

Análisis de los Estudios Referentes a los Impactos del Turismo Creativo Indexados en la Base Scopus y WoS

Analysis of the Studies Regarding the Impacts of Creative Tourism Indexed in the Scopus and WoS Base

José Álvarez-García

pepealvarez@unex.es

Department of Financial, Economics and Accounting
University of Extremadura, Cáceres (Spain)

Claudia Patricia Maldonado-Erazo

cpmaldonado1@utpl.edu.ec

Department of Hospitality and Tourism - UTPL
Universidad Técnica Particular de Loja, Loja (Ecuador)

María de la Cruz del Río-Rama

delrio@uvigo.es

Department of Business Organisation and Marketing
University of Vigo, Ourense (Spain)

María Dolores Sánchez-Fernández

msanchezf@udc.es

Department of Analysis and Business Management
University of A Coruña, A Coruña (Spain)

Resumen/ Abstract

El turismo creativo puede tener impactos positivos y negativos en las localidades donde se desarrolla que pueden afectar tanto al ámbito social, ambiental y cultural. En este contexto, el objetivo principal del presente trabajo es identificar la investigación científica que aborda los Impactos del Turismo Creativo. La metodología empleada es el análisis bibliométrico aplicado a la producción científica desarrollada hasta el momento entorno a esta modalidad. Para la identificación del material bibliográfico se emplea una metodología de rastreo con búsqueda avanzada de términos en las bases de datos internacionales Web of Science (WoS) y Scopus. Como resultado se creó una base de datos integrada por 19 artículos. Del análisis, se des-

Creative tourism can have positive and negative impacts in the localities where it is developed, which can affect both the social, environmental and cultural spheres. In this context, the main objective of the present work is to identify the scientific research that addresses the Impacts of Creative Tourism. The methodology used is the bibliometric analysis applied to the scientific production developed until the moment around this modality. For the identification of the bibliographical material a methodology of search with advanced search of terms is used in the international databases of Web of Science (WoS) and Scopus. As a result, a database consisting of 19 articles was created. From the analysis, it is clear that the interest in this

prende que el interés por este tema entre la comunidad científica es muy reciente, el primer artículo sobre esta temática es del año 2007 y es a partir, del año 2015 cuando se observa un incremento sustancial de trabajos en este ámbito. Los investigadores que abordan mayoritariamente este tema pertenecen al Reino Unido, China y Taiwán. En definitiva, esta temática esta poco explorada, las investigaciones se centran en el análisis de casos de estudio, a través de los cuales se esquematiza los efectos identificados y las acciones implementadas para su mitigación.

Palabras Clave: turismo creativo, impactos del turismo creativo, creative city, análisis bibliométrico.

Código JEL: M10, R11

1. INTRODUCCIÓN

La industria turística en la actualidad adquiere un papel protagonista dentro del sector económico llegando a representar el 9,8% (7,2 billones de dólares) del PIB mundial para el 2015, siendo este el sexto año consecutivo en el que se observa crecimiento en su aportación (World Travel & Tourism Council, 2016). El turismo provoca un efecto positivo al permitir el ingreso de divisas, generación de empleo y aumento de oportunidades de negocios que contribuyen al crecimiento y desarrollo económico de la población. Sin embargo, no todo son beneficios, también se observan efectos negativos que afectan al ámbito social, ambiental y cultura, provocados por la transformación de los espacios y de la localidad derivados del desarrollo del turismo (Knafou, 1999).

En este sentido, las implicaciones derivadas de la introducción de la actividad turística varían en función del extremo en que esta es vivida. Por ello, investigadores como Hasani, Moghavvemi y Hamzah (2016), Andereck, Valentine, Knopf y Vogt (2005), Perdue, Long, y Allen (1990) coinciden en establecer que los actores que participan del intercambio de recursos observan como positiva esta actividad, pero aquellos que absorben los costos del intercambio tendrán un criterio negativo hacia esta.

topic among the scientific community is very recent, the first article on this subject is from 2007 and it is from 2015 onwards that there is a substantial increase of works in this area. Researchers who mainly address this issue belong to the UK, China and Taiwan. In short, this topic is little explored, the research focuses on the analysis of case studies, through which the effects identified and actions implemented for mitigation are outlined.

Keywords: Creative tourism, impacts of creative tourism, creative city, bibliometric analysis.

JEL codes: M10, R11

Autores como Smith y Brent (2001) mencionan que los actores implicados en la actividad turística y la comunidad local, se cuestionan si la introducción del turismo ha representado para ellos “una bendición o un tizón”, quedando el análisis de esta cuestión en manos de los académicos, quienes son los que pueden establecer y caracterizar esta situación. El surgimiento de esta duda, se fundamenta en que la actividad turística dispone de dos perspectivas entre los actores. Para unos, esta actividad es un beneficio económico -al generar divisas-, social -al permitir un aumento de la participación de los miembros de la localidad- y ambiental -al establecer estructuras para el aprovechamiento de los recursos que posee la localidad-. Lamentablemente para otros, esta representa un acto negativo al ser un catalizador de la tensión social, es una actividad de concentración de recursos económicos entre las familias que se benefician de los ingresos económicos y un fenómeno de destrucción de los espacios turísticos de la localidad.

Recientemente, la creatividad ha tomado fuerza dentro de distintas industrias, pero en el caso del turismo en particular, se ha observado como una herramienta que brinda ventajas a la localidad que la emplea (Florida, 2002; Brouder, 2012) y permite minimizar los efectos negativos del turismo. Por ello, el turismo creativo se ha constituido en una modalidad que toma importancia dentro de la comunidad

científica tras su surgimiento en los años 90 (Mazarrasa, 2016:197).

Este tipo de turismo permite un proceso de integración del turista en la localidad visitante, incentivando actividades que lo conviertan en un miembro más de la comunidad (UNESCO, 2006a; UNESCO, 2006b; Richards & Raymond, 2000). Por otro lado, los productos de naturaleza estandarizada no siempre satisfacen a los consumidores actuales, lo que motiva a los prestadores de servicios a la integración creativa de dinámicas distintas que permitan reformular lo estático del turismo para dar el primer paso a la producción de experiencias (Richards, 2003), hecho que coloca a la creatividad en un papel protagonista y da origen al turismo creativo.

Teniendo en cuenta las aportaciones de Woosnam desde la “Teoría de la solidaridad emocional”, que argumenta la posibilidad de desarrollar un comportamiento compartido entre los residentes y turistas si estos interactúan al mismo nivel dentro de las actividades planificadas, se observa que este comportamiento desarrolla una mayor comprensión de la cultura y de la localidad, fortaleciendo así la relación entre estos (Woosnam, Norman, & Ying, 2009), lo que permite la obtención de efectos positivos a través la dinámica que promulga el turismo creativo (Brouder, 2012).

Entre las evidencias, se puede mencionar como la integración de esta modalidad abre la posibilidad de revitalizar la ciudad, atraer nuevos negocios e industrias, y promover la participación de los gobiernos en la explotación del potencial creativo de las localidades (Arandjelovic, 2015). Además, permite aumentar la interacción entre los turísticos y prestadores turísticos, hecho que mejora las condiciones del destino al trabajar el capital social que está siendo subutilizado, permitiendo que el turismo creativo se convierta en un catalizador del desarrollo local (Hurriyati & Sofwan, 2015).

