

## EL TURISMO COMO SISTEMA Y COMO CIENCIA. UN ACERCAMIENTO DESDE LA DIRECCIÓN DE EMPRESAS

José Alberto Martínez González  
Universidad de La Laguna  
jmartine@ull.edu.es

### Resumen:

No hay nada más útil que una buena teoría. En el caso del turismo esta es una afirmación necesaria, pues la importancia, complejidad e intangibilidad del sector, así como su naturaleza multidisciplinar, el elevado número de agentes y contextos geográficos que el turismo integra exigen el replanteamiento de conceptos que puedan guiar la praxis de los responsables públicos y privados del sector. Este paper hace una revisión de la importancia del turismo, su naturaleza sistémica y su carácter científico.

### Palabras clave:

Ciencia, Sistema, Turismo

### 1.- El Turismo, un fenómeno significativo

Como afirman Anuar, Ahmad, Jusoh y Hussain (2012), el turismo ha mostrado un rápido crecimiento en las últimas décadas, aportando una gran cantidad de ingresos a la economía de los países y estimulando cambios en el ámbito social, cultural y medio-ambiental. Esto ha sido especialmente cierto a partir de la década de los setenta, cuando surge el turismo de masas, pues anteriormente la experiencia turística sólo era asequible a una élite. Para Neto (2003) el turismo puede ser considerado uno de los fenómenos socio-económicos más relevantes del siglo veinte, y aunque comenzó siendo una actividad desarrollada sólo por un pequeño grupo de personas privilegiadas, gradualmente se ha convertido en un fenómeno de masas, a partir de la segunda Guerra Mundial y, muy especialmente, desde los años setenta. En la actualidad el turismo constituye el mayor contribuyente al proceso de creación de nuevos empleos, así como al fenómeno de la diversificación de numerosas economías locales (Yu, Chancellor y Cole, 2011; Kandampully, 2000). Por consiguiente, el turismo constituye un fenómeno *significativo* a nivel económico y socio-cultural que ha llevado consigo nuevas formas de organizar y gestionar las entidades turísticas, además de los destinos en un marco de responsabilidad social y sostenibilidad (Ekinci y Hosany, 2006; Hsu, Tsai y Wu, 2009; Morgan, Pritchard y Pride, 2003; Ritchie y Crouch, 1999, 2003).

Page, Song y Wu (2012) sugieren que aunque el turismo pudo inicialmente llegar a resentirse, por las crisis, después ha mantenido su estabilidad y crecimiento, constituyendo un sector acicate que, debido a su carácter intersectorial y global, se posiciona como un colchón que hace más difícil la caída de la economía. Aún en una época de crisis, la importancia del turismo medida en términos de llegadas a nivel global queda reflejada en las estadísticas elaboradas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otras instituciones. De este modo, en los primeros seis meses de 2012 se produjeron, a nivel mundial, veintidós millones más de llegadas que en el mismo periodo del año inmediatamente anterior, lo que equivale a un incremento del cinco por ciento. De 445 millones de llegadas se pasó a 467 millones (OMT, 2013). De un total de 142 países que aportaron información acerca de las llegadas, 119 (84%) países afirmaron haber registrado un incremento de las llegadas, y sólo 23 países (16%) reconocen haber visto disminuir las llegadas de turistas.

Excepto en el año 2009, el número total de llegadas ha aumentado en torno a un 5% anual (OMT, 2012).

Todos estos datos relativos al turismo comentados anteriormente sugieren la relevancia que actualmente posee el fenómeno turístico, e invitan a reflexionar acerca de la actualización de su conceptualización y su significado, en interés de las empresas y de los stakeholders. Como manifiesta McKercher (1993, 1999) se han aportado multitud de definiciones breves del turismo que enfatizan algún aspecto considerado relevante, y que son de gran utilidad para una aproximación rápida al fenómeno turístico. El interesante trabajo de Muñoz de Escalona (1992) recoge multitud de acepciones sintéticas del turismo. Sin embargo, hemos de reconocer que las definiciones breves del turismo no pueden reflejar la importancia, la naturaleza ni la dimensión del fenómeno turístico, por más que esa constituya una manera rápida de aproximarse al turismo o de destacar determinados aspectos y puntos de vista sobre el mismo. Es decir, las acepciones breves del turismo no pueden incluir determinadas variables, procesos y relaciones asociadas al mismo. Quizás la gran cantidad de definiciones elaboradas y los consiguientes esfuerzos de re-conceptualización realizados por académicos y profesionales no sean sino un reflejo de la propia complejidad del turismo y la frustración de los profesionales y los académicos por concebirlo, comprenderlo y gestionarlo.

## **2.- El turismo como sistema**

Afirma McKercher (1999) que, además de las definiciones sintéticas, se ha desarrollado un número considerable de teorías y modelos que han intentado explicar, tomando como base diferentes disciplinas y metodologías, el funcionamiento del turismo. Todo ello teniendo siempre presente que los modelos son simplificados puntos de vista de la realidad que se intenta explicar. Algunos modelos se han centrado en aspectos sociológicos, jurídicos, psicológicos y, sobre todo, económicos (Wei, Álvarez y Martín, 20013). Algunas teorías y modelos sobre el turismo son de naturaleza "micro", mientras que otros son esencialmente "macro-modelos". Y algunos modelos y aportaciones teóricas sobre el fenómeno turístico son esencialmente teóricos mientras que, por el contrario, otros han sido ideados mediante sistemas de ecuaciones estructurales, o a través de la regresión lineal.

La mayor parte de dichos modelos reconocen la naturaleza compleja del turismo y también ciertas inter-relaciones entre los diferentes componentes del fenómeno turístico. También cierto grado de formalidad, control y coordinación. Pero, siguiendo a Farrell y Twining-Ward (2004), la mayor parte de dichos modelos son de tipo lineal, determinista, predecible, del tipo causa-efecto, cuando el turismo constituye un área de estudio que es no-lineal, integrada, impredecible, cualitativa y generadora de outputs que poseen escalas mucho mayores que la relativa a los inputs que los produjeron. Mitchell, Charters y Albrecht (2012) y Wei, Álvarez y Martín (2013) afirman que, aunque sea cierto que en algunos aspectos y en determinados niveles del turismo la causalidad puede ser palpable, en general el fenómeno turístico no se caracteriza por ello. Estas son cuestiones que los directivos de las empresas turísticas tendrían que tener presente.

