	• La financiación del turismo a través de fondos públicos.
4. Relaciones o interacciones usuarios/empresas turísticas	• Estudio de los estilos de liderazgo de los directivos en la calidad percibida por los clientes. Una aplicación empírica en los servicios hoteleros
5. Relaciones o interacciones usuarios/administraciones turísticas	• Consecuencias socioeconómicas de un programa de vacaciones para la tercera edad en España. Impacto del programa de vacaciones del Instituto Nacional de Servicios Sociales.
6. Relaciones o interacciones empresas/administraciones turísticas	• Areas de montaña y política de desarrollo rural: El turismo en el país valenciano.
7. Relaciones o interacciones usuarios/empresas turísticas/administraciones turísticas	• Aplicaciones metodológicas para la evaluación de la capacidad de carga turística de la Costa del Sol occidental: Infraestructuras básicas y percepción de la demanda.
8. No s: refiere a los públicos anteriores	• Arquitectura para un turismo sostenible.



traciones turísticas. Hay que señalar que esta línea es significativamente más acusada en Francia que en España, represen-

tando en el país galo el 56,1% de todas las tesis doctorales sobre turismo, mientras que en España recoge solamente el 30,5%.

### Cuadro 8 Públicos objeto de estudio de las tesis doctorales de España y Francia (1990-2002)

Base: 118/157

Públicos objeto de estudio	España %	Francia %
• Usuarios o consumidores	17,8	7,6
• Empresas turísticas	24,6	7,6
• Administraciones turísticas	13,5	12,7
• Interacción usuarios/empresas turísticas	3,4	1,9
• Interacción usuarios/administraciones turísticas	5,1	3,8
• Interacción empresas/administraciones turísticas	0,9	2,6
• Interacción consumidores/empresas/administraciones turísticas	30,5	56,1
• No se refiere a los públicos anteriores	4,2	7,9
• Total	100,0	100,0

Las diferencias que existen entre las tesis doctorales realizadas en España y en Francia, desde la perspectiva de los públicos que subyacen en el objeto de estudio de las mismas, resultan fuertemente significativas en el conjunto de todos los públicos. La prueba de asociación chi cuadrado de Pearson realizada a este respecto, arroja los valores siguientes:

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
29,78	7	0,00

Los ámbitos geográficos a los que están referidas las investigaciones de las tesis

doctorales sobre turismo corresponden a cinco categorías: una localidad, área o varias áreas de un determinado país; todo un país; varios países; todo el mundo y una quinta categoría correspondiente a aquellas tesis doctorales que se desarrollen al margen de cualquier ámbito geográfico.

Desde la perspectiva de los ámbitos geográficos señalados anteriormente, la mayoría de las tesis doctorales de España y Francia se centran en una localidad, área o varias áreas de un país determinado. De esta forma, las investigaciones de las tesis doctorales tienden a reflejar un entorno

**Cuadro 9**  
**Ejemplo de ámbitos geográficos objeto de estudio en las tesis doctorales**

Ámbito geográfico	Denominación de las tesis doctorales
• Localidad, área o varias áreas de un país	• Análisis cuantitativo de la demanda turística en la provincia de Jaén. Implicaciones estratégicas para las empresas.
• Todo un país	• Diagnóstico de las empresas turísticas de Siria. Implementación del crecimiento como viabilidad estratégica.
• Varios países	• Evolución de modelos de turismo litoral. El Reino Unido, la Costa Brava y Cuba.
• Todo un continente/mundo	• El turismo cultural en Europa.
• No se refiere a ámbito geográfico alguno	• Calidad de servicio en turismo: Percepción de los clientes y de las empresas.

geográfico del país en el que se realizan las tesis, al cual se refieren también otros trabajos de investigación y publicaciones (Pearce 2002), frente a otra corriente alternativa menos frecuente de contemplar el turismo a través de las interrelaciones existentes en un marco geográfico mucho más

amplio, en un contexto de mayor globalización (Teo, Chang y Ho 2001). En el caso de España, el ámbito geográfico nacional recoge el 58,5% de las tesis doctorales, siendo bastante similar en Francia, al recoger este ámbito el 55,4% de las tesis doctorales de este país.