Sin embargo, el surgimiento de escenarios positivos y de beneficio no descarta la posibilidad de que broten elementos negativos que afecten a estos. Es inevitable apreciar la existencia de estudios relacionados con la destrucción creativa de las localidades, de acuerdo con Barnes y Hayter (1992:650), “la destrucción engendra creación la cual a su vez produce destrucción”. Como es conocido, Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) fue el primero en acuñar originalmente el término, y es quien

desarrolla una gran trayectoria en el análisis de esta actividad turística, llegando a establecer un modelo compuesto por tres variables: la inversión empresarial, el consumo o mercantilización del patrimonio, y la destrucción del idilio de la localidad (Mitchell, 1998). A partir de este modelo se han podido establecer una serie de efectos dentro de las localidades. En este sentido, se resalta que los procesos de capitalización de los recursos provocan dentro de estas localidades desequilibrios, por un lado, al generar una capacidad superior a la que pueden abastecer y por otro, resquebrajando la dinámica social llevando a la generación de una tensión entre los residentes (Mitchell, 2013; Halpern & Mitchell, 2011).

Con una trayectoria de 20 años (Maldonado-Erazo, Álvarez-García, & Del Río-Rama, 2016:88) esta temática dispone de enfoques académicos muy variados, pero en cuanto a los efectos que esta modalidad genera no se han identificado trabajos que los aborden en profundidad. Esta nueva modalidad turística, al igual que otras tantas, ha generado efectos concretos en distintos ámbitos (paisajes y habitantes) donde se integra, así como, dentro de los propios turistas que ejecutan esta experiencia (Osorio, 2014). Aunque la literatura en torno al Turismo Creativo es reducida es posible encontrar estudios enfocados en abordar la influencia positiva y negativa de esta modalidad.

En relación a la influencia positiva, destaca su capacidad de integrar a diversos actores de la con el fin de conseguir una regeneración creativa de la ciudad y al mismo tiempo, facilitar nuevos vínculos económicos que logran reposicionar la cadena de valor de lo cultural (Richards, 2014). Esto refuerza lo planteado por Sepe y Di Trapani (2010) quien observa que a partir de la integración de esta modalidad se consigue una mayor participación e integración de la comunidad, lo que permite consolidar la identidad y sostenibilidad del destino.

En la misma línea, Donaldson, Spocter, Du Plessis y Van Niekerk (2012) establecen que esta modalidad se conjuga como un elemento de gran potencial para fomentar la integración regional, que se refleja en un crecimiento económico que contribuye en la regeneración de poblaciones deprimidas. Por su parte, Innantananon, Somtrakool y Koseyayotin (2011) afirman que la inserción del turismo creativo influye en una mayor valoración de la cultura y tradiciones. En este sentido, el

fomento de las artes es un enfoque para el desarrollo integral de la comunidad (Phillips, 2004).

Sin embargo, los estudios sobre turismo creativo no solo han identificado impactos positivos sino también negativos. En este sentido, hay trabajos de investigación que abordan la influencia negativa de esta actividad, donde se destaca que aunque beneficio económico que se obtiene de su práctica es significativo, no se puede negar que el aprovechamiento excesivo del mismo ha llevado en ciertos casos a una sobreexplotación de los recursos, desviándose del propósito principal que es la integración del turista y la comunidad (Mitchell, 1998). Por tanto, en estos trabajos se observa que el proceso de destrucción creativa, no siempre avanza de igual forma en cada caso que se analiza, pero si reafirman que la situación se agrava a medida que se intensifican las inversiones y el número de turistas, sin las necesarias medidas de regulación (Qun, Mitchell, & Wall, 2012; Bei Huang, Wall, & Mitchell, 2007). Así, Mitchell (2013) afirma que el avance en el deterioro de la dinámica comunitaria dentro de las localidades y la mercantilización de la cultura tiende a presentar una mayor destrucción dentro de localidades grandes, mientras que en localidades pequeñas sus efectos no son tan nocivos. Se puede ver de forma más detallada los impactos en la tabla 7.

Es inevitable la creación y desarrollo de estas consecuencias e impactos dentro de las localidades en las que se introducen la actividad turística, pero es algo fundamental por parte de la comunidad científica el estudio de estos, estableciendo la necesidad de encontrar mecanismos que minimicen los efectos negativos y contribuyan a acentuar los efectos positivos generados (Archer, Cooper, & Ruhanen, 2005; Brida, Monterubbianesi, & Zapata-Aguirre, 2011).

En este contexto, el objetivo principal del presente trabajo de investigación es identificar la investigación científica que aborda los Impactos del Turismo Creativo. La metodología empleada es el análisis bibliométrico aplicado a la producción científica desarrollada hasta el momento entorno a esta modalidad. Para la identificación del material bibliográfico se emplea una metodología de rastreo con búsqueda avanzada de términos en las bases de datos internacionales Web of Science (WoS) y Scopus.

El presente artículo se estructura en cinco secciones. Después de la introducción en la que se contextualiza el tema y se plantea el objetivo de la investigación, en la segunda y tercera sección se expone la metodología de trabajo y se recogen los resultados obtenidos. Finalmente, en la última sección, se plasman las conclusiones y limitaciones del trabajo efectuado.

2. METODOLOGÍA

Para abordar el objetivo planteado, se aplica como metodología de trabajo el análisis bibliométrico de carácter exploratorio-cuantitativo. Este análisis es una técnica que permite integrar y aplicar diversos procesos matemáticos y estadísticos (Spinak, 1996:2), que se apoyan en indicadores bibliométricos caracterizados por su soporte en normas internacionales, hecho que los coloca como las medidas con mayor objetividad y fiabilidad para el estudio de la investigación académica (Campbell, et al., 2010). Los indicadores pueden clasificarse en: de actividad (evolución de las publicaciones, productividad, dispersión, colaboración, etc.) o de impacto (documentos más citados, factor de impacto, etc.) (Escorcía-Otálora & Poutou-Piñales, 2008:237). Estos contribuyen a evaluar e interpretar con mayor profundidad el rumbo que la producción científica nacional o internacional está siguiendo hasta el momento (Raisig, 1960:1418).

Para la selección de bases se tuvo en cuenta la facilidad de acceso a la información, el número de artículos indexados dentro del área de conocimiento estudiada, el número de revistas científicas, y por último, la relevancia dentro de la comunidad científica (Índices de Calidad Relativo). Así, las bases de datos seleccionadas son Scopus del grupo Elsevier y Web of Science (WoS) de Thomson Reuters, consideradas ambas como las principales bases de datos internacionales. Esta selección nos permite asegurar la validez del análisis bibliométrico, ya que como afirma Bonilla, Merigó y Torres-Abad (2015) esta depende en gran parte de la representatividad de la actividad científica en la misma.