En cualquier caso, entre los modelos más destacados y que mejor reflejan el fenómeno turístico se encuentran los que se han formulado desde una perspectiva sistémica, como es el caso de los modelos de Leiper y Gunn (García, Gaines y Linaza, 2012). Desde esta perspectiva sistémica el turismo puede ser efectivamente concebido como un sistema, que debe ser definido, analizado, planificado y organizado de manera integrada con el entorno, teniendo en cuenta a los stakeholders y siempre en un contexto de responsabilidad y sostenibilidad. Podemos afirmar que concebir al turismo desde un enfoque sistémico conlleva tener en cuenta las propuestas de Bertalanffy (1968, 1972), Chadwick (1978) e Inskeep (1991), además de las aportaciones realizadas por los investigadores que han definido, a ultranza, que el turismo constituye un sistema en el que se deben realizar continuas actualizaciones (Amara y Ottino, 2004; Farrell y Twining-Ward, 2005; Faulkner y Russel, 1997, 2001; Rajabzadeh, Naderpour y Shabestari, 2011).

El pensamiento sistémico ha revolucionado muchas disciplinas en las ciencias físicas, sociales y económicas en las últimas décadas, pudiendo afirmarse que en la actualidad el conocimiento de los sistemas complejos permite avanzar en un mundo de cambios y sostenibilidad (Hall, Williams y Lew, 2004). No obstante, aunque existe una inexplicable resistencia a abandonar planteamientos

lineales, desde hace años se va aceptando que todos los sistemas sociales y naturales son interdependientes, no-lineales, complejos y adaptativos (Hansell, Craine y Byers, 1997; Pavard y Dugdale, 2000). Son complejos porque, en comparación con los sistemas simples, cada elemento del sistema posee su propia identidad, emergiendo de la interacción de importantes conexiones, variables y procesos. Son adaptativos porque, junto a sus partes componentes, tienen la capacidad de aprender y trabajar ajustándose. Los sistemas complejos poseen componentes conducidos por flujos de energía, materiales e información que cooperan y compiten, cuyo resultado es un conjunto de múltiples cambios de impredecible naturaleza conocida como auto-organización. Se produce también un feedback positivo y negativo (Farrell y Twining-Ward, 2004). Ya en la última década ha cobrado importancia un enfoque sistémico del turismo basado en clústers (Michael, 2003).

Como manifiesta Yusof, Shah y Geok (2012), una de las primeras aproximaciones sistémicas al fenómeno turístico fue la realizada por Leiper (1990), quien abordara con anterioridad las definiciones del turismo. Para Leiper el turismo constituye un set de ideas, teorías e ideologías que posee el turista, que es una persona que adopta una conducta acorde con su rol como turista (pues el individuo no es intrínsecamente un turista), que es ejercido cuando sus ideas son puestas en práctica en relación a decisiones relativas al destino de vacaciones, la manera de interactuar con otros turistas, el tipo de experiencias en que desea verse envuelto o cómo relacionarse con los residentes.

Tal y como se recoge en el gráfico 1 los elementos incluidos en el sistema turístico propuesto por Leiper (1990), que incluye multitud de sub-sistemas, son los siguientes: (i) elementos humanos, especialmente los relacionados con la psicología del turista; (ii) elementos geográficos, como es el caso de las regiones de origen y destino; (iii) rutas de tránsito y destino de los turistas, esenciales para que el fenómeno turístico tenga lugar; y (iv) elementos relacionados con el entorno, como pueden ser el humano, el socio-cultural, el económico, el tecnológico, el físico, el político, el legal, etc.



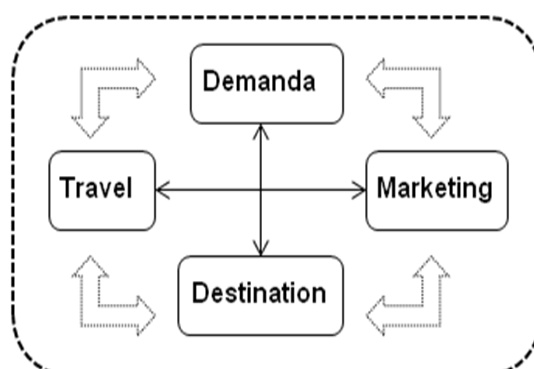
**Gráfico 1: Modelo sistémico de Leiper (Fuente: Leiper, 1990)**

Leiper (1990) considera que es el turista el catalizador que, al prepararse para el viaje, crea un sistema turístico embrionario. Cuando el turista viaja el sistema turístico adquiere forma por la consecuente interacción de elementos, no por los atributos inherentes a las personas, a los lugares o a las organizaciones empresariales. Sólo cuando el turista visita un destino el rol turístico del lugar adquiere forma, como le sucede al resto de elementos del sistema. La sostenibilidad del sistema estará en función de que dichos procesos se mantengan en el tiempo.

Para Leiper (1990) el turista constituye un stakeholder crítico en el inicio del sistema y en el funcionamiento del mismo, tanto en las regiones de origen como en las regiones de destino. El resto de elementos y sus atributos adquieren una importancia secundaria, al menos en las propuestas iniciales del autor. En su modelo el residente en el destino turístico no juega un papel central en la planificación y gestión del turismo, ni los agentes vinculados a la gestión de las empresas turísticas (desde el directivo hasta el recepcionista), ni las instituciones asociadas al turismo (agencias, entidades de deportes, etc.) ni los gobernantes. Hoy en día no sólo se reconoce dicha importancia sino que se exige una gestión responsable, sostenible y cooperativa (Baggio, 2011; Maroto, 2009; OMT, 2003).