**Cuadro 10**  
**Ámbitos geográficos objeto de estudio en las tesis doctorales de España y Francia %**

Base: 118/157

Ámbito geográfico objeto de estudio	España	Francia
• Localidad, zona o área de un país	58,5	55,4
• Todo un país	16,9	22,3
• Dos o más países	3,4	5,1
• Todo un continente/mundo	0,0	3,8
• No se refiere a ámbito geográfico	21,2	13,4
• Total	100,0	100,0

Las diferencias que existen entre las tesis doctorales realizadas en España y en Francia, desde la perspectiva de los ámbitos geográficos que subyacen en las propias tesis, resultan significativas en el conjunto de todos los ámbitos. La prueba de asociación chi cuadrado de Pearson realizada a este respecto, muestra los valores siguientes.

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
9,84	4	0,04

El país principal al que están referidas el mayor número de tesis doctorales, corres-

ponde como es lógico pensar, a aquél país en el que se producen las mismas. Así, en el caso de España, el 68,6% de todas las tesis realizadas en el periodo que estamos considerando, el objeto de las tesis doctorales esta relacionado con España o con alguna zona o localidad concreta del país. En las tesis doctorales de Francia, el 34,4% de las mismas están relacionadas con este país en su conjunto o con alguna zona o localidad de Francia.

El número de países contemplados en las tesis doctorales realizadas en España es más reducido que el que contemplan las

**Cuadro 11**  
**Países elegidos como objeto de las tesis doctorales sobre turismo realizadas en España**

Países	N.º	%
• España	81	91,0
• México	2	2,2
• Argentina	1	1,1
• Brasil	1	1,1

Total: 89

Países	N.º	%
• Chile	1	1,1
• Irak	1	1,1
• Perú	1	1,1
• Siria	1	1,1

Nota. El porcentaje corresponde al número de tesis que tratan de un país o parte del mismo.

tesis doctorales realizadas en Francia. En España en el periodo considerado de 1990 a 2002, se han realizado tesis doctorales referidas a 8 países concretos, mientras que en Francia esta cifra se extiende a 26 países. La existencia de un mayor número de doctorandos extranjeros en Francia en comparación con España, justifica que las tesis

doctorales realizadas por ellos estén referidas al marco de los propios países de procedencia de esos doctorandos. De esta forma puede entenderse el importante número de tesis doctorales realizadas sobre Marruecos en Francia, el 19,7 por ciento de todas las tesis realizadas en Francia en el periodo de 1990-2002.

**Cuadro 12**  
**Países elegidos como objeto de las tesis doctorales sobre turismo realizadas en Francia**

Total: 122

Países	N.º	%
• Francia	54	44,2
• Marruecos	24	19,7
• Grecia	4	3,3
• Indonesia	4	3,3
• Corea	3	2,5
• Senegal	3	2,5

Países	N.º	%
• Alemania	2	1,6
• Brasil	2	1,6
• I. Reunión	2	1,6
• Italia	2	1,6
• Túnez	2	1,6
• Otros países	22	16,4

Nota. El porcentaje corresponde al número de tesis que tratan de un país o parte del mismo.

### IV.3. Centros de producción de las tesis doctorales sobre turismo

La producción de tesis doctorales sobre turismo está algo más concentrada en algunas universidades en el caso de España que en Francia. Solamente tres universidades españolas concentran el 34,8% de las tesis doctorales producidas en el periodo de 1990 a 2002, mientras que en Francia esa concentración es del 28,7%. El número medio de tesis doctorales sobre turismo producidas al año por universidades españolas es de 4,9 tesis, mientras que en las universidades francesas es de 3,3 tesis.