El rastreo de los documentos se realizó por medio de búsquedas avanzadas de términos: experiences AND creative tourism, impacts AND creative tourism, effects AND creative tourism, experiences AND impacts AND crea-

tive tourism. En el caso de Scopus se desarrollaron dentro del campo de “Article Title, Abstract, Keywords”, mientras que en WoS se efectuaron en el campo “Tema”. Las búsquedas fueron limitadas al campo de tipo de documento “Artículos”, puesto que esta tipología se caracteriza por reducir el tiempo de espera para la divulgación de la información, aumenta el acceso a la literatura científica del mundo en general (Frank, 2006:1553) y, sintetiza la información lo cual es una de las contribuciones más valiosas dentro del ámbito científico (Goldschmidt, 1986:215).

Como resultado de la búsqueda se creó una base de datos en el software Excel de Microsoft-Office de 25 artículos, indexados 16 en Scopus y 9 en WoS. Asimismo, se identificaron 6 artículos en común entre las bases, por lo cual la base final de trabajo se constituyó con 19 artículos únicos.

3. RESULTADOS

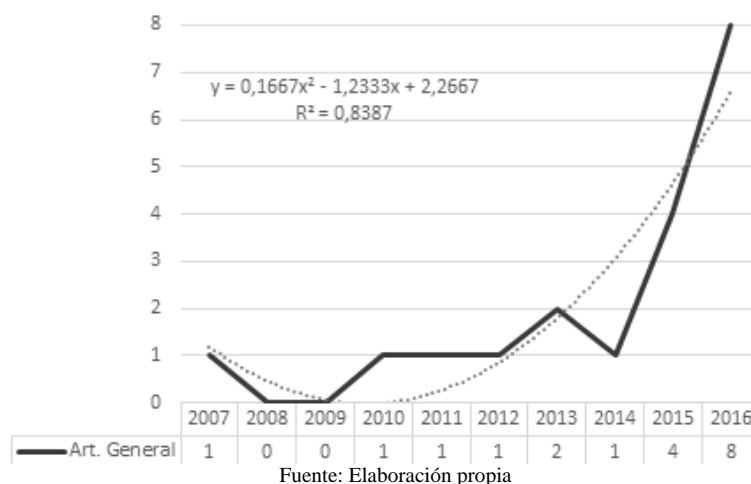
3.1 Documentos

La trayectoria de la temática se extiende a lo largo de 10 años, de 2007 a 2016 (Gráfico

1). El primer artículo identificado se registra en el año 2007 en WoS, mientras que en Scopus el primer artículo recogido es del año 2010. El año de mayor productividad es 2016 tanto para Scopus (8) como para WoS (5).

La línea de evolución de acuerdo con López López (1996) representa las fases de comportamiento que atraviesa la producción científica con el tiempo, en este caso se puede observar dos momentos muy marcados. El primero la “fase de precursores” entre 2007 a 2014, donde la elaboración es mínima y la producción es de 0,9 artículos/años y el segundo momento es la “fase de crecimiento exponencial” de 2015 en adelante, donde el número de publicaciones comienza a aumentar, 6,0 artículos/años. Este comportamiento en el crecimiento de la producción, se ve sustentado por la Ley de Price, que afirma que tras una trayectoria de 10 a 15 años el nivel de información generada se ve duplicada, lo cual supone un crecimiento exponencial en la información. La curva de tendencia polinómica que muestra un buen ajuste con un $R^2 = 0,8387$ permite observar una tendencia de crecimiento importante en los próximos años (Gráfico 1).

Gráfico 1. Tendencia en las publicaciones sobre impactos del turismo creativo



3.2 Autores

Un total de 34 autores son responsables de la elaboración de los 19 artículos identificados, donde destaca que el 100% de ellos tan solo han contribuido con un único artículo, estableciendo un índice de productividad por autor de 1,00 artículos. Como complemento para el

análisis de los autores Lotka en 1926 desarrolla el Índice de Productividad Individual (PI) que representa $PI = \log N$, es decir se constituye en el logaritmo decimal de la productividad individual de cada autor (Lotka, 1926). A través de este índice se clasifica a los autores en tres niveles. Tras observarse una producción mínima entre los autores de esta temática, estos se

categorizan en el primer nivel o pequeños productores por poseer una sola publicación y un Índice de Lotka igual al 0 (Tabla 1). Adicionalmente se resalta que el Índice de transitoriedad es de 100% dentro de esta temática.

Con un escenario donde todos los autores están al mismo nivel de producción, la forma de establecer un ranking entre estos es por medio del Índice h, mismo que cuantifica la

notoriedad que tiene la producción del autor, al tomar h un valor igual o mayor a 0, tras dividir el total de artículos con el número de citas que han percibido sus publicaciones hasta el cálculo del mismo (Hirsch, 2005). Por consiguiente, el autor con mayor relevancia en Scopus es Wang, Y. con $h = 24$, mientras que en WoS es McCarthy, J. con $h = 12$.

Tabla 1. Autores más productivos

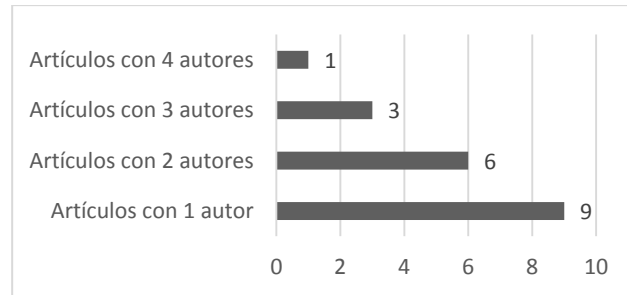
| Scopus | | | | WoS | | | |
|-----------------|---------------|-----------------|----------|----------------|---------------|-----------------|----------|
| Autor | Nº. Artículos | Índice de Lotka | Índice H | Autor | Nº. Artículos | Índice de Lotka | Índice H |
| Wang, Y. | 1 | 0.0000 | 24 | McCarthy, J. | 1 | 0.0000 | 12 |
| Ryu, K. | 1 | 0.0000 | 15 | Ryu, K. | 1 | 0.0000 | 10 |
| McCarthy, J. | 1 | 0.0000 | 14 | Mossberg, L. | 1 | 0.0000 | 5 |
| Fisher, R. | 1 | 0.0000 | 10 | Hussain, K. | 1 | 0.0000 | 3 |
| Indergaard, M. | 1 | 0.0000 | 7 | Indergaard, M. | 1 | 0.0000 | 3 |
| Brouder, P. | 1 | 0.0000 | 6 | Ali, F. | 1 | 0.0000 | 2 |
| Ali, F. | 1 | 0.0000 | 3 | Džupka, P. | 1 | 0.0000 | 2 |
| Perrin, T. | 1 | 0.0000 | 3 | Lee, Y.-J. | 1 | 0.0000 | 2 |
| Lee, Y.J. | 1 | 0.0000 | 2 | Šebová, M. | 1 | 0.0000 | 2 |
| Liu, X.D. | 1 | 0.0000 | 2 | | | | |
| Pappalepore, I. | 1 | 0.0000 | 2 | | | | |

Fuente: Elaboración propia

En relación con las coautorías, se identifican 6 artículos con dos autores, 3 con tres auto-

res y 1 con cuatro autores. Nueve de los artículos son de autoría única (Gráfico 2).

