SICTUR

BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA EN ESPAÑA. Nº39. junio 2016

ÍNDICE

Grupo de investigación	2
Artículos académicos	3
Noticias	6
Libro	7
Tesis doctoral	8
Congresos académicos	9
Llamada a autores	12

Editado por REDINTUR y en estrecha colaboración con la Sociedad estatal española dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas (SEGITTUR), este boletín de la investigación turística en España tiene como objetivo compilar y poner a disposición de los profesionales y de los investigadores en turismo las últimas novedades de la producción científica e investigadora realizada por las Universidades españolas.

Sigue la actividad científica en turismo en los medios sociales

RED INTUR

SEGITTUR
Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A

GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Redes organizativas, innovación y desarrollo de estrategias y productos turísticos

ONIT es un grupo de investigación que estudia la relevancia de las redes relacionales, su configuración y gestión, sobre la capacidad de innovación, la creación de estrategias y la competitividad de las empresas y organizaciones, así como sobre la dinámica y evolución de las organizaciones, las capacidades y habilidades directivas para gestionar estos procesos de cambio, y los principales obstáculos a una gestión efectiva de este cambio.

La complejidad del mantenimiento en el tiempo de la competitividad de las empresas y otras organizaciones pone de relieve la importancia de conocer y entender las dinámicas y los procesos evolutivos que las gobiernan. Por lo tanto, la capacidad de gestión de estos procesos es un asunto determinante a investigar.

Las líneas de investigación que trabaja este grupo son:

1. Estudiar las empresas y los procesos empresariales y competitivos desde una perspectiva evolutiva.

2. Analizar la innovación como elemento determinante de estas dinámicas.

3. La innovación como el resultado de un proceso de interacción organizativa.

4 Las teorías y métodos de redes relacionales como referente en el estudio y análisis de las interacciones organizativas que determinan los procesos de innovación y el diseño y adopción de estrategias,

5. Dinámicas de los procesos evolutivos con especial énfasis en las dinámicas complejas y las teorías de la complejidad

6. Determinar las implicaciones que estas dinámicas tienen en la gestión de los procesos de innovación, en la gestión de los negocios en general, y en la relevancia de las habilidades directivas en particular

7. Los procesos de cambio organizativo y las implicaciones que las diferentes dinámicas organizativas tienen sobre la gestión de estos

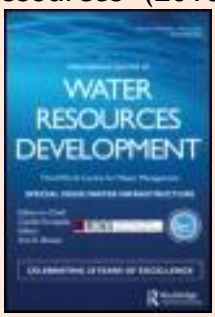
8. Análisis de los procesos de cambios en diversos tipos de empresas y organizaciones turísticas y empresas familiares.

ARTÍCULOS DE REVISTAS

Understanding reductions in water consumption in tourist areas: a case study of the Costa Brava, Spain

El objetivo de este trabajo es comprender el ciclo hidrosocial de la Costa Brava (España) para identificar porqué el consumo de agua per cápita está descendiendo en la región. En general, este descenso del consumo no está relacionado con un solo factor, sino que deben considerarse un conjunto de ellos como la incorporación de la innovación tecnológica e institucional en la gestión del agua, el incremento de la concienciación social sobre el ahorro de agua, el encarecimiento de su precio, etc.

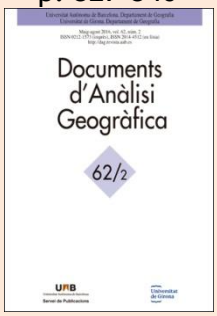
International Journal of Water Resources (2016)



- Analiza las causas de la reducción en el consumo de agua en la Costa Brava
- Presenta los recursos hidrogeológicos de la zona de estudio
- Examina los cambios en el consumo de agua causados por el crecimiento turístico en cuatro periodos desde 1950 a 2010

Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes

Documents d'anàlisi geogràfic
Vol 62 nº 2, (2016)
p. 327-346



Cada vez es mayor el interés por los destinos inteligentes (DTI), no obstante, desde la geografía se señalan carencias conceptuales y metodológicas en torno al proyecto institucional de los DTI promovido por las administraciones turísticas. Por ello, este artículo analiza la interrelación entre la gestión turística y las TIC bajo un enfoque de los DTI y expone los resultados de una investigación acerca del uso de esta tecnología en la Comunidad Valenciana. (Texto completo)

- Se analizan las implicaciones del escenario turístico digital para los destinos turísticos
- Define el nuevo enfoque de gestión derivado del concepto de DTI
- A escala local, no se ha asumido el enfoque de los destinos inteligentes como objetivo de gestión

Gobernanza territorial y gestión de espacios turísticos en contextos de fuerte presión inmobiliaria. Análisis de buenas prácticas locales en la costa de Cádiz (España)

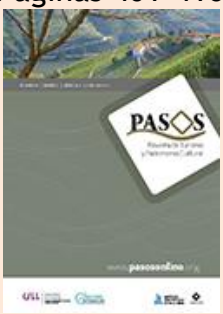
Esta investigación trata de contribuir al debate teórico de la gobernanza territorial como enfoque para el tratamiento de los espacios turísticos litorales, presentando para ello los casos de los municipios de Conil de la Frontera y Tarifa. Se analizan, diagnostican y valoran los procesos de participación que han generado las estrategias limitadoras del crecimiento urbano de estos municipios y se cuantifica la superficie de suelo cubierta por la urbanización y su evolución diacrónica.
(Ver artículo)

Revista de Geografía Norte Grande
Nº60 (2015)
p. 173-194

- Realiza una revisión teórica del enfoque de la gobernanza territorial aplicado a los destinos turísticos
- Aplica una metodología basada en la utilización de ortofotografías de diferentes años y su tratamiento mediante SIG
- Los casos analizados son ejemplo de buenas prácticas en la búsqueda de estrategias de planificación y gestión alternativas de destinos

Los mercados de abastos y las ciudades turísticas

Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
Vol 14 (2). Enero 2016
Páginas 401-416



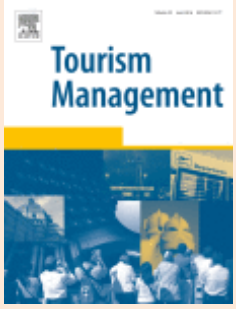
Este artículo se centra en los mercados de abastos y su apuesta por resituarse y en algunos casos reconvertirse en espacios turísticos, dentro del planteamiento promocional y turístico de la ciudad. El caso de Barcelona y Madrid sirve para ilustrar esta realidad. Concretamente, los mercados de los centros urbanos de estas dos ciudades: el de La Boquería, Santa Caterina, Barceloneta, La Princesa y Sant Antoni (para Barcelona); San Miguel, San Antón, La Cebada, Barceló, San Fernando, Antón Martín y Los Mostenses. (Ver artículo)

- Analiza la importancia de los mercados de abastos como nuevos espacios turísticos y sus consecuencias sobre la ciudad
- Establece y define una tipología de mercado de abastos
- Los mercados de abastos presentan diversas fisonomías en función del grado de turistificación

Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications

Este artículo analiza la estacionalidad en el Reino Unido en relación con el lugar de origen de los turistas y la motivación principal de viaje. La metodología usada podría ser utilizada como una medida de control y el seguimiento en el análisis regional de cualquier destino, facilitando el ajuste regular de campañas de marketing turístico orientadas a minimizar los efectos de la estacionalidad, dirigiéndose específicamente a los turistas identificados como menos estacionales. (Ver artículo)

Tourism Management
Volume 56, October 2016,
p. 172-190



- El método utilizado es la descomposición del índice de Gini combinado con biplots
- La metodología propuesta identifica los tipos de turistas menos estacionales
- Se proporciona un instrumento para evaluar la eficacia de las estrategias de marketing

Chinese tourism in Spain: an analysis of the tourism product, attractions and itineraries offered by chinese travel agencies