Considerando los centros de enseñanza existentes dentro de las universidades, la producción de tesis doctorales sobre turismo se concentra en España en las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, re-

gistrando estos centros el 45,8% de todas las tesis doctorales producidas en el periodo de 1990 a 2002. En el caso de Francia, la concentración tiene lugar en los centros de Geografía e Historia, que reúnen el 54,8% de todas las tesis doctorales en ese periodo.

El segundo centro productor de tesis doctorales sobre turismo en España corresponde a las facultades de Filosofía y Letras/Ciencias de la Educación, que reúnen el 19,5% de todas las tesis doctorales. En el caso de Francia, el segundo centro productor de tesis doctorales corresponde a las facultades de Ciencias Económicas y Gestión de Empresas, que reúnen el 18,5% de todas las tesis producidas.

Las diferencias que existen entre la producción de tesis doctorales sobre turismo en los centros equivalentes de España y Francia, resultan muy significativas en el

**Cuadro 13**  
**Distribución por universidades de las tesis doctorales sobre turismo  
producidas en España**

Base: 118

Universidad	%	Universidad	%
• Complutense de Madrid	12,7	• Autónoma de Madrid	2,6
• Málaga	11,9	• La Laguna (Tenerife)	2,6
• Valencia Estudi General	10,2	• León	2,6
• Autónoma de Barcelona	5,9	• Lleida	2,6
• Islas Baleares	5,9	• Sevilla	2,6
• Alicante	5,1	• Resto de 11 universidades	28,6
• Barcelona	5,1	• Total	100,0
• Las Palmas de Gran Canaria	4,2		

**Cuadro 14**  
**Distribución por centros de la producción de tesis doctorales sobre turismo  
en España y Francia (1990-2002)**

Base: 118/157

Centros	España %	Francia %
• Ciencias Económicas y Empresariales	45,8	18,4
• Filosofía y Letras	19,5	5,7
• Geografía e Historia	7,6	54,8
• Derecho	6,8	5,1
• Ciencias políticas /sociología	4,2	6,4
• Ciencias de la información	3,4	0,0
• Psicología	3,4	2,5
• Arquitectura	3,4	0,0
• Etnografía y estudios culturales	0,0	2,5
• Otras	5,9	4,6
• Total	100,0	100,0

conjunto de todos los centros. La prueba de asociación chi cuadrado de Pearson realizada a este respecto muestra los valores siguientes.

Chi cuadrado	Grados de libertad	Significación
83,47	9	0,00

#### IV.4. Temáticas objeto de investigación en las tesis doctorales sobre turismo

Las temáticas investigadas en las tesis doctorales de España y Francia son bastantes numerosas, alcanzando la cifra de 36 temáticas distintas en España y 39 en Francia. La amplia variedad de temáticas elegidas tiene su justificación en la propia heterogeneidad de la industria turística, en la que se integran numerosas empresas, agentes e instituciones que suministran bienes y servicios destinados a facilitar los viajes y las actividades de descanso, placer, distracción y otras, que tienen lugar fuera del lugar de residencia de las personas (Smith 1990; Vogeler 1998). Esta industria o sector, como señalan Seaton y Bennett (1996), no es ni mucho menos un mercado homogéneo como el del automóvil o el de las flores y plantas, sino que se trata de un sector enormemente heterogéneo en el que existen una gran cantidad de actividades y servicios diversos entre los que se dan numerosas e importantes conexiones. El amplio marco de actividades en el que el turismo tiene lugar propicia que las investigaciones sobre el mismo puedan orientarse hacia cualquiera de sus numerosas facetas.