Gráfico 2. Análisis de Co-autorías



Fuente: Elaboración propia

El Índice de coautoría es de 1,79 publicaciones por autor. En este punto el comportamiento que presentan las coautorías se establece como un fenómeno que debe ser analizado como mayor detenimiento, de acuerdo con Berelson el tener un mayor nivel de colaboración en la producción de documentos provoca que el grado de madurez de la disciplina sea mayor (López López, 1996).

De esta manera, en un análisis más detallado sobre la tendencia de colaboración por año, es 2016 donde mayor número de coautorías se

registra (18), estableciendo que la moda de coautores predominante es de 2 autores por documento.

3.3 Afiliaciones por institución y país

La afiliación de cada autor permite establecer la asociación que este guarda con algún tipo de organización o país, a fin de establecer a través de ellos el comportamiento de los procesos de colaboración que se mantienen (Spinak, 1996:7).

En cuanto a la ubicación geográfica, se identifican 10 publicaciones con coautorías. En 9 de ellas se han desarrollado en colaboración dentro de un mismo país, destacando que 5 de los artículos tienen participaciones de una misma institución y 4 disponen de contribuciones de miembros de distintas instituciones, pero del mismo país. Es necesario mencionar que únicamente existe 1 artículo desarrollado en colaboración internacional, distintas universidades localizadas en distintos continentes.

Adicionalmente, se elaboró un ranking en función de las afiliaciones por país de cada autor y por cada base (Tabla 2), que permite apreciar que en ambas bases es el Reino Unido líder con 4 autores, 4 autorías y 4 centros, en segundo lugar se observa a China con 4 autores, 4 autorías y 2 centros para Scopus; mientras que en segundo lugar para WoS se ubica Taiwán con 3 autores, 3 autorías y 3 centros.

Tabla 2. Número de centros, autorías y autores por su país de afiliación

| <i>Scopus</i> | | | | <i>WoS</i> | | | |
|----------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|--------------------|
| <i>País</i> | <i>Autores</i> | <i>Autorías</i> | <i>No. Centros</i> | <i>País</i> | <i>Autores</i> | <i>Autorías</i> | <i>No. Centros</i> |
| United Kingdom | 4 | 4 | 4 | United Kingdom | 4 | 4 | 4 |
| China | 4 | 4 | 2 | Taiwan | 3 | 3 | 3 |
| Indonesia | 4 | 4 | 2 | Malaysia | 2 | 2 | 2 |
| Taiwan | 3 | 3 | 3 | Slovakia | 2 | 2 | 1 |
| Australia | 3 | 3 | 2 | Argentina | 1 | 1 | 1 |
| Thailand | 3 | 3 | 1 | Norway | 1 | 1 | 1 |
| France | 2 | 2 | 2 | Serbia | 1 | 1 | 1 |
| Malaysia | 2 | 2 | 2 | South Korea | 1 | 1 | 1 |
| Slovakia | 2 | 2 | 1 | United States | 1 | 1 | 1 |
| South Korea | 1 | 1 | 1 | | | | |
| Spain | 1 | 1 | 1 | | | | |
| Sweden | 1 | 1 | 1 | | | | |
| United States | 1 | 1 | 1 | | | | |
| <i>Totales</i> | | | | | | | |
| Países | 16 | Autores | 34 | Autorías | 34 | Centros | 26 |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la afiliación institucional se identificaron 26 centros de investigación dentro del contexto general, los cuales se clasifican en dos tipos: Universidades (24) e Institutos de Investigación (2). Se observa en Scopus, 23 centros registrados, liderando las Universidades con 29 afiliaciones. En relación al ran-

3.4 Revistas

Los 19 artículos analizados se divulgaron por medio de 17 revistas, registrándose 15 en Scopus y 8 en WoS. De acuerdo con el Índice de dispersión de los artículos en general se han publicado en promedio 1,12 artículos/revistas. Concretamente, en 14 revistas indexadas en Scopus y 7 en WoS se han publicado tan solo un artículo sobre la temática.

king de Instituciones más productivas los líderes son *Donghua University* y *Maharakham University* con 3 afiliaciones cada una. En el caso de WoS se registran 15 centros todos ellos Universidades albergando 16 afiliaciones, donde *Technical University of Košice* es la única institución con 2 afiliaciones (Tabla 3).

Adicionalmente, se observa que solamente una revista ha publicado más de un artículo, la revista *CITIES* con 2 artículos en cada base se coloca como el recurso más productivo. Esta tiene su edición en Reino Unido y de acuerdo al The SCImago Journal & Country Rank se ubica en el primer cuartil con un Índice SJR de 1,42; mientras que en WoS también se mantiene en el primer cuartil con un Índice JCR de 2,051 (Tabla 4).

Tabla 3. Instituciones más productivas

| <i>Scopus</i> | | | |
|---|----------------|-----------------|----------------|
| <i>Institución</i> | <i>Autores</i> | <i>Autorías</i> | <i>País</i> |
| 1. Donghua University | 3 | 3 | China |
| 2. Mahasarakham University | 3 | 3 | Thailand |
| 3. Griffith University | 2 | 2 | Australia |
| 4. Universitas Padjadjaran | 2 | 2 | Indonesia |
| 5. Universitas Pendidikan Indonesia | 2 | 2 | Indonesia |
| 6. Technical University of Košice | 2 | 2 | Slovakia |
| 7. Institute of Military Health Management - CPLA | 1 | 1 | China |
| 8. Institut d'Etudes Politiques | 1 | 1 | France |
| 9. Griffith University | 1 | 1 | Australia |
| 10. Université Lille 1 | 1 | 1 | France |
| 11. Taylor's University | 1 | 1 | Malaysia |
| 12. Universiti Teknologi Malaysia | 1 | 1 | Malaysia |
| 13. Sejong University | 1 | 1 | South Korea |
| 14. University of Sevilla | 1 | 1 | Spain |
| 15. Umeå University | 1 | 1 | Sweden |
| 16. Chinese Culture University | 1 | 1 | Taiwan |
| 17. National Taipei University | 1 | 1 | Taiwan |
| 18. Tainan University of Technology | 1 | 1 | Taiwan |
| 19. Anglia Ruskin University | 1 | 1 | United Kingdom |
| 20. Heriot-Watt University | 1 | 1 | United Kingdom |
| 21. University of Warwick | 1 | 1 | United Kingdom |
| 22. University of Westminster | 1 | 1 | United Kingdom |
| 23. St. John's University | 1 | 1 | United States |
| <i>WoS</i> | | | |
| <i>Institución</i> | <i>Autores</i> | <i>Autorías</i> | <i>País</i> |
| 1. Technical University of Košice | 2 | 2 | Slovakia |
| 2. Anglia Ruskin University | 1 | 1 | United Kingdom |
| 3. Chinese Culture University | 1 | 1 | Taiwan |
| 4. Universiti Teknologi Malaysia | 1 | 1 | Malaysia |
| 5. Universidad de Buenos Aires | 1 | 1 | Argentina |
| 6. Norwegian School of Management | 1 | 1 | Norway |
| 7. Nis University | 1 | 1 | Serbia |
| 8. Sejong University | 1 | 1 | South Korea |
| 9. St. John's University | 1 | 1 | United States |
| 10. Taylor's University | 1 | 1 | Malaysia |
| 11. National Taipei University | 1 | 1 | Taiwan |
| 12. Tainan University of Technology | 1 | 1 | Taiwan |
| 13. Heriot-Watt University | 1 | 1 | United Kingdom |
| 14. University of Westminster | 1 | 1 | United Kingdom |
| 15. University of Warwick | 1 | 1 | United Kingdom |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Revistas más productivas

