



## ÍNDICE

Proyecto 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



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



### Los Conjuntos Patrimoniales como activos turísticos: problemas y oportunidades en perspectiva territorial



El Programa **PTR-TUR-CM**, a desarrollar entre 2016 y 2018, tiene como objetivo fundamental profundizar en el papel que juega el patrimonio cultural en la estructura y dinámica turística de la Comunidad de Madrid. Subyace la idea de contribuir a suplir una de las carencias detectadas en la investigación regional, hasta ahora poco atenta al estudio de las consecuencias del despliegue del turismo en una gran región metropolitana. Para ello, se plantean dos bloques de objetivos. El primero pretende generar un cuerpo de conocimiento interdisciplinar sobre los procesos de patrimonialización y activación turística en grandes regiones capitales. En una perspectiva de investigación aplicada, el segundo bloque persigue el desarrollo de estrategias localmente orientadas y sostenibles cultural y socialmente, que sean susceptibles de aplicación a distintos tipos de conjuntos patrimoniales a efectos de favorecer su mejor aprovechamiento turístico y contribución al atractivo turístico de la región.

Se pretende identificar y analizar los espacios con sobrecarga turística así como aquellos lugares sobre los que potencialmente incrementar la huella turística. Para ello, se explora de manera decidida las posibilidades que ofrece la conjunción de los sistemas de información geográfica y los “big data” como nueva fuente de datos de enorme utilidad para el análisis y la planificación territorial.

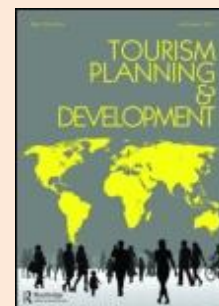
El Programa, financiado por la Dirección General de Universidades e Investigación de la Comunidad de Madrid, está impulsado por cinco grupos de investigación: el Grupo “Turismo, Patrimonio y Desarrollo” (Geografía) de la Universidad Complutense de Madrid, al que corresponde la coordinación del Programa, los grupos “Espacio y Poder” (Ciencias Políticas) y “MARCKO2” (Marketing) de la misma universidad, el “Aula G+I PAI” (Arquitectura e Ingeniería Industrial) de la Universidad Politécnica de Madrid y el grupo de “Arqueología del Paisaje” del CSIC. Integra además los esfuerzos de otros siete grupos de España, Francia, Italia y Polonia, y cuenta con la participación de un conjunto amplio de organismos públicos, asociaciones y empresas del ámbito regional.



### Assessing the impact of EU rural development programs on tourism

En muchas áreas rurales, los programas de desarrollo rural (PDR) representan el principal motor para el turismo, siendo la evaluación esencial para valorar la efectividad y eficiencia de los mismos. Aunque la evaluación sea obligatoria según la Comisión Europea, los métodos planteados hasta la fecha no han prestado la atención suficiente al impacto del turismo. El objetivo de este trabajo es examinar las herramientas metodológicas usadas por la Unión Europea desde 1991 a 2013 para evaluar los programas de desarrollo rural.

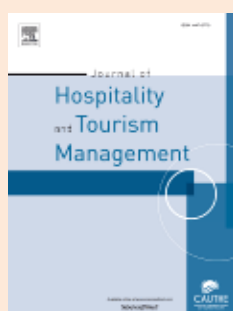
Tourism Planning & Development  
(2016)



- Se analizaron 75 documentos relativos a evaluación de PDR.
- Pocos estudios han evaluado el impacto del turismo generado por los PDR.
- Los resultados ponen de relieve las debilidades de los métodos empleados y revelan posibles líneas futuras de investigación.