Cuadernos de Turismo
Nº 37 (2016)
p. 243-268

El segmento del turismo chino despierta el interés de un gran número de académicos así como de los medios de comunicación. De cara a comprender mejor este mercado emisor, este artículo tiene como fin reconocer las características del turismo chino en España. Para ello y teniendo en cuenta que el 70% de los turistas chinos viajan fuera de su país a través de viajes organizados por operadores turísticos, se investigan las características de los viajes ofrecidos por las siete agencias de viajes líderes en China. (Ver artículo)

- Utiliza el análisis de contenidos de paquetes turísticos
- El estudio revela los patrones y similitudes entre las agencias de viajes líderes en China.
- A nivel cuantitativo se determinan los destinos españoles principales

Premios y convocatorias

Hasta el 30 de septiembre se pueden presentar candidaturas a estos premios convocados por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la modalidad de Innovación en la investigación y Tecnología. [+ Info]

Se ha creado la I Convocatoria de Premios para investigaciones que traten sobre aspectos económicos, turísticos, sociales o culturales de la Semana Santa de Málaga. El plazo de presentación de los trabajos estará abierto hasta el 31 de octubre de 2016. [+ Info]

Este Concurso es una de las actividades principales del Foro Internacional de Turismo de Benidorm. El plazo de presentación de las propuestas finaliza el 3 de octubre de 2016. [+ Info]

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha lanzado la sexta edición de la línea de financiación Emprendetur, dotada con 45 millones de euros destinados a financiar proyectos de empresas que introduzcan la innovación en el sector turístico. Las empresas interesadas ya puede presentar su solicitud para esta VI Edición de Emprendetur I+D+i, que estará abierta hasta el 14 de julio. [+ Info]

La Universidad de Sevilla oferta un curso online para la preparación de propuestas individuales del Programa Marie Sklodowska Curie de Europa Excelente de cara a la convocatoria abierta en la actualidad. [+ Info]

LIBRO

Reinventing the Local in Tourism

Reinventing the Local in Tourism forma parte de la serie *Aspects of Tourism*, publicada por *Channel View Publications* desde el año 2000, y que agrupa manuales de referencia, volúmenes de investigación, textos y monografías.

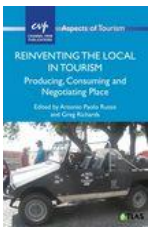
La obra de Russo y Richards se vuelca en profundizar las maneras en que el concepto de "lo local" se redefine a la vez que se interrelaciona con ciertas prácticas y elementos transformadores derivados del turismo. En ella se analiza cómo la oferta de servicios ofrecidos y consumidos entre iguales (*peer-to-peer*), como por ejemplo el alojamiento, vehiculado a través de plataformas de comunicación social que funcionan como comunidades globales, están transformando la experiencia turística e incluso la construcción sociocultural del espacio urbano y los destinos turísticos. En consecuencia se están reconsiderando las estructuras organizativas, los sistemas de valores, las oportunidades de mercado e incluso la geografía de los viajes y el turismo.

Después de una introducción que plantea el posicionamiento actual de los estudios turísticos en las ciencias sociales y las oportunidades abiertas por la emergencia de nuevas perspectivas epistemológicas y conceptuales, el libro se divide en tres grandes secciones. La primera lleva por título "*New Products and Hospitality Models*" y se centra en nuevas plataformas de información y productos que han tomado un papel central en turismo: el intercambio de viviendas y su capacidad de activar nuevas prácticas espaciales en lugares turísticos (Russo y Quaglieri), y Airbnb, que se analiza desde el punto de vista del poder de actuación del intermediario (Bialski), Sucesivamente se presentan casos concretos de productos que se incrustan en - y redefinen - 'lo local', como el activismo antimafia (Forno y Garibaldi) y los 'hoteles difusos' en pueblos abandonados (Ferrari y Gilli).