Para Leiper (1990) el marketing constituye, junto a los transportes, el alojamiento o las atracciones, un elemento esencial del subsistema turístico vinculado a la industria. No podemos olvidar en este sentido que el desarrollo del turismo y el del marketing han sido paralelos, tanto en el caso del turismo de masas como en las propuestas turísticas actuales asociadas a los medios virtuales, la segmentación y la diferenciación. En la actualidad no es posible la existencia de alguna clase de turismo sin su correspondiente correlato de alguna clase de marketing, sobre todo en un escenario global y centrado en la comunicación y la cooperación entre los stakeholders principales, así como en el marco de la orientación al mercado vinculada a la identificación y la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés: residentes, turistas, etc. (Cox y Wray, 2011). Digamos que sin marketing no es posible la existencia de un sistema turístico dinámico y ajustado que sea sostenible (Jetter y Chen, 2012; Polo, Frías y Rodríguez, 2012).

Por su parte, tal y como se recoge en el gráfico 2, la macro-perspectiva del modelo sistémico turístico de Mill y Morrison (1985,1998, 1992, 2007) incluye cuatro dimensiones básicas. Por una parte se encuentran los elementos del lado de la demanda, que se relacionan con el comportamiento del turista. En segundo lugar el modelo incluye el marketing, desarrollado por las organizaciones para promocionar y distribuir productos y servicios turísticos. El destino es otro de los elementos del modelo. Por último, el modelo incluye los viajes y los flujos, incluidos los de transporte. En el modelo económico del sistema turístico de Mill y Morrison la demanda se refiere al mercado, el marketing hace referencia a las propuestas y promociones de las empresas turísticas. El modelo hace referencia, aunque sea de manera implícita e indirecta, a la sostenibilidad económica del sistema y da relevancia a los destinos turísticos.

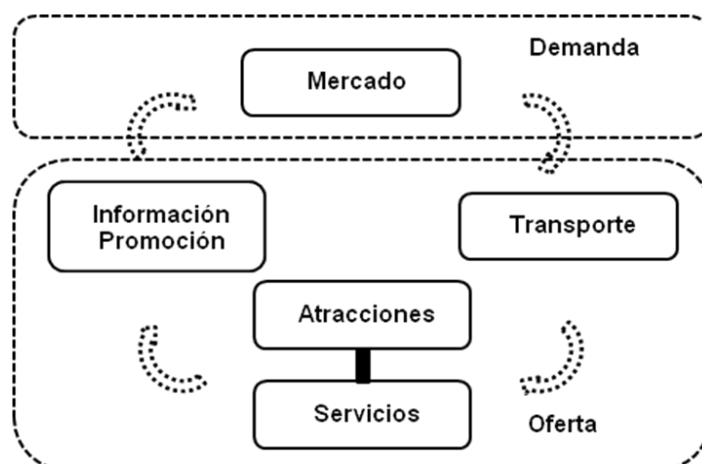


**Gráfico 2: Modelo económico de sistema turístico (Fuente: Mill y Morrison, 1998)**

Mientras que para Leiper (1990) y para otros investigadores como Boniface y Cooper (1987) el sistema turístico constituye básicamente una integración entre regiones generadoras de turistas y regiones destinatarias de turistas, conectadas por rutas de tránsito, para Gunn (1976, 1987, 1994) el turismo es algo más amplio que la industria turística. El turismo, afirma el autor en el marco de un enfoque económico de oferta y demanda, es un sistema que incluye un mayor número de elementos integrados y relacionados de manera interdependiente e íntima. Dicho sistema se caracteriza por la interdependencia de sus componentes, por su permanente dinamismo, por su dificultad para ser gestionado (en gran medida por la existencia de multitud de stakeholders) y por el hecho de que cada componente y cada actor dependen de los procesos asociados al mercado.

En el modelo de sistema turístico propuesto por Gunn existen varios componentes principales del sistema turístico que deben funcionar de un modo dinámico, si es que se desea que los numerosos destinos turísticos tengan éxito: centrarse exclusivamente en las empresas de alojamiento o en las agencias intermediarias puede nublar la visión del turismo como un sistema. La mayor parte de los elementos del sistema turístico propuesto por Gunn se pueden resumir en cinco, que son bien conocidos (Gunn, 1976): (i) componente de la información/promoción, tales como guías, programas, mapas, artículos científicos, etc.; (ii) productos, servicios e instalaciones turísticas, con alto impacto económico; (iii) transportes; (iv) componente "pull" del turismo, que incluye atracciones que hacen a los destinos y las experiencias turísticas especiales (parques, infraestructuras deportivas, lugares históricos, etc.); y (vi) elemento "push", gente diferente que decide por diferentes motivos viajar, motivos que deben conocerse. Externamente el sistema turístico está relacionado con factores tales como los recursos naturales/clima, el mercado financiero, el mercado de trabajo, los recursos culturales (arqueología, historia, deportes, educación, entretenimiento), las

empresas y sus dirigentes, las políticas gubernamentales y la comunidad (enrollarse con cada uno y cómo son demandados por los turistas, aspectos más y menos para residentes...).



**Gráfico 3: Modelo funcional de sistema turístico (Fuente: Gunn, 1987)**

Según afirma Gunn (1976, 1987, 1994), y tal y como propusieran de manera similar Murphy (1985) y Mill y Morrison (1985), por el lado de la oferta se encuentran en el sistema turístico todos los planes y actuaciones asociadas al destino turístico que son implementadas para recibir viajeros. Se incluyen las atracciones turísticas, la información, los transportes, los servicios en el propio destino y la promoción comercial turística. El lado de la oferta está influenciado generalmente por muchos factores externos, como las políticas gubernamentales, la competencia, la participación de la comunidad, el espíritu emprendedor, el mundo del trabajo, las finanzas, el liderazgo empresarial, los recursos culturales y naturales, entre muchos otros. Pero, indudablemente, concebir el turismo así implica centrarse sólo en el turismo como una industria y sólo en el sector empresarial.

El propio Gunn forma parte del grupo de investigadores que ha re-conceptualizado el enfoque sistémico del turismo. Él mismo ha reconocido que uno de los mayores cambios que se han producido en el turismo en las últimas décadas ha sido el fenomenal incremento en investigación y en la actividad académica, especialmente en lo que respecta a la satisfacción de los visitantes, la integración de los turistas con los residentes y la protección del entorno (Gunn, 2004). Sin embargo, debido a la compleja naturaleza del fenómeno turístico, así como por su rápido crecimiento, ha sido difícil aplicar los más rudimentarios hallazgos y recomendaciones. En cierto modo, señala Gunn, se puede afirmar que el reto para los investigadores y los profesionales de las empresas sigue vigente.