### Are guests of the same opinion as the hotel star-rate classification system?

Journal of Hospitality and Tourism Management  
Vol. 29 (2016)  
p. 126-134



Este artículo analiza la relación entre las estrellas hoteleras y la satisfacción de los clientes medida desde el punto de vista de las puntuaciones que otorgan los usuarios en Booking.com y en TripAdvisor. Con una muestra de 11.000 hoteles en 100 ciudades de todo el mundo, se confirma que cuanto mayor es la categoría hotelera mejor es la posición en los rankings de estos dos portales.

- No existe relación entre satisfacción y el número de habitaciones del hotel.
- Para confirmar las hipótesis se emplearon diversos tests (Correlación de Spearman,  $\chi^2$  de Pearson, etc.).
- Se observa una relación entre la satisfacción del cliente, precios y estrellas hoteleras.

## Consecuencias de la crisis en el turismo. Un estudio sobre la vega baja del Segura

Este artículo trata de dar respuesta a cómo ha afectado las crisis económica a la comarca de la Vega Baja del Segura, uno de los lugares donde el turismo residencial ha sido el modelo turístico predominante en las últimas décadas, que ha robado el protagonismo a la agricultura de regadío. Para tal fin en este trabajo se analizan aspectos y cifras relativas a la llegada de turistas, datos de empleo, el consumo, la salida de turistas, la ocupación ilegal de viviendas y la morosidad. (Texto completo)

Gran Tour: Revista de investigaciones turísticas  
Nº 13 Enero-Junio (2016)  
P. 63-81



- El estudio se basa en un trabajo de campo etnográfico desarrollado entre 2009 y 2015.
- Se hicieron 61 entrevistas y 6 grupos de discusión.
- La crisis ha comenzado a evidenciar que el modelo turístico residencial hegemónico en la zona de estudio es insostenible.

## Estimating the tourism demand impact of public infrastructure investment: the case of Malaga airport expansion

Tourism Economics,  
Volume 22, Nº 2, June (2016)  
p. 254-268



Este artículo muestra cómo los modelos estructurales de series temporales pueden usarse para estimar el impacto en la demanda turística de la ampliación de un aeropuerto, tomando como caso de estudio Málaga. El impacto se mide a partir de las intervenciones o interferencias en las series, que pueden estar relacionadas con eventos únicos, variaciones cíclicas o cambios permanentes en la pendiente de la serie. El impacto analizado distingue entre dos tipos de efectos: la construcción de la nueva terminal y la construcción de la nueva pista. Los resultados indican que la infraestructura ha marcado la diferencia a la hora de atraer turistas internacionales, especialmente los que usan líneas de bajo coste.

- El análisis se centra en las llegadas internacionales desde 1999 a 2014.
- El tráfico aéreo aumentó un 6% debido a la nueva terminal.
- La tasa de crecimiento del tráfico aéreo se incrementó un 18% debido a la nueva pista.

## La revalorización turística del patrimonio judío en España. Sus barrios y su vino

El presente artículo tiene por objetivo fundamental, a partir de una metodología básicamente cualitativa basada en la entrevista en profundidad, realizar una primera aproximación a los principales factores que los turistas interesados en la cultura judía tienen más en cuenta en la obtención del grado de satisfacción de sus visitas conjuntas a los barrios judíos de las ciudades de la Red de Juderías de España y a los establecimientos de la red “Vinos de Sefarad”. ([Texto completo](#))

Investigaciones Turísticas  
Nº 11, 2016  
p. 52-71



- Los cinco factores más valorados fueron la calidad de las visitas, el conocimiento de la historia y cultura de la comunidad judía, su patrimonio y el proceso de elaboración del vino Kosher.
- La Red de Juderías de España ha creado unos nuevos productos, conjugando turismo cultural y enología.