La segunda parte, "*Flows and Communities*", aborda el crecimiento de la economía relacional y las comunidades de viajeros que se movilizan a través de estos modelos emergentes. Las motivaciones y expectativas de dichos colectivos, sus actuaciones en el espacio, sus compromisos con el "local", así como las tensiones potenciales que de ello pueden derivarse, se analizan en esta sección, desde la perspectiva de la co-creacción (Pappalepore y Smith), de la participación ciudadana (Milne et al), de las vidan 'en movilidad' (Hannam y Paris), y de la relación anfitrión-huésped en el contexto del turismo étnico (Smith y Zátori).

La tercera y última sección del libro, "*Built Environments and 'Glocalized' Spaces*", discute y analiza tanto la forma en que las nuevas movilidades aparecen en espacios de tránsito y se incrustan en el paisaje a través de la circulación de los proyectos arquitectónicos (Ponzini *et al.*), de la reconfiguración de los albergues como espacios de relación (Richards), del 'paisaje gastronómico' (Soro), del alojamiento 'en red' de Airbnb (Arias y Quaglieri), y de las redes de resistencia contra la crisis en Atenas.

Reinventing the local in tourism culmina con un capítulo a modo de resumen donde los editores sistematizan los principales temas tratados para proponer las dimensiones de una posible 'nueva geografía turística' y en ella evalúan el rol de los actores, estructuras y procesos emergentes en las nuevas 'localidades' en el turismo. Cabe destacar el siguiente binomio de ideas: lo doméstico como nuevo lugar turístico y el turismo como creador de nuevas realidades locales.



TESIS

La marca en la comunicación online de las cadenas hoteleras

Esta tesis doctoral sobre comunicación online y turismo se centra en la comunicación de la marca de las cadenas hoteleras a través de sus webs.

La investigación identifica los aspectos clave para ofrecer una experiencia única y personalizada a través de la web que redunde en una marca más fuerte y mejor valorada.

Para llegar a estos resultados la metodología de investigación empleada es múltiple; en una primera fase se basa en una investigación exploratoria a través de la propuesta de un modelo de análisis fundamentado en la literatura académica y contrastado a través de un panel Delphi de expertos en comunicación online y turismo, mientras que la última fase de la investigación consiste en el análisis de contenido de las sedes web de las 25 primeras cadenas hoteleras españolas con el fin de observar el grado de cumplimiento de dicho modelo.

A partir del análisis de las puntuaciones obtenidas tras la aplicación del modelo se ha concretado un ranking de las cadenas que mejor transmiten sus mensajes de marca a través de la web y se han detectado importantes carencias en las variables Responsabilidad Social Corporativa y reputación web.

Los resultados permiten concretar qué aspectos comunicativos han de presentar las webs de las cadenas hoteleras y en qué grado. Según su autora, los datos obtenidos pueden ayudar a orientar, a partir de ahora, a las cadenas hoteleras en el momento de incluir nuevos contenidos y mensajes en sus sedes web y/o reconsiderar los existentes.

El trabajo concluye que las cadenas hoteleras se esfuerzan en distintos aspectos de la comunicación de la marca en sus sedes web, aunque según el modelo de análisis aplicado aún hay mucho espacio para la mejora, tanto potenciando aquellos mensajes de marca relacionados con la identidad, RSC y reputación como aprovechando las posibilidades que ofrece la Web social e interactiva para el sector hotelero.

(Texto completo)

PRÓXIMOS CONGRESOS

		CFP	Lugar
IX Jornadas de investigación en Turismo	JUNIO	31/09	Sevilla
2016 TEFI9 Celebrating the disruptive power of caring			British Columbia, Canadá
2nd Annual Conference of EATSA			Lisboa, Peniche y Coimbra
International Conference on Tourism (ICOT2016)			Napoles, Italia
XII Congreso de Sociología Español. Grupo de Turismo y Ocio			Gijón
IMAT 2016. III Simposio Internacional Innovación en Marketing Turístico			Valencia
Touravel 2016			Estambul, Turquía
Corporate Responsibility in Tourism -Practices, Standards and Policies	JULIO		Berlín, Alemania
HERITAGE 2016 - 5th International Conference on Heritage and Sustainable Development			Lisboa, Portugal
4th International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism			Kioto, Japón
International Tourism, Hospitality & Events Conference			Guilford, Reino Unido
Tourism and Hospitality Innovations in Developing Countries	AGOSTO		Dar Es Salaam, Tanzania
International Conference on Business, Information, and Tourism			Kuala Lumpur, Malaysia
International Tourism Studies Association (ITSA) Biennial Conference 2016			Greenwich, Reino Unido
7 International Tourism and Media (ITAM) Conference			Helsingborg, Suecia
Branding the Intangible Culture and Heritage in City Branding and Tourism Marketing			Copenhagen, Dinamarca