Sin embargo, no todas las temáticas encuentran el mismo interés entre los doctorandos, ya que tanto en España como en Francia las tesis doctorales tienden a concentrarse en determinadas temáticas, como puede observarse en la relación que se expone en el cuadro 15. Hay que señalar además, que la preferencia por las temáticas investigadas difiere considerablemente entre los dos países. Así por ejemplo, mientras que la temática más tratada en las tesis españolas, que corresponde a *la calidad, satisfacción y preferencias*, es tratada en el 16,9% de las tesis doctorales, en el caso de Francia esta temática ocupa una posición muy retrasada, ya que solamente reúne el 1,27% de las tesis doctorales realizadas en este país. Por el contrario, la temática más tratada en las tesis doctorales de Francia corresponde a los *aspectos económicos y socioeconómicos*, que recoge en 28,0% de las tesis realizadas en este país. Esta misma temática en España ocupa la posición octava, recogiendo el 11,02% de las tesis doctorales realizadas.

La temática de *aspectos económicos y socioeconómicos* es la que presenta la mayor diferencia entre todas las temáticas tratadas en las tesis doctorales de ambos países. La segunda temática que presenta una mayor diferencia entre ambos países corresponde a las *infraestructuras y equipamientos turísticos*, que solamente es tratada en el 0,8% de las tesis doctorales realizadas en España, mientras que en Francia esta temática es recogida en el 16,6% de las tesis doctorales. La tercera temática con mayor diferencia de tratamiento entre ambos países corresponde a la *calidad, satisfacción y preferencias*, que en el caso

de España es tratada en el 16,9% de las tesis doctorales, frente al 1,3% que esta temática encuentra en las tesis doctorales producidas en Francia. En las posiciones siguientes se encuentran las temáticas relacionadas con las *perspectivas, desarrollo turístico y proyecciones* y la *gestión,*

*organización y estrategias*, que en el caso de España son tratadas por el 2,5% y 16,6% respectivamente de las tesis doctorales, frente al 16,6% y 3,2% respectivamente que estas temáticas se encuentran en las tesis doctorales producidas en Francia.

**Cuadro 15**  
**Distribución porcentual de las tesis doctorales realizadas en España y Francia (1990-2002)**

Contenidos de las tesis doctorales	España %	Francia %
• Actitudes, motivaciones, estilos de vida y comportamientos	9,32	6,37
• Agencias de viaje y touroperadores	1,69	1,91
• Alojamientos turísticos	15,25	2,55
• Aspectos culturales, artísticos y patrimonio cultural	5,08	7,01
• Aspectos económicos y socioeconómicos	11,02	28,03
• Aspectos etnográficos, antropológicos y sociológicos	12,71	8,92
• Aspectos históricos	2,54	12,74
• Aspectos jurídicos y normativos	9,32	5,73
• Aspectos literarios y divulgativos	2,54	1,91
• Calidad, Satisfacción y Preferencias	16,95	1,27
• Casinos	0,00	0,00
• Comunicación, promoción, comercialización y marketing	13,56	8,92
• Convention bureau, oficinas turísticas	0,00	0,00
• Demanda y estacionalidad de la demanda	15,25	10,83
• Destinos turísticos	0,00	0,00
• Formación, aprendizaje, educación y empleo	10,17	5,73
• Gasto turístico	0,85	1,27
• Gestión medioambiental, turismo sostenible y capacidad de carga	11,02	7,01
• Gestión, organización y estrategias	16,10	3,18
• Imagen y percepciones	5,93	7,01
• Información turística	0,00	0,64

(Continúa)



**Cuadro 15 (continuación)**  
**Distribución porcentual de las tesis doctorales**  
**realizadas en España y Francia (1990-2002)**