En la actualidad las propuestas sistémicas del turismo destacan, entre otras cuestiones, la importancia de la planificación para mejorar la eficiencia, así como la responsabilidad social y la sostenibilidad (Devine y Devine, 2011; Gössling y Scott, 2012; Johnson y Sieber, 2011; Padin, 2012). Es importante tener presente que, como mencionamos anteriormente, el sistema turístico se caracteriza por no ser estrictamente lineal, newtoniano y predecible, algo que precisamente hace difícil la planificación (Farrell y Twining-Ward, 2004; Mckercher, 1999). Por su parte, el modelo del caos aplicado al turismo sugiere que dicho sistema funciona como cualquier sistema vivo, es decir, con una natural organización propia (Zahra y Ryan, 2007). El carácter impredecible del turismo, su incontrolable naturaleza, así como el fallo de muchos de los procesos de planificación sugieren la existencia de una naturaleza caótica en el sistema que debe integrarse con una perspectiva sostenible del mismo (McKercher, 2004; Ritchie, 2004). Pero la inestabilidad, la complejidad y el cambio son características inherentes y beneficiosas del sistema turístico, tal y como lo demuestran los ciclos de estabilidad e inestabilidad que se han desarrollado en el turismo, en gran medida de una manera similar a la propuesta por el modelo del ciclo de vida.

El modelo del caos del sistema turístico, que puede ser representado a nivel internacional, nacional o local, intenta explicar el turismo en términos de la compleja interrelación existente en el interior del sistema, y en relación a seis elementos:

*El viajero: elemento esencial del sistema sin el cual el turismo no existiría. Debe constituir el elemento central de cualquier modelo.*

*El vector de comunicación: usado para conectar al viajero con los destinos, con propuestas y promociones*

*El destino: atracciones, actividades, hospedaje, accesos y amenidades*

*La comunidad interior o residente del destino, que también tiene su ciclo de vida y que influye y se ve influenciada e impactada por el turismo*

*Factores externos de influencia*

*Outputs deseados y no deseados del turismo*

Existen otras aportaciones interesantes respecto al turismo como sistema. Para Farrell y Twining-Ward (2004) los investigadores y los profesionales del turismo necesitan aventurarse fuera del sistema principal para explorar otras conexiones e interacciones que se extienden más lejos y que significativamente afectan la forma de vida, el bienestar económico y el entorno, directa o indirectamente. También se pone cada vez más de manifiesto la existencia de múltiples niveles sistémicos: en la concepción sistémica del turismo de Farrell y Twining-Ward desde el sistema turístico principal se asciende hasta el sistema turístico regional, y a su vez éste conecta con el sistema global terrestre. El sistema principal constituye una sección interior del sistema turístico, una parte del ecosistema regional. El sistema turístico comprensivo incluye componentes significativos sociales, económicos, geológicos y ecológicos que complementan su totalidad y son esenciales para su sostenibilidad. Los subsistemas son semiautónomos, facilitando conexiones y transfiriendo a otros niveles. Como siempre, pequeños cambios en algunos de los niveles del sistema puede ocasionalmente tener impredecibles - y algunas veces profundos - efectos en otras partes del sistema, produciendo una cascada de efectos en otros niveles. La estabilidad y el equilibrio se suceden con periodos de inestabilidad, periodos que pueden durar minutos, semanas, años o siglos (i. e. cambio climático). El sistema turístico está formado por gente, compañías aéreas, hoteles, restaurantes, ríos u hospitales que interactúan creando sistemas con propiedades de auto-regulación por parte de dichos componentes.

Entre las propuestas de los sistemas complejos, como la de Baggio (2011), destaca la de los sistemas complejos adaptativos, caracterizados por una organización integrada de un conjunto de elementos que influyen y se ven influenciados por variables del entorno, una interacción que es dinámica y natural (Gössling y Scott, 2012). Los atributos del sistema complejo adaptativo son los siguientes: (i) las propiedades, funciones y recursos del sistema hacen referencia física o virtual a lugares; (ii) no determinismo; (iii) se producen ciclos de feedback con la capacidad de influir en el conjunto del sistema; (iv) organización propia y robustez ante el shock interno o externo; (v) los diferentes subsistemas o escalas poseen similares características; (vi) el funcionamiento de partes separadas del sistema puede no ayudar a explicar el comportamiento del sistema en su conjunto.

### **3.- El turismo como conocimiento científico**

La construcción del conocimiento sobre el turismo ha sido objeto de trabajo de los investigadores pioneros tales como Morgensten, Erenspengel, Glücksmann, Borman, Troisi, Guyer-Freuler, Stradner, sin pasar por alto a los padres del turismo moderno, Hunziker y Krapf, quienes propusieron –hacia 1942– la Doctrina General del Turismo (DGT). Otros contemporáneos como Luis Fernández Fuster (1978), Manuel Ortuño Martínez (1966), Manuel Ramírez Blanco (1981) y Oscar de la Torre Padilla (1980), entre otros, han influido en hacer notar que el turismo constituye una ciencia que se origina por la teoría desarrollada respecto a este fenómeno y a su práctica.

J. Ash y L. Turner, así como los teóricos de la escuela de Frankfurt, sostienen que el turismo como fenómeno independiente NO tiene contenido científico (Tendencia Acientífica). Por su parte, el suizo Walter Hunziker afirmaba básicamente lo contrario: el turismo es una ciencia (Tendencia Científica). Alberto Sessa y Roberto Boullón sostienen una postura intermedia (Tendencia Multidisciplinaria). Ahora bien, tenemos que partir de la base de que un conocimiento no puede ser “semi-científico”: o es ciencia o no lo es.

Determinar si el turismo constituye una ciencia no es tarea sencilla, en gran medida porque ello requiere definir previamente los conceptos de ciencia y de turismo, tarea ésta también compleja, pues en la actualidad se le concibe al turismo como un sistema complejo. Y aunque el carácter científico que pudiera poseer el turismo ha sido ampliamente investigado y debatido, quizás constituya éste un reto sin solución, además de carecer de la elevada importancia que en muchas

ocasiones se la ha dado. Quienes defienden esta última postura piensan que, desde una posición pragmática, lo verdaderamente importante es lo que el turismo pueda resolver.