## Los efectos del cambio de imagen de un destino turístico antes y después de la visita en la satisfacción y lealtad del turista

Revista de Análisis Turístico,  
Nº 21 (2016)  
p. 22-31



El estudio de la evolución de la imagen en las fases del proceso de viaje no ha sido objeto de gran atención en la literatura académica, por tanto, esta investigación pretende contribuir a mejorar el conocimiento sobre las consecuencias del cambio que se produce en la imagen de un destino antes y después de su visita, centrándose para ello en el desarrollo y validación de un modelo explicativo que determine cuáles son los efectos que se producen en los turistas ante el cambio de imagen pre y post-visita. ([Texto completo](#))

- Se llevó a cabo un trabajo empírico con una muestra de más de 400 turistas de Tenerife (Islas Canarias).
- Se ha planteado un modelo de ecuaciones estructurales.
- Un cambio en positivo de la imagen (o la confirmación de la imagen durante el viaje) genera satisfacción y efectos positivos sobre la lealtad.



## NOTICIAS

El pasado 18 de julio se celebraron las **IV Jornadas de Turismo** del Departamento de Turismo y Marketing de la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), en las que se trataron temas como la sostenibilidad ambiental, tecnología y nuevas normativas del sector. A continuación se presentan de forma resumida las principales conclusiones que se obtuvieron.

La supervivencia de las empresas turísticas pasa por la innovación, que les permite adaptarse a un entorno en constante cambio.

Los clientes demandan empresas más responsables, lo que obliga a los destinos y empresas a buscar un equilibrio entre la minimización de impactos negativos derivados de su actividad y la satisfacción del turista. En definitiva, el desarrollo sostenible debe involucrar a todos los agentes locales de un destino.

La tecnología desempeña un papel fundamental en el turismo debido a su impacto en la capacidad de innovación y a las múltiples aplicaciones que posee en la generación de información y toma de decisiones, en la comunicación y en la comercialización.



### IV Jornadas Innovación y Turismo



### III Premio "Promoción del Patrimonio Arquitectónico e Industrial"



Con objeto de incentivar el estudio en el ámbito del Patrimonio Industrial, el Aula G+I\_PA I Gestión e Intervención en el Patrimonio Arquitectónico e Industrial convoca la tercera edición del Premio para trabajos interdisciplinares de alumnos matriculados en titulaciones oficiales de grado, máster y doctorado de cualquier universidad española o portuguesa.

Propone desarrollar estudios originales cuya temática gire en torno a los objetivos del Aula: gestión e intervención sobre el Patrimonio Industrial, puesta en valor, documentación histórica, etc.

**Bases del concurso**



## 1955-2015: El gran viaje. Sesenta años de turismo en España

Esta obra arranca a mediados de la década de los cincuenta, cuando el país despegaba como destino turístico y se incorporaba a la era del turismo de masas, de la mano de los touroperadores, los viajes a forfait, los vuelos chárter y la democratización de la movilidad con los vehículos turismo. Llega hasta la actualidad, hasta el llamado turismo experiencial, y la revolución propiciada, desde la década de los noventa, por la política de cielos abiertos, el abaratamiento de los vuelos y la multiplicación de las aerolíneas de bajo coste, la diversificación de las modalidades turísticas, e indudablemente, las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento. Estas nos sitúan, en los albores del siglo XXI, en una nueva era del turismo, etiquetada como del e-turismo o turismo inteligente. Una nueva era con cambios profundos en el comportamiento de los turistas (más lábiles y con más poder de mercado) y en las exigencias para las administraciones y las empresas turísticas, que deben hacer extraordinarios esfuerzos adaptativos, en un entorno mucho más competitivo y cambiante que el que se apreciaba al inicio de este “gran viaje”, en la década de los cincuenta.



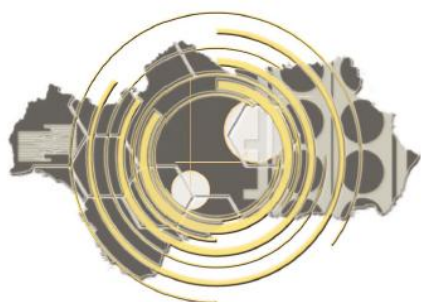
El libro muestra los principales indicadores de la actividad turística en nuestro país, las empresas y los empresarios del sector - desde los pioneros hasta las empresas concentradas y transnacionales, en un sector con muchas pequeñas y medianas-, el papel de la administración y los cambios más significativos en la política turística, los productos y las campañas turísticas, los destinos, algunos de los principales impactos del turismo, así como los perfiles y características más destacadas de los turistas nacionales y extranjeros que protagonizaron esta “aventura” turística.