| <i>Scopus</i> | | | | <i>WoS</i> | | | |
|--|-----------------|----------|----------------|---|-----------------|----------|----------------|
| <i>Revistas</i> | <i>No. Art.</i> | <i>%</i> | <i>Cuartil</i> | <i>Revistas</i> | <i>No. Art.</i> | <i>%</i> | <i>Cuartil</i> |
| Cities | 2 | 12,5 | 1 | Cities | 2 | 22,2 | 1 |
| Academy of Strategic Management Journal | 1 | 6,3 | 3 | Angulo Recto –Revista de Estudios sobre la Ciudad como Espacio Plural | 1 | 11,1 | -- |
| BELGEO | 1 | 6,3 | 4 | Current Issues in Tourism | 1 | 11,1 | 2 |
| Current Issues in Tourism | 1 | 6,3 | 2 | E a M: Ekonomie a Management | 1 | 11,1 | 2 |
| E a M: Ekonomie a Management | 1 | 6,3 | 2 | International Planning Studies | 1 | 11,1 | -- |
| European Journal of Social Sciences | 1 | 6,3 | 4 | Journal of Travel and Tourism Marketing | 1 | 11,1 | 2 |
| International Journal of Event and Festival Management | 1 | 6,3 | 2 | Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism | 1 | 11,1 | 4 |
| International Planning Studies | 1 | 6,3 | 2 | Tourism Management | 1 | 11,1 | 1 |
| Journal of Donghua University (English Edition) | 1 | 6,3 | -- | | | | |
| Journal of Environmental Management and Tourism | 1 | 6,3 | 2 | | | | |
| Journal of Travel and Tourism Marketing | 1 | 6,3 | 1 | | | | |
| Territoire en Mouvement | 1 | 6,3 | 4 | | | | |
| Tourism Management | 1 | 6,3 | 1 | | | | |
| Tourism Planning and Development | 1 | 6,3 | 2 | | | | |
| Tourism, Culture and Communication | 1 | 6,3 | 4 | | | | |

Fuente: Elaboración propia

La Curva de Lorenz, muestra que en Scopus 8 de los artículos son publicados en 7 revistas, mientras que en WoS, 5 se publicaron en 5 de las revistas identificadas. Con esta tendencia entre los artículos, se puede observar que no existe un núcleo de revistas donde se agrupe la mayoría de la producción científica, por lo que no se cumple la Ley de Bradford (Bradford, 1934).

3.4 Áreas y Categorías temáticas

Por otro lado, se observa que las áreas de clasificación más relevantes para las revistas en esta temática es *Business, Management and Accounting* con 9 artículos en Scopus, mientras *Social Sciences - Other Topics* con 4 en WoS (Tabla 5). En cuanto a las categorías, se aprecia que dentro de ambas bases la revista líder

Tabla 5. Número de revistas y artículos por área de conocimiento

| Scopus | | | | WoS | | | |
|-------------------------------------|--------------|---------------|------|-------------------------------|--------------|---------------|------|
| Área de conocimiento | No. Revistas | No. Artículos | % | Área de conocimiento | No. Revistas | No. Artículos | % |
| Business, Management and Accounting | 9 | 10 | 62,5 | Social Sciences - OT Sin Area | 4 | 4 | 44,4 |
| Social Sciences | 4 | 4 | 25,0 | Business & Economics | 2 | 2 | 22,2 |
| Engineering | 1 | 1 | 6,3 | Urban Studies | 1 | 1 | 11,1 |
| Environmental Science | 1 | 1 | 6,3 | | 1 | 2 | 22,2 |
| Totales | 15 | 16 | 100% | | 8 | 9 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

es *Tourism, Leisure and Hospitality Management / Hospitality, Leisure, Sport & Tourism* con 6 en Scopus y 4 en WoS.

3.5 Palabras Clave

Otro elemento de análisis son las palabras claves, que son una herramienta imprescindible para el desarrollo de búsquedas bibliográficas

(De Granda Orive, et al., 2005), estas además se establecen como un marco referencial para obtener un mejor rendimiento en las búsquedas por bases de datos. Las palabras claves con mayor uso fueron: Creative industries (4), Creative tourism (2), Cultural economics (2), Culture (2), Economic impact (2) y Work ethics development (2), existiendo un conjunto de términos que solo aparecen una sola vez (tabla 6).

Tabla 6. Palabras Clave WoS y Scopus

| No. de repeticiones | Palabras claves |
|---------------------|---|
| 4 | creative industries |
| 2 | creative industries, creative tourism, cultural economics, culture, economic impact, work ethics development |
| 1 | Akha people, appreciation of value, authenticity, behavioral intentions, belief, city, co-creation experience, composition of value, creative city, creative destruction, creative economy, creative enhancement, creative tourists, creativity, cultural development, cultural facility, cultural olympiad, cultural value, customer satisfaction, design city, development, eight cultural universals, european city, european cultural capital, eurorégions, event tourism, experiencescape, festivals, financial crash effects, gentrification, historical city center, induced effects, interaction with instructors, lifestyle, London, marketing, mediating effects, memorability, memories, New York, old industrial area, olympic games, policy responses, potential, regional culture, regional multipliers, resort hotels, revisit intention, rite, rural, sense of achievement, stakeholders, territorial cooperation, the arts, tourism, tourism creative products, tourism destinations, tourism industry, tourist experience, tradition, UNESCO heritage site, unique learning, urban heritage, urban regeneration, urban renovation, Valdivia |

Fuente: Elaboración propia

3.6 Enfoques de investigación

Se identificó y agrupó en dos enfoques los impactos del turismo creativo recogidos en los artículos analizados (Tabla 7)