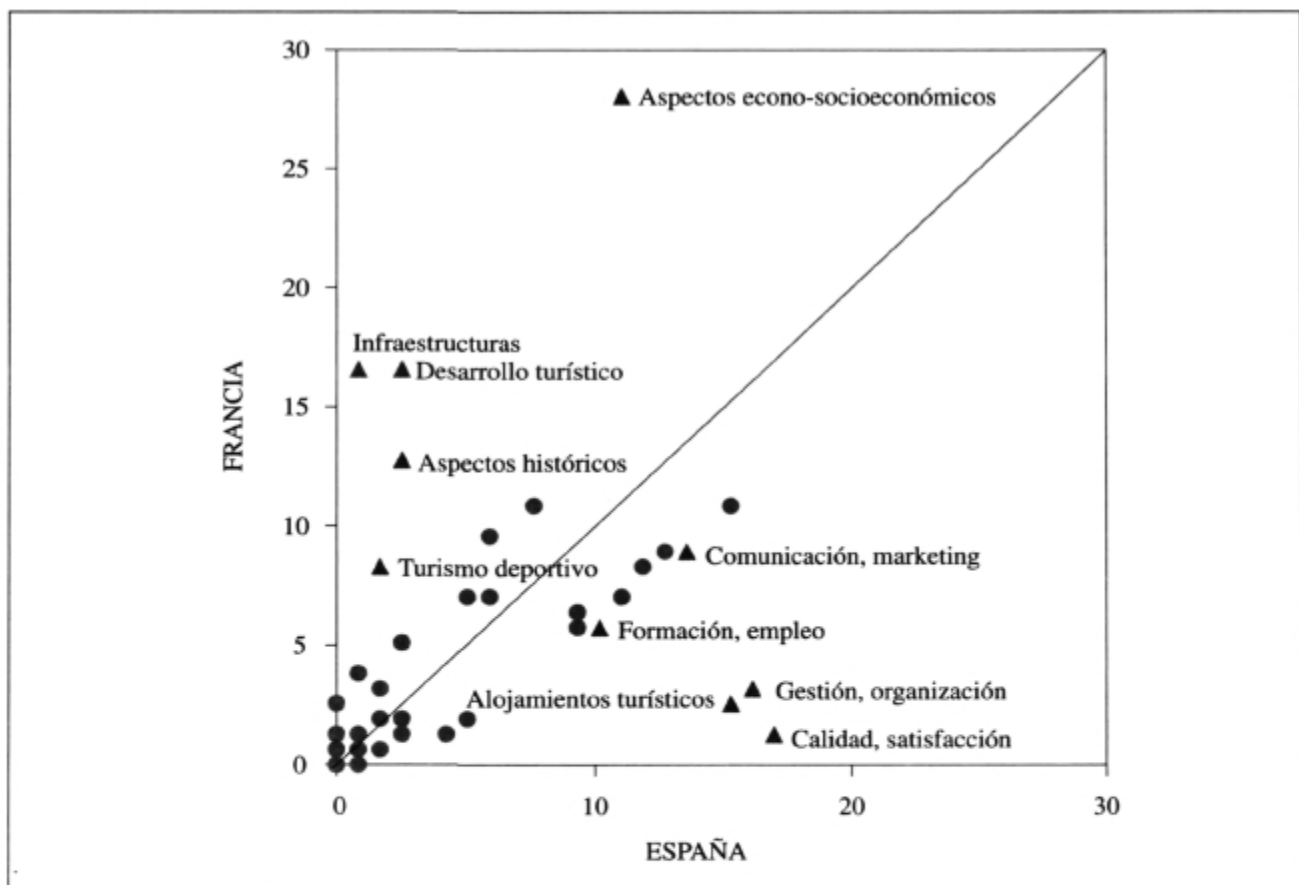
Contenidos de las tesis doctorales	España %	Francia %
• Infraestructuras y equipamientos turísticos	0,85	16,56
• Medios de transportes	1,69	3,18
• Modelos turísticos	1,69	0,64
• Palacios de congresos	0,00	1,27
• Paquetes turísticos	0,85	0,00
• Parques temáticos y de ocio	2,54	1,27
• Perspectivas, desarrollo turístico y proyecciones	2,54	16,56
• Planificación territorial/urbana	11,86	8,28
• Planificación y política turística	7,63	10,83
• Recursos, espacios naturales, paisaje y clima	5,08	7,01
• Restaurantes, gastronomía	0,00	0,64
• Tecnologías de la información	4,24	1,27
• Turismo cultural	1,69	0,64
• Turismo de aventura	5,08	1,91
• Turismo de festivales, tradiciones	0,00	0,00
• Turismo de negocios y congresos	0,00	2,55
• Turismo de salud	0,85	3,82
• Turismo de sexo	0,00	0,00
• Turismo de sol y playa	1,69	0,64
• Turismo deportivo	1,69	8,28
• Turismo religioso	0,00	0,00
• Turismo residencial	2,54	1,27
• Turismo rural, agroturismo y ecoturismo	5,93	9,55
• Turismo social	0,85	0,64
• Turismo urbano	2,54	5,10