En definitiva esta publicación permite al lector realizar un recorrido visual, fotográfico por la geografía turística española, la publicidad, los grandes eventos y conmemoraciones, así como los agentes (empresarios, técnicos y políticos) del desarrollo turístico español.



## Análisis de percepciones y necesidades formativas en tecnologías de la información y la comunicación en turismo. El caso de Andalucía

ANÁLISIS DE PERCEPCIONES Y NECESIDADES FORMATIVAS EN  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN  
TURISMO. EL CASO DE ANDALUCÍA



A pesar de la relevancia que poseen el capital humano y las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el sector turístico, en la literatura científica no abundan los trabajos de investigación que analicen las necesidades en competencias digitales en el ámbito del turismo. Además, en una sociedad digital, global y en el contexto de un mercado turístico internacional cada día más competitivo, se antoja fundamental realizar una investigación que proporcione información de utilidad que pueda contribuir a la mejora de la empleabilidad de los profesionales del turismo.

El objetivo principal de la tesis es por un lado, especificar cuál es la oferta formativa en materia TIC en Andalucía y por otro, analizar las necesidades de formación TIC percibidas por los trabajadores del sector turístico andaluz, así como identificar posibles desajustes en el sistema de formación turística que puedan ser causantes de tales necesidades o necesidades futuras.

La primera parte de las tesis constituye el marco teórico, que trata de acercar el conocimiento entre turismo, TIC y necesidades formativas, conectando estos conceptos y explorando prácticas, procesos y resultados obtenidos en el pasado.

La segunda parte de la tesis conforma el análisis empírico de la investigación, donde en primer lugar se propone un marco de referencia en materia de competencias digitales en turismo que es validado por un panel de expertos. Este marco se confronta posteriormente con la información extraída de un exhaustivo análisis de la oferta de formación turística de Andalucía, lo que permite determinar ciertos desajustes existentes.

La investigación llega a su fin a partir de un análisis cuantitativo que evalúa el grado de asociación o independencia entre determinadas variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel de formación) y organizacionales (tipo de establecimiento, localización, tamaño) y las necesidades percibidas de formación TIC de los trabajadores del sector turístico andaluz. ([Texto completo](#))



## PRÓXIMOS CONGRESOS



CFP

Lugar

Tourism and Hospitality Innovations in Developing Countries		Dar Es Salaam, Tanzania
International Conference on Business, Information, and Tourism	A	Kuala Lumpur, Malaysia
International Tourism Studies Association (ITSA) Biennial Conference 2016	G	Greenwich, Reino Unido
7 International Tourism and Media (ITAM) Conference	O	Helsingborg, Suecia
Branding the Intangible Culture and Heritage in City Branding and Tourism Marketing	S	Copenhagen, Dinamarca
19th Toulon-Verona Conference	T	Huelva
II Congreso de Antropología AIBR. Panel "Turismo en el mundo rural"	O	Barcelona
Valuing and Evaluating Creativity for Sustainable Regional Development conference		Östersund, Suecia
ATLAS Anual Conference. Tourism, Lifestyles and Locations	S	Canterbury, Reino Unido
2ed International Conference on Tourism Science	E	Guangzhou/Canton, China
9 international conference on the inclusive museum	P	Cincinnati, EE.UU
International Conference on Tourism and Hospitality between China - Spain	T	Madrid
Conferencia Internacional sobre Dinámica de Sistemas Socio-Económicos. Dyses 2016	I	La Habana, Cuba
Tourism governance of the Council of Europe's cultural routes	E	París, Francia
International Conference on Archipelago Tourism	M	Yogyakarta, Indonesia
	B	
	R	
	E	