PRÓXIMOS CONGRESOS

		CFP	Lugar
19th Toulon-Verona Conference	SEPTIEMBRE		Huelva
II Congreso de Antropología AIBR. Panel "Turismo en el mundo rural"			Barcelona
Valuing and Evaluating Creativity for Sustainable Regional Development conference			Östersund, Suecia
ATLAS Anual Conference. Tourism, Lifestyles and Locations			Canterbury, Reino Unido
2ed International Conference on Tourism Science		31/06	Guangzhou/Canton, China
9 international conference on the inclusive museum			Cincinnati, EE.UU
International Conference on Tourism and Hospitality between China - Spain			Madrid
Conferencia Internacional sobre Dinámica de Sistemas Socio-Económicos. Dyses 2016			La Habana, Cuba
International Conference on Archipelago Tourism			Yogyakarta, Indonesia
Tourism Naturally Conference	OCTUBRE		Alghero, Italia
XV Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles			Palma de Mallorca
X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible			Santiago de Compostela
Gender equality in tourism: an alternative conference			Anatolia, Turquía
VII International Conference on Cinema & Tourism			Vila Nova de Gaia, Portgual
What's Going Well in Hospitality, Tourism and Events?			Budapest, Hungría
III colloque international sur le tourisme dans le monde arabe			Agadir, Marruecos
XI TURITEC. Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones		13/06	Málaga

XV Coloquio Ibérico de Geografía			Murcia
Smart Tourism Congress Barcelona	NOVIEMBRE		Barcelona
International Conference on Emerging Tourism in the Changing World			Chiang Mai, Tailandia
Tourism & Management Studies International Conference			Algarve, Portugal
XIX Congreso AECIT			Adeje, Tenerife
Urban Planning and Tourism Consumption			Jerusalén,Israel
UNWTO & INRoute Workshop: Subnational Tourism Measurement			Venecia, Italia
I International Forum on Tourism and Heritage 2016: Water, Heritage and Sustainable Tourism	DICIEMBRE	30/06	Oporto, Portugal
Foro Turismo Maspalomas. Perspectivas y retos de los destinos insulares		12/08	Gran Canaria
Consumer Behavior in Tourism Symposium 2016 (CBTS 2016)			Brunico, Italia
ENTER 2017	2017	26/08	Roma, Italia
27th Annual, Council for Australasian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference		17/10	Dunedin, Nueva Zelanda
Second International Conference on Tourism & Leisure Studies		6/06	Vancouver, Canada
Advanced Conference on Event Management		15/08	Winchester

LLAMADA A AUTORES / CALL FOR PAPERS

ARA Journal of Tourism Research

American International Journal of Social Science

Call for papers for a special issue on co-creation in hospitality and tourism in china (20 junio)

Information Technology & Tourism Journal (30 junio)

Journal of Hospitality and Tourism Management (1 de julio)

Call for chapter abstracts Authenticity and Tourism: Productive Debates, Creative Discourses (1 agosto)

Annals of Leisure Research (15 agosto)

Tourism Planning & Development. Special Issue on Cuba and Tourism (31 agosto)

Tourism Review Special Issue on Business Models in Tourism (30 septiembre)

Green Events and Green Tourism: an international guide to good practice (30 diciembre)

Journal of Travel & Tourism Marketing (JTTM). Special issue on "Visual Media and Tourism (31 diciembre)

Sigue la actividad científica en turismo en los medios sociales

Realice ofertas a investigadores o busque socios para sus proyectos

www.sictur.es info@sictur.es