Nota: El porcentaje está referido al total de tesis doctorales realizadas en cada país, teniendo en cuenta que cada tesis puede tratar varias temáticas al mismo tiempo, por lo que el total de cada columna es superior a cien.

En la figura 3 se recoge una comparación gráfica entre los porcentajes de tesis doctorales realizadas en España y Francia sobre todas las temáticas observadas en el conjunto de las tesis de los dos países considerados. Los símbolos triangulares representan las diez temáticas que tienen un tratamiento más diferente entre el porcentaje de tesis doctorales producidas en ambos países, por lo que estos símbolos son los que están más distantes de la diagonal del cuadrado utilizado en la representación.

Las restantes temáticas, representadas por puntos, a las que no se les ha puesto la denominación correspondiente para no dificultar la comprensión del gráfico, se encuentran todas ellas mucho más próximas a la diagonal del cuadrado. Esta diagonal representa la igualdad porcentual de tratamiento de cualquier temática situada sobre la misma entre las tesis doctorales realizadas en España y en Francia. Los símbolos situados por encima de la diagonal representan los porcentajes de tesis docto-

**Figura 3**  
**Temáticas con mayores diferencias de tratamiento**  
**en las tesis doctorales de España/Francia (% de tesis de cada país)**



rales que tratan sobre esas temáticas con valores superiores en Francia que en España. Por el contrario, los símbolos situados por debajo de la diagonal representan los porcentajes de tesis doctorales que se ocupan de esas temáticas con valores superiores en España que en Francia.

## V. CONCLUSIONES

Las tesis doctorales representan una interesante vía de investigación de la actividad turística que se refleja en la producción creciente de las mismas con el paso del tiempo. Aunque la producción de tesis doctorales sobre turismo es mayor en Francia que en España, como también lo es la producción de tesis doctorales en general, sin embargo, la producción relativa de tesis doctorales sobre el sector turístico resulta sensiblemente mayor en España que en Francia. No es aventurero afirmar, que el mayor interés relativo del turismo como objeto de investigación en las tesis doctorales de España guarda una estrecha relación con la importancia que la actividad turística tiene en la economía española, en comparación con el menor peso que la misma tiene en la economía francesa.

Los temas objeto de investigación en las tesis doctorales realizadas en España y en Francia, cubren una amplia variedad de aspectos si bien en ambos países, las tesis doctorales tienden a concentrarse sobre un número reducido de ellos. El interés por los temas tratados en las tesis doctorales difiere bastante en ambos países.

En el caso de las tesis doctorales realizadas en España, la gran mayoría de ellas

contemplan como marco geográfico de la investigación una parte del país o el país en su totalidad, mientras que en las tesis doctorales producidas en Francia, se contemplan principalmente otros países como ámbito geográfico de esas investigaciones. Este último aspecto es consecuencia de la existencia de un gran número de estudiantes de doctorado extranjeros en Francia, de procedencia principalmente, del norte de África.