Tabla 7. Enfoques investigativos por artículo

| <i>Análisis de los efectos sobre</i> | <i>Estudio</i> | <i>Temática abordada</i> | <i>Tipo de impactos</i> | <i>Análisis de los impactos</i> | <i>Ámbito del estudio</i> | <i>Metodologías utilizadas</i> |
|--------------------------------------|----------------------------|--|-------------------------|--|---------------------------|---|
| Turistas | Ali, Ryu, & Hussain (2015) | Influencia de las experiencias del turismo creativo sobre los turistas | Positivo | Las experiencias de turismo creativo influyen positivamente en la memorabilidad de los recuerdos, además establece que la satisfacción turística resulta en intenciones positivas de comportamiento, además se resalta que la integración de todos los elementos involucrados en el proceso de la experiencia es importante por lo cual se debe proporcionar a los turistas las materias primas con las que construir sus propias experiencias. | Área urbana | <i>Instrumento:</i> encuesta <i>Análisis:</i> estadístico descriptivo y uso del Partial least squares (PLS) |
| | (Hilmiana & Muizu (2016) | Integración de los elementos que participan del proceso del turismo creativo | Negativo | Establece un progreso positivo del turismo lo cual afecta directamente en un impacto positivo a las industrias creativas, lamentablemente se observan que los avances del mismo se ven limitados y están llegando a afectar la experiencia del turista por lo que es necesario mejorar la ética del trabajo por medio de la optimización del compromiso de los diferentes actores que participan del proceso creativo. | Área urbana | <i>Instrumento:</i> encuestas y entrevistas a profundidad <i>Análisis:</i> estadístico descriptivo y perspectiva Pentahelix. |
| | Hung, Lee, & Huang (2016) | Influencia de las experiencias del turismo creativo sobre los turistas | Positivo | Se analiza como la experiencia de turismo creativo al presentar mayor memorabilidad en las actividades de las que participa el turista influyen en aumentar las probabilidades para que el turista vuelva a visitar el lugar, convirtiéndose en una oportunidad de desarrollo para el destino. | Área urbana | <i>Instrumento:</i> encuesta <i>Análisis:</i> estadístico descriptivo, análisis de confiabilidad, análisis factorial, análisis de correlación Codebook, modelado de ecuaciones estructurales de dos etapas (SEM) y análisis de factores confirmativos (CFA). |
| | Hurriyati & Sofwan (2015) | Influencia de las experiencias del turismo creativo sobre los turistas | Positivo | Se observa un alto impacto en las experiencias de co-creación desarrollados por los turistas lo que se ha evidenciado en un aumento de las intenciones de volver a visitar el destino, así como que un aumento de interacción entre los proveedores de la actividad y el turista lo que permite incorporar otros productos turísticos en un destino turístico. | Área urbana | <i>Instrumento:</i> entrevistas, observaciones, cuestionarios y revisión bibliográfica. <i>Análisis:</i> modelo de ecuaciones estructurales (SEM) |
| | Liu, Xu, Feng, & Li (2016) | Integración de los elementos que participan del proceso del turismo creativo | Positivo | Se analiza la influencia que posee la cultura regional sobre el valor de los productos creativos del turismo, hecho que ha permitido establecer los diversos factores de valor en los diferentes tipos de productos creativos. | | <i>Instrumento:</i> encuesta <i>Análisis:</i> modelo de evaluación matemática |
| | Mossberg (2007) | Integración de los elementos que participan del proceso del turismo creativo | Positivo | Aborda el análisis de los efectos que el entorno físico donde se aprecia que este influye en la conducta que desarrolla el turista; efectos del personal los cuales podrían elevar la experiencia pero lamentablemente la formación de estos se centra en dar una alta calidad en el servicio mas no en habilidades de interacción con el cliente; efectos de otros turistas a quienes se reconoce como co-productores y elementos para el desarrollo de la experiencia pero no han sido analizado en profundidad; efectos de souvenirs y efectos del tema no disponen de un análisis a profundidad se parecía en ellos una serie de características de comportamiento que | Áreas rurales y urbanas | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura |

| | | | | | | |
|-----------|--|--|----------|--|-------------|---|
| | | | | genera impactos dentro de cierto tipos de turistas. | | |
| Localidad | Arandjelovic (2015) | Integración de los elementos que participan del proceso del turismo creativo | Positivo | Rehabilitación de los espacios ha permitido que la localidad se vea beneficiada, entre los impactos que se evidencian esta una mejor integración de los elementos gestores del turismo creativo, mayor posicionamiento del destino y declaratoria de la UNESCO | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura |
| | Brouder (2012) | Integración de los elementos que participan del proceso del turismo creativo | Positivo | Destaca el papel positivo de esta modalidad turística para el desarrollo de la comunidad a partir de los puestos de trabajo creativos y muestra un papel muy activo en el desarrollo de la innovación rural de los espacios en los cuales se integra esta modalidad. | Área rural | <i>Instrumento:</i> entrevistas semi-estructuradas <i>Análisis:</i> estudio cualitativo |
| | Džupka & Šebová (2016) | Impacto de los eventos creativos sobre los destinos | Positivo | Demuestra como un estudio inadecuado de datos puede genera escenarios exagerados, en el análisis de este evento se destaca que el número de turistas fue menor al declarado influyendo en las estadísticas presentadas. Así mismo se observa un impacto económico con el registro de una valiosa cantidad de dinero obtenida en la economía local a través de un evento cultural donde se evidencia un aumento en el desarrollo de start-ups y spin-offs en las industrias culturales y creativas | Área urbana | <i>Instrumento:</i> cuestionarios <i>Análisis:</i> evaluación de proyectos ECoC y evaluación de impacto económico. |
| | George (2015) | Destrucción creativa | Negativo | Destaca que existe un impacto positivo tras el aprovechamiento de los eventos culturales sobre espacios rurales, pero paulatinamente se observa una mercantilización del espacio lo que conlleva a una pérdida del “idilio rural” que el turista desea. Únicamente aquellas que comprenden el deseo de la ruralidad que posee el turista han podido generar mayores oportunidades para el éxito cultural y económico. | Área rural | <i>Instrumento:</i> observación y entrevistas <i>Análisis:</i> estudio cualitativo |
| | González Martínez (2016) | Destrucción creativa | Negativo | El aprovechamiento desmedido de los beneficios que se generan a partir del patrimonio han llevado a procesos de restauración no conscientes de lo que es patrimonial enfocándose únicamente en servir a los propósitos de las industrias turísticas e inmobiliarias, pero carecen de cualquier rastro de conciencia desde la perspectiva de la conservación del patrimonio urbano y distorsionando con ello gravemente el patrimonio urbano, hecho que deja de lado el ejercicio y defensa de los derechos de la comunidad, ya sean sociales, culturales o económicos. | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura |
| | Indergaard (2013) | Impacto de los eventos creativos sobre los destinos | Positivo | Se observa que las industrias culturales y creativas generan de grandes impactos económicos dentro de los destinos, pero muestra que son más vulnerables durante épocas de crisis económicas, donde se observa que estas industrias han tenido subidas considerables durante el auge y caídas dramáticas durante la escasez, convirtiéndola en opciones sensibles dentro de la economía de un destino. | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura |
| | Innantanon, Somtrakool, & Koseyayotin (2011) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | La conservación de la cultura y tradiciones de los grupos tribales atrae un considerable a grupos de turistas dispuestos a vivir experiencias con comunidades no afectadas y con deseos de reencontrarse con lo ancestral, por lo que se refuerza la posibilidad como un impacto positivo a la revitalización de las zonas en las que se ha introducción del turismo creativo. | Área rural | <i>Instrumento:</i> observación y entrevistas <i>Análisis:</i> estudio cualitativo |
| | Lusso (2014) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | Contribuyen a rehabilitar la imagen de un destino a partir de la inserción de esta modalidad, esto se traduce en generación de impactos positivos a nivel social y económico con el fin de sacar a flote una localidad afectada por la explotación minera, de igual forma se observa como la integración de los elementos participantes del proceso creativo ayudan al mejorar la realidad y coloca al destino como ejemplo para otros destinos. | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura |
| | McCarthy & Wang (2016) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | Resalta los impactos positivos que la creciente asociación con importantes figuras en el arte y la cultura trae a la localidad así como las instituciones de alto perfil de | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura y bases de datos de estudios |