Respecto al concepto de ciencia, la Real Academia Española de la Lengua la define como el conjunto de conocimientos obtenidos mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente estructurados y de los que se deducen principios y leyes generales. Se añade que las ciencias humanas son las que, como la psicología, la antropología, la sociología, la historia, la filosofía, etc., se ocupan de aspectos del hombre no estudiados por las ciencias naturales. Por tanto, las ciencias se dividen en sociales y naturales. En todo caso parece claro que el turismo, de constituir una ciencia, pertenecería al primer grupo.

Por su parte, Corominas y Pascual (1996) han investigado el origen etimológico del constructo *ciencia*, afirmando que deriva de “conocimiento” y de “conciencia”. Desde esta primera aproximación, el turismo, aún sin haberse definido en el presente trabajo, parece constituir una ciencia (o por lo menos se trata de conocimiento científico) porque constituye conocimiento que se encuentra recogido y sistematizado y, por tanto, puede formar parte de la conciencia. Por otra parte, hemos de reconocer que los partidarios de considerar al turismo como ciencia sostienen que:

- a) Constituye un conjunto de conocimientos asociados al hecho de viajar a un lugar diferente al de origen, al que más tarde o más temprano se retorna.
- b) Dichos conocimientos se han adquirido mediante la observación y, desde luego, se ha reflexionado suficientemente acerca de ellos.
- c) En la actualidad el conocimiento relativo al turismo está, a nuestro juicio, suficientemente estructurado. No son pocos los investigadores que han desarrollado principios y teorías acerca del turismo.
- d) El turismo se ocupa de aspectos humanos considerados de manera individual y colectiva, tal y como lo hacen otras ciencias sociales, de las cuales el turismo adopta contenidos y herramientas.
- e) Por último, el turismo hace posible conocer mejor la realidad que aborda y ampliar los límites de la conciencia, facilitando la comprensión, la descripción y la explicación de determinados aspectos de la realidad.

Cuanto más esfuerzos realicemos por definir el concepto de ciencia más nos daremos cuenta de que, tal y como sucedería al intentar definir el turismo, las diferentes acepciones ofrecidas por los investigadores, lo profesionales y los académicos han ido cambiando a lo largo de las décadas. Frente a las acepciones breves del turismo en la actualidad predominan los enfoques sistémicos complejos, multidisciplinarios, asociados a la sostenibilidad y la responsabilidad social, integrado por multitud de stakeholders, caracterizado por la globalidad y la mezcla cultural, además por el desarrollo de las tecnologías y las comunicaciones, sin obviar ni olvidar el contexto local. Además, podríamos apreciar que el carácter científico del turismo estará determinado, en gran medida, por la postura paradigmática del investigador respecto a lo que es ciencia y en relación a lo que el turismo significa. Y esto es así tanto si consideramos el turismo a nivel global como si nos referimos a áreas específicas.

Para investigadores como Alonso (2004), García (2008) y Woolgar (1991), al esbozar una aproximación epistemológica al concepto de ciencia se debe tener claro que no hay un acuerdo general suficientemente consolidado acerca de lo que es ciencia y de lo que no lo es. Y que esa elevada falta de consenso es más evidente en el ámbito de las ciencias sociales que en las ciencias naturales. Por tanto, es difícil determinar si el turismo constituye una ciencia si ni siquiera los investigadores se ponen de acuerdo sobre lo que es ciencia y lo que no, por más que reúna algunos de los requisitos mencionados anteriormente. Mientras que para muchos investigadores el conocimiento científico podría identificarse con el conjunto de saberes que deben estar sometidos al dictamen empírico (mediante la observación o experimentación), para otros también puede constituir ciencia el conjunto de conocimientos desarrollado en función del principio de coherencia interna, y no comprobados necesariamente en el mundo de la experiencia (aunque sí metódica y sistemáticamente). Para el primer grupo de investigadores el turismo podría no constituir una ciencia, para los investigadores del segundo grupo si lo es.

Afirma Fernández-Pirla (2000) que a principios de este siglo las ciencias físicas, las únicas que constituían ciencia verdaderamente, eran consideradas como deterministas, frente a las ciencias sociales, caracterizadas precisamente por todo lo contrario. La razón de ser del determinismo que caracterizaba a las ciencias físicas era la consecuencia lógica de los planteamientos de Kepler, Newton y Laplace, por citar a los investigadores más conocidos. Para ellos la existencia de unas leyes gobernaba el funcionamiento del universo, que se comportaba conforme a las mismas. La consecuencia inmediata de este paradigma era que los acontecimientos futuros se podían prever. Naturalmente, desde esta posición el turismo difícilmente podría ser considerado una ciencia.

No sucedía lo mismo en el caso de las ciencias sociales. En el marco de este paradigma científico la conducta del hombre - ya actuara aisladamente o lo hiciera en grupo - era imprevisible, pues su libertad y la posesión de mente determinaban, en todo caso, su actuación. Más adelante, con la aparición de la sociología, las actuaciones humanas realizadas en grupo transcurrían según unas normas de comportamiento en cierto modo predecibles, pues las decisiones libres de unos individuos compensaban las de otros y ofrecían, en su conjunto, unos promedios susceptibles de medición estadística. Cada vez son menos los investigadores que critican el carácter científico de la sociología y, desde este enfoque, desde luego que sería posible calificar al turismo como ciencia.

En la actualidad los investigadores consideran que una aproximación conceptual a la ciencia implica superar la perspectiva exclusivamente positivista de la misma, según la cual el único conocimiento científico es el que está sometido a una rigurosa comprobación experimental. Y todo ello sin caer en una simplificación excesiva, pues un enunciado científico también es sistemático, metódico, racional, coherente y está ordenado en función de un principio que le confiere una importante cohesión interna. Digamos que es necesario superar el complejo de inferioridad que históricamente han tenido las ciencias sociales frente a las naturales.