La producción de tesis doctorales sobre turismo en España tiende a concentrarse principalmente en las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, y en un segundo nivel en las Facultades de Geografía, Filosofía y Letras, Historia y Ciencias de la Educación. En el caso de Francia, la producción de estas tesis doctorales está principalmente localizada en los centros de enseñanza de Geografía, encontrándose en un segundo nivel los centros de enseñanza de Ciencias Económicas y Gestión de Empresas.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAO, Jigang (2000): Tourist geography as the subject of doctoral dissertations in China 1989-2000, *Tourism Geographies* 4 (2), pp. 148-152.
- BECCARIA, Franca (2001): Italian alcohol advertising: a qualitative content analysis, *Contemporary Drug Problems*, vol. 28, Issue 3, pp. 391-344.
- BERELSON, Bernard (1952): *Content analysis in Communication Research*, Free Press, Nueva York.
- BERELSON, Bernard y LAZARFELD, Paul F. (1948): *The analysis of communication content*, Univer-

- sity of Chicago and Columbia University, Chicago y Nueva York.
- BERG, B.L. (1998): *Qualitative research methods for the social sciences*, 3<sup>rd</sup> Edition, Allyn & Bacon, Boston, MA.
- BIGNE, Enrique (1999): El análisis de contenido, en la obra de Sarabia, Francisco J. (Ed.), *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*, Pirámide, Madrid, pp. 255-271.
- BOTE, Venancio (1999): El conocimiento científico en España sobre la actividad turística, en Bayón, F. *50 Años del Turismo Español*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 541-550.
- BOTE, Venancio (2000): Promoción y gestión de la investigación turística en el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y en la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo 1960-2000, *Estudios Turísticos*, n.º 144-145, pp. 181-200.
- BUDD, Richard W.; THORP, Robert K. y DONOHEW, Lewis (1967): *Content analysis of communications*, The McMillan Company, Nueva York.
- DAS, A. y HANDFIELD, R. (1997): A Meta-Analysis of Doctoral Dissertations in Purchasing, *Journal of Operations Management*, vol. 15, n.º 2, pp. 101-121.
- DE CASTRO, Miguel A. (2000): Las estadísticas de turismo del INE en la actualidad (1994-2000), *Estudios Turísticos*, n.º 144-145, pp. 75-102.
- ESTEBAN, A. (2000): La investigación turística en la universidad española, *Estudios Turísticos*, n.º 144-145, pp. 155-180.
- ERIC, P. Jack; STEPHEN, Paul R. y EVANS, James R. (2001): An integrative summary of doctoral dissertation research in qualite management, *Production and Operations Management*, winter, vol. 10, n.º 4, pp. 363-382.
- FRANKFORT-NACHMIAS, C. y NACHMIAS, D. (1996): *Research methods in the social sciences*, 5.<sup>a</sup> Edición, Arnold, Londres.
- GUNTER, Barrie (2000): *Media research methods: Measuring audiences, reactions and impact*, Sage, Londres.
- HOLSTI, Ole R. (1969): *Content analysis for the social sciences and humanities*, Addison-Wesley, Reading, M.A.
- INSCH, G.S.; MOORE, J.E. y MURPHY, L.D. (1997): Content analysis in leadership research: Examples, procedures, and suggestions for future use, *Leadership Quarterly* 8, pp. 1-25.
- JAFARI, J. y AASER, D. (1988): Tourism as the subject of doctoral dissertations, *Annals of Tourism Research* 15, pp. 407-429.
- JEONG, Woo-Seob (2001): Location Information Science: Changes in Ph. D. Dissertations during the Past Three Decades, *Journal of Education for Library and Information Sciences*, vol. 42, issue 4, pp. 308-324.
- KOLBE, R.H. y BURNETT, M.S. (1991): Content-Analysis Research: An examination of application with directives for improving research and objectivity, *Journal of Consumer Research*, 38(3), pp. 50-53.
- KRIPPENDOERF, Klaus (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.
- LASSWELL, Harold D.; LERNER, Daniel y ITHIELD DE SOLA, Pool (1952): *The comparative study of symbols. An introduction*, Stanford University Press, Hoover Institute and Library on war, Revolution and Peace.
- LASSWELL, Harold D.; NATHAN, Leites & Associates (1949): *Language of politics: study of symbols: An introduction*, George W. Steward, Editor, Nueva York.
- LINDLOF, Thomas (1995): *Qualitative communication research methods*, Sage, Thousand Oaks, California.