| | | | | | | |
|--|------------------------------|---|----------|--|-------------|---|
| | | | | arte y las empresas han dado al consumo e imagen del destino. Adicional a ello menciona la importancia que tiene el establecer una adecuada orientación y contenido artísticos originales, para asegurar que los beneficios sean sostenibles. | | previos |
| | Mitchell & Fisher (2010) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | Establece que la integración de la comunidad como parte activa de las artes es un elemento muy relevante, debido a que el desarrollo de actividades creativas en grupo representa un estímulo para el desarrollo de las industrias creativas dentro de espacios rurales. | Área rural | <i>Instrumento:</i> observación y entrevistas <i>Análisis:</i> estudio cualitativo |
| | Pappalepore & Duignan (2016) | Impacto de los eventos creativos sobre los destinos | Positivo | Identifica los diferentes impactos que los eventos de grandes proporciones generan dentro de la ciudad, destaca que las organizaciones creativas de mayor renombre disponen de mayores facilidades para participar y beneficiarse por lo cual hace énfasis en la necesidad de incluir a todos los niveles que participan del arte con la finalidad que motivar a los más pequeños a ser partícipe de los beneficios generados. | Área urbana | <i>Instrumento:</i> entrevistas <i>Análisis:</i> estudio cualitativo |
| | Perrin (2013) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | Presenta el término de "territorios creativos", dentro de ellos se muestra que el desarrollo cultural genera impactos sobre las acciones culturales dando en ellas un aire de renovación, hecho que se transforma en la articulación de procesos mucho más sostenibles que toquen temas como las políticas turísticas, la diversidad cultural y el multiculturalismo, la construcción de la territorialidad que va de la mano en la construcción de una política cultural y territorial. | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura y bases de datos de estudios previos |
| | Retamal Yermani (2015) | Recreación y revitalización de los lugares | Positivo | Se establece como un polo cultural de referencia en el desarrollo humano, cultural, urbanístico, económico y político. A partir de la revalorización de la cultura se crean oportunidades no solo para la zona en la que se inserta sino también a nivel de país a partir de los derrames de creatividad que surgen en el territorio. Esta experiencia se transforma en una cultura y no en un mero evento que desaparece con el tiempo. | Área urbana | <i>Análisis:</i> revisión de la literatura y bases de datos de estudios previos |

Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES

El turismo creativo se categoriza como una materia joven con 20 años de estudio y es en el año 2007 cuando se publica en WoS el primer artículo sobre los impactos del turismo creativo. El 2015 es el año donde se observa un incremento sustancial de trabajos en este ámbito. La corta trayectoria que presenta esta modalidad turística, incentiva el desarrollo de conocimiento para una mayor comprensión de la misma por parte, no únicamente de la comunidad científica, sino de todos los actores que se involucran dentro de ella, con la finalidad de aportar conocimientos para un adecuado desarrollo de los destinos que integran el turismo creativo y establecer líneas de investigación que pueden ser explotadas en el futuro por los nuevos investigadores.

Al ser un tema de reciente interés el número de citas es reducido, destacándose tan solo dos trabajos con más de veinte citas, *Creative Outposts: Tourism's Place in Rural Innovation* con 24 citas en Scopus y *A Marketing Approach to the Tourist Experience* con 83 citas en WoS.

Los resultados muestran que no existen autores ni grupos de investigación consolidados en esta área temática, el índice de productividad es de 1,00 artículos/autor y en cuanto a las coautorías, se puede apreciar que 10 artículos están firmados por dos o más autores, este comportamiento de trabajo con colaboraciones les brinda una ventaja de visibilidad reflejándose en un mayor número de citas (Grandorive, et al., 2009). En el ámbito de las colaboraciones 9 de los trabajos se desarrollaron con autores de un mismo país, predominando participaciones de una misma institución, y tan solo 1 artículo presenta colaboración internacional. En lo que respecta a las afiliaciones institucionales estas reflejan que la gran mayoría de autores están asociados a Universidades. Las

afiliaciones geográficas en ambas bases se corresponden con el Reino Unido, China y Taiwán.

Con respecto a las revistas, los artículos estén diseminados entre una gran variedad de revistas, estableciendo un Índice de dispersión de 1,12 artículos/revistas. En cuanto a las áreas de conocimiento las revistas se centran principalmente en *Business, Management and Accounting* y *Social Sciences - Other Topics*.

En definitiva, esta temática esta poco explorada, las investigaciones se centran en el análisis de casos de estudio, a través de los cuales se esquematiza los efectos identificados y las acciones implementadas para su mitigación. Por lo tanto, se observa que aún quedan muchos ámbitos para abordar por parte de los investigadores en referencia a los efectos que genera el turismo creativo en la comunidad anfitriona, siendo el gran desafío, como ya se ha comentado, el cómo evitar o minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos. Por ello, deberían realizarse estudios que permitan analizar desde la perspectiva económica, socio-cultural y ambiental estos efectos. Es importante analizar si se realiza una adecuada reinversión en la zona de los recursos generados por el turismo creativo, si existe una sobre explotación de los recursos, que cambios se producen en la vida de la población, cual es el impacto paisajístico de las construcciones, etc.

Las dos principales limitaciones del estudio hacen referencia a la elección de las bases de datos WoS y Scopus y a la definición de los términos de rastreo. En este sentido, sería interesante profundizar en el ámbito objeto de estudio identificando y examinando documentos indexados en otras bases de datos, así como, utilizar un mayor número de términos de búsqueda que permitan recolectar mayor información sobre esta área temática.

REFERENCIAS

Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2015). Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Creative Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-15.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