Tourism Naturally Conference		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	O	Vila Nova de Gaia, Portugal
What's Going Well in Hospitality, Tourism and Events?	C	Budapest, Hungría
1st International WINETOURISM Congress	T	Santorini, Grecia
I Congreso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social	U	A Coruña
International Adventure Conference	B	Tralee, Irlanda
III colloque international sur le tourisme dans le monde arabe	R	Agadir, Marruecos
XI TURITEC. Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	E	Málaga
International Social Tourism Organisation		Zagreb, Croacia
XV Coloquio Ibérico de Geografía		Murcia
Wildlife Tourism Conference		Adelaide, Australia
Smart Tourism Congress Barcelona	N	Barcelona
International Conference on Emerging Tourism in the Changing World	O	Chiang Mai, Tailandia
Tourism & Management Studies International Conference	V	Algarve, Portugal
XIX Congreso AECIT	I	Adeje, Tenerife
Urban Planning and Tourism Consumption	E	Jerusalén, Israel
UNWTO & INRoute Workshop: Subnational Tourism Measurement	M	Venecia, Italia

Demonstrating Excellence and Innovation in Teaching Tourism			
3rd Halal Marketing and Tourism Research Symposium	D I C I E M	29/07	Christchurch, Nueva Zelanda
I International Forum on Tourism and Heritage 2016: Water, Heritage and Sustainable Tourism	B R E		Oporto, Portugal
Foro Turismo Maspalomas. Perspectivas y retos de los destinos insulares		12/08	Gran Canaria
Consumer Behavior in Tourism Symposium 2016 (CBTS 2016)		20/09	Brunico, Italia
Consumer Psychology of Tourism, Hospitality, and Leisure Research Symposium (CPTHL2016)		20/09	Brunico, Italia
7th Critical Tourism Studies Conference			Mallorca
7th ICOT conference “Exploring Place and Tourist: Heritage, Sustainability and Economy			Chiang Mai, Tailandia
I Congreso de Historia del Turismo. Los orígenes del turismo en España, 1900-1939. El nacimiento de un país de turismo			Xoán de Poio, Pontevedra
Second International Conference on Tourism & Leisure Studies			Vancouver, Canada
Advanced Conference on Event Management		15/08	Winchester
ENTER 2017	2 0	26/08	Roma, Italia
Popular culture association & American culture association. Tourism in Palestine	1 7	01/09	San Diego, EE.UU
III Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural		17/10	Córdoba
27th Annual, Council for Australasian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference		17/10	Dunedin, Nueva Zelanda
XXVII Jornadas Hispano-Lusas		07/11	Alicante
Travel and Tourism Research Association, Europe Chapter		15/11	Angers, Francia
38th Annual Southeastern Recreation Research (SERR) Conference		18/12	North Carolina, EE.UU

## LLAMADA A AUTORES / CALL FOR PAPERS



IIBA Journal Special Issue: The Impact of Brexit

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

Annals of Leisure Research (15 agosto)

Journeys and narrative (26 agosto)

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

Special publication in the 'Event Management' journal. Making Sense of Events Experiences (15 de septiembre)

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

International Journal of Tourism Cities. Special Issue on Smart Destination Branding and Marketing (20 octubre)

European Journal of Tourism Research. Special Issue: Smart Tourism Destinations: Advancing Theory and Practice (30 octubre)

The Future of City Tourism, special issue of the Journal of Tourism Futures (10 noviembre)

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)

Call for Papers Journal Tourism dimensions. Special issue on Protected Area Tourism (2017)

International Sport Volunteering Chapters

**Acceda a SICTUR para realizar ofertas a investigadores o buscar socios para sus proyectos**