- MANICKAS, Peter A. y SHEA, Linda J. (1997): Hotel complaint behaviour and resolution: A content analysis, *Journal of Travel Research*, vol. 36, n.º 2, pp. 68-73.
- MEYER-ARENDE, Klaus J. (2000): Commentary: Tourism geography as the subject of North American Doctoral dissertations and Master's theses, 1951-98, *Tourism Geographies* 2(2), pp. 140-156.
- NEUENDORF, Kimberly A. (2002): *The content analysis guidebook*, Sage Publications.
- OMT (2002): *WTO World Tourism Barometer*, ([http://www.world-tourism.org/market\\_research/WTOBarom03\\_1.pdf](http://www.world-tourism.org/market_research/WTOBarom03_1.pdf))
- ORTEGA, Enrique (2002): Los departamentos de organización de empresas en la Web de las universidades españolas. Un análisis de contenido, *Best Papers Proceedings. XI Internacional Conference Aedem*, PARIS, 2-4 Septiembre, pp. 399-405.
- PARRIS, Andrew (2002): Staying competitive in today's fast-changing world, *Executive Focus*, marzo, pp. 15-16.
- PEARCE, Douglas G. (2002): Current and Future Directions in Tourism Research, *Japanese Journal of Tourism Studies*, N.º 1.
- RICHARSON, John T.E., Ed (1996): *Handbook of Qualitative Research Methods*, BPS Blackwell, Oxford, Reino Unido.
- ROGERS, Everett M. (1994): *A history of communication study: A biographical approach*, Free Press, Nueva York.
- SARANTAKOS, S. (1993), *Social research*, Mac-Millan, South Melbourne, Australia.
- SEATON, A.V. y BENNETT, M. M. (1996): *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, Cases*, Thomson Business Press, London, p. 4.
- SMITH, S. (1990), *Tourism Analysis*, Longman, Harlow, Essex, p. 183.
- TEO, P.; CHANG, T.C. y HO, K.C. (2001): *Interconnected Worlds: Tourism in Southeast Asia*, Pergamon, Oxford.
- THOMPSON, Isabelle (2001): Collaboration in Technical Communication: A Qualitative Content Analysis of Journal Articles... *IEEE Transactions on Professional Communication*, Septiembre, vol. 44, Issue 3, pp. 161-173.
- VALERIOUS, Laura y MACKAY Kelly, J. (1993): A Decade of Doctoral Dissertations in Recreation, Parks and Leisures Studies Department: 1980-1990, *Scholar: A Journal of Leisure and Recreation Education*, vol. 8, pp. 61-68.
- VERA, J. Fernando y NAVALÓN, María ROSARIO (2000): Un centro de investigación turística en la Comunidad Valenciana: La Fundación Cavalleres de Altos Estudios Turísticos. Otras experiencias para la investigación en turismo, *Estudios Turísticos*, n.º 144-145, pp. 125-154.
- VOGELER, Carlos (1998): *Estructura y Organización del Mercado Turístico*, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 2-3.
- WAI-SUM, SIU y MAN-YI, FUNG (1998): Hotel advertising in China: A content analysis, *Journal of Professional Services Marketing*, New York, vol. 17, n.º 2, pp. 99-108.
- WEBER, ROBERT P. (1990): *Basic Content Analysis*, 2<sup>nd</sup> Ed., Sage, California.