En definitiva, la ciencia constituye un saber racional, sistemático, metódico, crítico, parcial y selectivo. Una representación que es sometida al propio dictamen de la experiencia, el de la racionalidad y el de la coherencia, y que trata de entender la realidad en toda su complejidad. No refleja la realidad tal cual es, sino que indaga en las causas y en los porqués de los eventos que conforman el mundo de la experiencia, a fin de entenderlo. Los científicos preguntan, responden y argumentan. Observan los hechos (naturales, sociales o mixtos) e inventan hipótesis para explicarlos y/o predecirlos. Clasifican y construyen sistemas de hipótesis y teorías de distinta profundidad y extensión. Verifican los datos y las conjeturas para averiguar si las hipótesis son verdaderas. Inventan técnicas para recolectar, controlar y procesar datos. Y argumentan sobre proyectos y descubrimientos, amplios o limitados.

Según Carvajal (1994) y Zapata (2002) la ciencia constituye un conocimiento que posee – o pretende poseer – la mayor parte de las siguientes características. El lector podrá apreciar que, en gran medida, el turismo efectivamente posee las características que siguen:

*Humano*

*Fáctico*

*Teórico en su origen y en su fin*

*Analítico*

*Claro*

*Preciso*

*Comunicable*

*Sistemático*

*General*

*Basada en datos empíricos*



*Crítico*

*Esencialista*

*Explicativo y/o predictivo*

*Metódico*

*Comparable*

*Fiable*

*Generalizable*

*Verificable*

*Objetivo*

*Parcial*

*Útil*

Pero, al margen de las características que se le atribuyen a la ciencia, ¿es la ciencia la única que puede revelar la verdad? La cuestión así planteada se encuentra totalmente fuera de lugar en el mundo actual, pues la ciencia no es una única cosa, sino muchas. No es algo cerrado, sino abierto. No tiene un método, sino muchos. Y no está hecha, sino se hace. Por tanto, es posible adquirir conocimiento y resolver problemas combinando elementos y trozos de ciencia con opiniones y procedimientos que son no estrictamente científicos. De este modo la pregunta quizás ya no sea: ¿es eso verdad?; sino: ¿para qué sirve?, ¿es eficaz? En realidad esta es una consideración que ha estado siempre presente en los trabajos y los proyectos de un gran número de investigadores que, ante todo, han sido pragmáticos y han estado siempre pendientes de la aplicabilidad práctica del saber en las organizaciones. Naturalmente, esto incluye al turismo.

Gummesson (2002) afirma que nos encontramos ante una paradoja y ante un auténtico dilema. De una parte necesitamos conocimiento científico y teorías con las que poder guiarnos, pero no para obedecerlas. Quizás debamos retornar a los clásicos y obtener nuevas perspectivas, porque para aplicar hoy los conocimientos necesitamos nuevas aportaciones y ciertos cambios, navegando entre la deducción y la inducción. Como señala Gummesson, necesitamos utilizar todos nuestros recursos, todas nuestras competencias, para mejorar nuestras decisiones y actuaciones, bien sea el conocimiento tácito, la reflexión, la intuición, la experiencia o el sentido común.

Por otra parte, desde un enfoque positivista del estudio del turismo se ha avanzado hacia un enfoque interpretacionista. Este desarrollo puede apreciarse en el siguiente cuadro:

<b>Crterios</b>	<b>Enfoque positivista</b>	<b>Enfoque interpretacionista</b>
Naturaleza de la realidad	Objetiva Tangible Única Sencilla	Con contenido social En gran medida intangible También de cada individuo Compleja
Objetivo Conocimiento generado	Predicción Libre respecto al tiempo Independiente del contexto	Comprensión Relacionado con el tiempo Dependiente del contexto
Visión de la causalidad	Existencia de causas	Los eventos son múltiples y simultáneos

Cuadro 1: Comparación entre enfoque positivista y enfoque interpretacionista (Fuente: Solomon (1997))

Para Ascanio (2010) y Castillo y Panosso (2011) en el curso de la evolución de la sociedad ha sido claro el papel que ha jugado la investigación y la ciencia como elementos que inciden directamente en la formación de nuevos paradigmas y concepciones. El conocimiento surgido de la investigación científica ha permitido describir, explicar y predecir el comportamiento de los diferentes procesos naturales y sociales, con la finalidad de incidir en ellos y transformar la realidad sobre la que se quiere actuar. Sin embargo existe otra propuesta científica diferente: para Feyerabend (1974, 1978, 1987, 1989) el reto del conocimiento científico no es la aplicación de categorías o procesos cuantificables, sino meditar, reflexionar y reinterpretar los fenómenos y hechos.

El conocimiento del turismo ha caído en un exceso de rigor, lógica, exactitud y medida positivista, motivo por el cual se debe superar un enfoque causal-explicativo para abordar otro que sea crítico-reflexivo-interpretativo, uno que permita pensar y repensar el turismo, en relación al saber y respecto al hacer. La intención es conseguir que los hechos, experiencias y fenómenos vinculados al turismo posean un instrumento de desarrollo de individuos, grupos y regiones que se centre en el conocimiento que sobre él se tenga, más allá de las triviales discusiones de que si el turismo es una ciencia o no.

Jafari (2005) sostiene que hoy en día el turismo es una decisiva industria económica global. En este sentido muchas publicaciones científicas e institucionales, como las emitidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), dan buena cuenta de su crecimiento desde la Segunda Guerra Mundial y, especialmente, en las últimas décadas de crisis. Es más, se constata que el turismo es el sector que mejor resiste la crisis y contribuye el sostenimiento de otros, motivo por el que su estudio se ha incrementado. Del análisis de la literatura sobre los avances en el conocimiento del turismo que han sido desarrollados durante los últimos años se pueden distinguir cuatro grandes grupos, siendo cada uno de ellos indicativo de una cierta posición o plataforma teórica. Estas plataformas son, sucesivamente: Apologética (lo bueno del turismo), Precautoria (lo malo del turismo), Adaptativa (disminuir los impactos del turismo) y Científico-céntrica. Han ido apareciendo por orden cronológico, cada una de ellas en continuidad y oposición con la anterior, pero sin llegar a reemplazarla. Hoy todas ellas siguen coexistiendo.