- Arandjelovic, B. (2015). Graz, UNESCO City of Design and Historical Heritage. *Cities*, 43, 78-91.
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. En W. F. Theobald, *Global tourism* (págs. 79-102). Burlington: Elsevier.
- Barnes, T. J., & Hayter, R. (1992). 'The little town that did': flexible accumulation and community response in Chemainus, British Columbia. *Regional Studies*, 26(7), 647-663.
- Bei Huang, H., Wall, G., & Mitchell, C. (2007). Creative destruction Zhu Jia Jiao, China. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1033-1055.
- Bonilla, C., Merigó, J., & Torres-Abad, C. (2015). Economics in Latin America: a bibliometric analysis. *Scientometrics*, 105(2), 1239-1252.
- Bradford, S. C. (1934). Sources of information on specific subjects. *Engineering*, 137, 85-86.
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-303.
- Brouder, P. (2012). Creative Outposts: Tourism's Place in Rural Innovation. *Tourism Planning and Development*, 9(4), 383-396.
- Campbell, D., Picard-Aitken, M., Cote, G., Caruso, J., Valentim, R., Edmonds, S., & Archambault, E. (2010). Bibliometrics as a performance measurement tool for research evaluation: The case of research funded by the National Cancer Institute of Canada. *American Journal of Evaluation*, 31(1), 66-83.
- De Granda Orive, J. I., Río, F. G., Vázquez, F. R., Sacristán, J. E., Jiménez, T. G., & Sánchez, L. C. (2005). Las palabras clave como herramientas imprescindibles en las búsquedas bibliográficas. Análisis de las áreas del sistema respiratorio a través de Archivos de Bronconeumología. *Archivos de Bronconeumología*, 41(2), 78-83.
- Donaldson, R., Spocter, M., Du Plessis, D., & Van Niekerk, A. (2012). Towards generic interventions to stimulate growth potential in small towns of the Western Cape Province, South Africa. *South African Geographical Journal*, 94(2), 120-136.
- Džupka, P., & Šebová, M. (2016). Local economic impact of the white night festival in Košice. *E a M: Ekonomie a Management*, 19(2), 132-141.
- Escorcia-Otálora, T. A., & Poutou-Piñales, R. A. (2008). Análisis bibliométrico de los artículos originales publicados en la revista *Universitas Scientiarum* (1987-2007). *Universitas Scientiarum*, 13(3), 236-244.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Frank, M. (2006). Access to the scientific literature—a difficult balance. *New England Journal of Medicine*, 354(15), 1552-1555.
- George, J. (2015). Examining the cultural value of festivals: Considerations of creative destruction and creative enhancement within the rural environment. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(2), 122-134.
- Goldschmidt, P. G. (1986). Information synthesis: a practical guide. *Health Services Research*, 21, 215-237.
- González Martínez, P. (2016). Authenticity as a challenge in the transformation of Beijing's urban heritage: The commercial gentrification of the Guozijian historic area. *Cities*, 59, 48-56.
- Granda-Orive, J. I., Villanueva-Serrano, S., Aleixandre-Benavent, R., Valderrama-Zurían, J. C., Alonso-Arroyo, A., García-Río, F., . . . González-Alcaide, G. (2009). Redes de colaboración científica internacional en tabaquismo. Análisis de co-autorías a través del Science Citation Index durante el periodo 1999-2003. *Gaceta Sanitaria*, 23(3), 34-43.
- Halpern, C., & Mitchell, C. J. (2011). Can a preservationist ideology halt the process of creative destruction? Evidence from Salt Spring Island, British Columbia. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 55(2), 208-225.
- Hasani, A., Moghavvemi, S., & Hamzah, A. (2016). The Impact of Emotional Solidarity on Residents' Attitude and Tourism Development. *PloS one*, 11(6), 11(6). doi:<http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0157624>
- Hilmiana, & Muizu, W. O. (2016). Work ethics development in tourism business. *Academy of Strategic Management Journal*, 15(3), 73-81.
- Hirsch, J. E. (2005). An Index to quantify and individuals scientific research output.

Proceeding of the National Academy of Sciences(102), 16569-16572.

Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.

Hurriyati, R., & Sofwan, D. M. (2015). Analysis of Co-creation Experience towards a Creative City as a Tourism Destination and its Impact on Revisit Intention. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 2(12), 353-364.

Indergaard, M. (2013). Beyond the bubbles: Creative New York in boom, bust and the long run. *Cities*, 33, 43-50.

Innantanon, T., Somtrakool, K., & Koseyayotin, M. (2011). Akha: The potential development of tribal culture to support creative tourism. *European Journal of Social Sciences*, 22(2), 230-233.

Knafou, R. (1999). Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. En A. B. Rodrigues, *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais* (págs. 62-74). São Paulo: Hucitec.

Liu, X.-D., Xu, Q., Feng, X.-Q., & Li, M.-N. (2016). Composition of the Value of Tourism Creative Products under the Influence of Regional Culture. *Journal of Donghua University (English Edition)*, 33(1), 167-170.

López López, P. (1996). *Introducción a la Bibliometría*. Valencia: Promolibro.

Lotka, A. J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(12), 317-323.

Lusso, B. (. (2014). Les équipements culturels de la vallée de l'Emscher (Ruhr, Allemagne): de la régénération urbaine au développement d'une économie culturelle et créative. *Belgeo. Revue belge de géographie*(3).

Maldonado-Erazo, C., Álvarez-García, J., & Del Rio-Rama, M. (2016). Investigación Académica Internacional en Turismo Creativo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 7(2), 80-106.

Mazarrasa, K. (2016). El Turismo Experiencial y Creativo: El Caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 195-203.

McCarthy, J., & Wang, Y. (2016). Culture, creativity and commerce: trajectories and tensions in the case of Beijing's 798 Art Zone. *International Planning Studies*, 21(1), 1-15.

Mitchell, C. J. (1998). Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development. *Journal of rural studies*, 14(3), 273-286.

Mitchell, C. J. (2013). Creative destruction or creative enhancement? Understanding the transformation of rural spaces. *Journal of Rural Studies*(32), 375-387.

Mitchell, P., & Fisher, R. (2010). From passenger to driver: Creativity and culture in rural communities. *Tourism Culture & Communication*, 10(3), 187-200.

Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.

Osorio, J. A. (2014). "Turismo Creativo": Nuevas relaciones entre el patrimonio cultural y el turismo. *Boletín Observatorio de Patrimonio Cultural y Arqueológico*, 4-13.

Pappalepore, I., & Duignan, M. B. (2016). The London 2012 cultural programme: A consideration of Olympic impacts and legacies for small creative organisations in east London. *Tourism Management*, 54, 344-355.

Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.

Perrin, T. (. (2013). Les «territoires créatifs» à l'échelle transfrontalière. Interactions entre culture, économie et développement dans les Eurorégions. *Territoire en mouvement*(19-20), 104-118.

Phillips, R. (2004). Artful business: Using the arts for community economic development. *Community Development Journal*, 39(2), 112-122.

Qun, Q., Mitchell, C., & Wall, G. (2012). Creative destruction in China's historic towns: Daxu and Yangshuo, Guangxi. *Journal of Destination Marketing and Management*, 1(1-2), 56-66.

Raisig, L. M. (1960). Mathematical evaluation of the scientific serial. *Science*, 131(3411), 1417-1419.

Retamal Yermani, P. N. (2015). Valdivia, American Capital of Culture 2016. A view from the perspective of its economy, reality and projections. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 7(1), 45-57.

Richards, G. (2003). Turismo creativo: una nueva estrategia? . En E. Ortega, *Investigación y*

estrategias turísticas (págs. 107-122). Madrid: Thomson.

Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current issues in Tourism*, 17(2), 119-144.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*(23), 16-20.

Sepe, M., & Di Trapani, G. (2010). Cultural tourism and creative regeneration: two case studies. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 4(3), 214-227.

Smith, V. L., & Brent, M. (2001). *Hosts and guests revisited: tourism issues of the 21st century*. New York: Cognizant Communication.

Spinak, E. (1996). *Diccionario enciclopédico de bibliometría, ciencias de la información e informetría*. Caracas: UNESCO CII/II.

UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2006).

Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. . New Mexico, U.S.A. : UNESCO.

UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (Febrero de 2006). *What do we mean by Creative Tourism?* Recuperado el 13 de Abril de 2016, de Creative Tourism Network: <http://www.creativetourismnetwork.org/cms/>

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the Theoretical Framework of Emotional Solidarity between Residents and Tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245–258.

World Travel & Tourism Council. (2016). *World Travel & Tourism Council*. Obtenido de Análisis del impacto económico: <http://sp.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>