Las diferentes plataformas han constituido las principales fuerzas generadoras de un gran número de desarrollos en la teorización del turismo, especialmente la plataforma Científico-céntrica. Finalmente, insiste Jafari (2005), en la actualidad el turismo es considerado como un todo, como un sistema complejo e integrado de estructuras, variables y funciones subyacentes, esta es la forma en que se ha contribuido a la formación de la teoría del turismo. La Plataforma Científico-céntrica emergió durante la última década del siglo XX y generalmente ha estado ocupada por miembros de la comunidad académica e investigadora, que han tratado de dotarse de una fundamentación científica y, al mismo tiempo, mantener intactas las vías de comunicación con las otras tres y con la actividad turística real. De esta manera la ciencia del turismo estudia sistemáticamente la propia estructura del turismo, lo relaciona con diversos campos de investigación o disciplinas, define su lugar en el contexto multidisciplinar amplio, examina sus funciones, identifica los factores que influyen y son influidos por el turismo, etc. Todo ello contribuye a un tratamiento global y sistémico del turismo, enlazando con el apartado anterior, no sólo de sus impactos o de sus formas: su meta principal es la formación de un cuerpo científico de conocimientos sobre el turismo que sea de utilidad para: (i) el mejor conocimiento del fenómeno turístico; (ii) mejorar el desarrollo científico y teórico acerca del turismo; (iii) progresar en la planificación y gestión del turismo; y (iv) cooperar con otros sectores y otras disciplinas científicas.

### **3.- Conclusiones**

Los gestores del turismo necesitan una teoría para realizar la praxis, pues no hay nada más útil que una buena teoría. En la actualidad se acepta que el turismo constituye un sistema complejo y de carácter interdisciplinar, además de ser no lineal y escasamente predecible. También es global y local. La complejidad del sistema turístico hace referencia al hecho de que multitud de agentes de diferente naturaleza y nivel se vean involucrados en diferentes procesos turísticos, tanto es así que ni siquiera en la legislación es fácil determinar cuáles son entidades y agentes estrictamente turísticos y cuáles no. Pensemos en un producto turístico que incluye el viaje y la estancia por diversos países con diferente cultura, el alojamiento en diversos establecimientos, la participación en actividades de diferente naturaleza. El turista convivirá con diferentes comunidades residentes

que hablan distintas lenguas y poseen diferentes costumbres, se verá afectado por distintos sistemas económicos, políticos y legales. No cabe duda que algunos procesos se pueden planificar, pero no todo es predecible ni es abordable por un mismo agente.

Por otra parte, la importancia del turismo es tal que constituye el sector principal de muchos países. En tiempos de crisis el turismo ha demostrado no sólo ser uno de los sectores que mejor la resisten, sino que constituye un sector acicate para el sostenimiento de otros sectores. Estos hechos y los mencionados en el párrafo anterior hacen que el turismo sea analizado y gestionado actualmente en un marco de sostenibilidad y de responsabilidad social, algo que se ha mostrado en el presente trabajo. Los directivos de las empresas turísticas debieran tener en cuenta las características y los retos del sistema turístico para desarrollar procesos directivos sostenibles y responsables, además de eficientes.

### **Bibliografía**

Alonso, C. J. (2004), *La agonía del cientificismo. Una aproximación a la filosofía de la ciencia*. Navarra: Eunsa.

Amaral, L. A. N. y Ottino, J. M. (2004). Complex networks - Augmenting the framework for the study of complex systems. *The european physical journal*, 38, 147-162.

Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Jusoh, H. y Hussain, M. Y. (2012). The roles of tourism system towards development of tourist friendly destination concept. *Asian social science*, 8(6), 146-155.

Asacnio, A. (2010). El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes? *Pasos*, 8(4), 633-641.

Baggio, R. (2011). Collaboration and cooperation in a tourism destination: A network science approach. *Current issues in tourism*, 14(2), 183-189.

Bertalanffy, L. V. (1968). General system theory: A critical review. *General systems*, 7(1), 1-20.

Bertalanffy, L. V. (1972). General system theory. A critical review. En John Beishon y Geoff Peters (Eds.): *System behavior*, pp. 29-49.

Boniface, B. G. y Cooper, Ch. (1987). *The geography of travel and tourism*. Oxford: Heinemann Professional.

Carvajal, L. (1994). *Metodología de la investigación*. Cali: Editorial futuro.

Castillo, M. y Panosso, A. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20, 384-403.

Corominas, J. y Pascual, J. (1996). *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*. Madrid: Editorial Gredos.

Cox, C. y Wray, M. (2011). Best practice marketing for regional tourism destinations. *Journal of travel and tourism marketing*, 28(5), 524-540

Chadwick, G. (1978). *A system view of planning towards a theory of the urban and regional planning process*. Oxford: Pegamon.

Devine, A. y Devine, F. (2011). Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries. *Tourism management*, 32(6), 1253-1261

Ekinci, Y. y Hosany, S. (2006). Destination personality: An application of brand personality to tourism destination. *Journal of travel research*, 45, 127-139.

- Farrell, B. H. y Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 274–295.
- Farrell, B. H. y Twining-Ward, L. (2005). Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of sustainable tourism*, 13(2), 109-122.
- Faulkner, B. y Russell, R. (1997). Chaos and complexity in tourism: in search of a new perspective. *Pacific tourism review*, 1(2), 93-102.
- Faulkner, B. y Russell, R. (2001). Turbulence, chaos and complexity in tourism systems: a research direction for the new millennium. In B. Faulkner, G. Moscardo & E. Laws (Eds.): *Tourism in the 21st century: lessons from experience* (pp. 328-349). London: Continuum.
- Fernández, L. (1978). Teoría y técnica del turismo. Tomo I. Madrid: Editora Nacional.
- Fernández-Pirla, M. (2000). *La ciencia económica y el nuevo paradigma de la complejidad*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Feyerabend, P. (1989). Límites de la ciencia. Barcelona: Paidós.
- Feyerabend, P. K. (1974). Contra el método: esquema de una teoría anarquista del conocimiento. Barcelona: Ariel.
- Feyerabend, P. K. (1978). La ciencia en una sociedad libre. Madrid: Siglo XXI.
- Feyerabend, P. K. (1987). Adiós a la razón. Madrid: Teknos.
- García, A., Gaines, S. y Linaza, M. T. (2012). A Lexicon based sentiment analysis retrieval system for tourism domain. *e-review of tourism research*, 10(2), 35-38.
- García, L. (2008). Aproximación epistemológica al concepto de ciencia: una propuesta básica a partir de Kuhn, Popper, Lakatos y Feyerabend. *Andamios*, 4(8), 185 - 212.
- Gössling, S. y Scott, D. (2012). Scenario planning for sustainable tourism: An introduction. *Journal of sustainable tourism*, 20(6), 773-778
- Gummesson, E. (2002). Practical value of adequate marketing management theory. *European journal of marketing*, 36(3), 325 - 349.
- Gunn, C. A. (1976). *Industry fragmentation vs. tourism planning*. Ponencia presentada en la conferencia anual de la Asociación para la investigación del viaje, Florida.
- Gunn, C. A. (1987). *El sistema turístico y oportunidades*. Ponencia presentada en el Workshop de Texas: Turismo: el futuro de una región.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basic concepts cases*. London: Taylor and Francis.
- Gunn, C. A. (2004). Prospects for tourism planning: issues and concerns. *The journal of tourism studies*, 15(1), 3-7.
- Hall, C. M., Williams, A. M. y Lew, A. A. (2004). Tourism: Conceptualizations, institutions, and Issues. In A. A. Lew, C. M. Hall y A. M. Williams: *A companion to tourism* (pp. 3-21). Oxford: Blackwell.
- Hansell, R. I. C., Craine, I. T. y Byers, R. E. (1997). Predicting change in non linear systems. *Environmental monitoring and assessment*, 46, 175-190.
- Hsu, T. K., Tsai, Y. F. y Wu, H. H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: a case study of Taiwan. *Tourism management*, 30, 288-297.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning. An integrated and sustainable development approach*. New York: Von nostrand reinhold.

Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.

Jetter, L. y Chen, R. J. C. (2012). An Exploratory investigation of knowledge sharing and cooperative marketing in the tourism alliances. *International journal of hospitality and tourism administration*, 13(2), 131-144.

Johnson, P. A. y Sieber, R. E. (2011). An agent-based approach to providing tourism planning support. *Planning and design*, 38(3), 486-504.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism. *Annals of tourism research*, 6(1), 390-407.

Leiper, N. (1990). *Tourism system. An interdisciplinary perspective*. Occasional paper, 2. Massey: Massey University.

Maroto, J. c. (2009). Tourism and cooperation to the development in the Mediterranean. *Cuadernos geográficos*, 44, 265-270.

McKercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of sustainable tourism* 1, 6–15.

McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism management*, 20(4), 425-434.

McKercher, B. (2004). A comparative study of International cultural tourists. *Journal of hospitality and tourism management* 11(2): 95 – 107.

Michael, E. J. (2003). Tourism micro-clusters. *Tourism economics*, 9(2), 133-145.

Mill, R. C. y Morrison, A. (1985). *The tourism system*. Englewood Cliffs, NY: Prentice-Hall.

Mill, R. C. y Morrison, A. (1992). *El sistema turístico. Un texto introductorio*. Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall.

Mill, R. C. y Morrison, A. (1998). *The tourism system: an introductory text*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt.

Mill, R. C. y Morrison, A. (2007). *The tourist system*. Dubuque: Kendall Hunt Publishing.

Mitchell, R., Charters, S. y Albrecht, J. N. (2012). Cultural systems and the wine tourism product. *Annals of tourism research*, 39(1), 311-325.

Morgan, N. J., Pritchard, A. y Pride, R. (2003). *Destination branding*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Muñoz de Escalona, F. (1992). *Crítica de la economía turística. Enfoque de oferta versus enfoque de demanda*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. *Natural resources forum*, 27, 212-222.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (1993). *Sustainable tourism development. Guide for local planners*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2003). *Co-operation and partnerships in tourism: a global perspective*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2007). *Davos Declaration. Climate change and tourism. Responding to global challenges*. Davos: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2012). *UNWTO World Tourism Barometer*, 10, 1-7.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2006). *Structures and budgets of national tourism organizations 2004-2005*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Ortuño, M. (1966). *Introducción al estudio del turismo*. México: Textos Universitarios.

Padin, C. (2012). A sustainable tourism planning model: Components and relationships. *European business review*, 24(6), 510-518.

Page, S., Song, H. y Wu, D. C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of travel research*, 51(2), 142-153.

Pavard, B. y Dugdale, J. (2000). *The contribution of complexity theory to the study of socio-technical cooperative systems*. Third International Conference on Complex Systems. Nashua.

Polo, A. I., Frías, D. M. y Rodríguez, M. A. (2012). Marketing practices in the Spanish rural tourism sector and their contribution to business outcomes. *Entrepreneurship and regional development*, 24(7-8), 503-521.

Rajabzadeh, A., Naderpour, M. y Shabestari, M.N. (2011). Tourism industry: A tourism development system approach. *Australian journal of basic and applied sciences*, 5(11), 1409-1415.

Ramírez, M. (1981). *Teoría general del turismo*. México: Ed. Diana.

Ritchie, B.W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism management*, 25(6), 669-683.

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (1999). Tourism, competitiveness and social prosperity. *Journal of business research*, 44, 137-152.

Ritchie, J. R. B. y Crouch G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: CAB International.

Solomon, M. R. (1997). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice Hall.

Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20, 149-170.

Wei, W., Alvarez, I. y Martin, S. (2013). Sustainability analysis: Viability concepts to consider transient and asymptotical dynamics in socio-ecological tourism-based systems. *Ecological modeling*, 251, 103-113.

Woolgar, S. (1991). *Ciencia: Abriendo la caja negra*. Barcelona: Anthropos.

Yu, Ch. P., Chancellor, H. Ch. y Cole, Sh. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of travel research*, 50(1), 57-63.

Yusof, A., Shah, P.M. y Geok, S.K. (2012). Application of Leiper's tourist attraction system to small-scale Sport event tourism in Malaysia. *World applied sciences journal*, 18(7), 896-900.

Zahra, A. y Ryan, C. (2007). From chaos to cohesion-Complexity in tourism structures: An analysis of New Zealand's regional tourism organizations. *Tourism management*, 28(3), 854-862.

Zapata, E. E. (2002). Marketing: ¿ciencia o arte? *Revista colombiana de marketing*, 5, 30 - 46.