

ÍNDICE

Grupo de investigación	2
Artículos académicos	3
Noticias	6
Libro	8
Tesis doctoral	9
Próximos congresos	10
Llamada a autores	11

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**



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





Información GI Marketing y estrategia: investigación e innovación



El grupo de investigación pretende abordar, desde diferentes perspectivas, la influencia de las nuevas esferas del marketing en el desarrollo y optimización de imagen de marca de diferentes organizaciones y sectores empresariales y no lucrativos. El grupo de trabajo enfatiza en el análisis científico de las Ciencias Sociales para aportar resultados cualitativos y cuantitativos que ofrecen un reflejo de las tendencias de marketing en la actualidad, pero también se facilitan conclusiones conducentes a generar cambios en el comportamiento organizacional para favorecer la mejora continua en los procesos internos y externos.

El grupo de investigación se adapta a las necesidades y demanda del mercado profesional y social para ofrecer proyectos y trabajos de interés empresarial que puedan tener su aplicación real.

El grupo trabaja actualmente en dos líneas de trabajo:

- Análisis de los soportes comunicativos del colectivo Pingüinos a lo largo de su historia, e influjo del empleo de sus herramientas de marketing en el refuerzo de marca-experiencia.
- Estudio sobre nuevos comportamientos del consumidor a partir de software específico que valora las emociones del mismo en tiempo real, así como sus intenciones de compra o tendencias en la decisión de adquisición del producto.

El grupo de investigación podrá prestar servicio a todos los sectores que lo deseen, con especial atención a las organizaciones turísticas, sociales o deportivas.

El equipo se abre a colaboraciones y sinergias que cualquier entidad estime oportuno, siempre y cuando ese acuerdo sirva para aunar esfuerzos en torno a las líneas de trabajo que desarrolla el equipo.

ARTÍCULOS DE REVISTAS



Return on capital in Spanish tourism businesses: A comparative analysis of family vs non-family businesses

El análisis de las claves de la competitividad en el sector turístico posee una incuestionable justificación por su relevancia en la economía española. El objetivo de esta investigación radica en desarrollar un diagnóstico del retorno del capital en el sector y los determinantes de su evolución en los negocios familiares, centrándose en el análisis de la rentabilidad económica y financiera de estas empresas. La necesidad de una mejor comprensión de la competitividad en las empresas familiares del sector estriba en la estructura del mismo, donde éstas tienen un peso notable.

European Journal of Management and Business Economics
Vol. 25 nº 3, (2016)



- Se emplean fuentes primarias y secundarias como SABI
- El estudio se basa en una muestra de 738 empresas españolas
- Se detectan diferencias significativas en la comparación de resultados entre empresas familiares y no familiares

Conocimientos tácitos, transversalidad turística y desarrollo local. El ejemplo de una ciudad desolada y en proceso de reconversión: Lorca (Región de Murcia, España)

Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural
Vol 14 Nº 15, (2016)
p. 1093-1107



El objetivo básico de este trabajo es poner en valor los saberes locales de Lorca mediante entrevistas específicas que revelen las actitudes y aptitudes de los recursos humanos de la ciudad, y a partir de la investigación de los conocimientos tácitos y la realidad que los circunda. Para alcanzar este objetivo se propone reflexionar con los ciudadanos acerca de la trascendencia de los saberes locales para activar y transformar la economía local. Además, se analiza la capacidad de estos saberes para alcanzar el desarrollo que Lorca necesita. ([Texto completo](#))

- Este trabajo se justifica porque los recursos humanos son determinantes en la definición del territorio como creación colectiva.
- La aproximación teórica se basa en el concepto de cultura, entendida como indicador de pertenencia a una sociedad de dilatada historia.
- Los conocimientos tácitos se transmiten en otros tiempos y por otras vías, principalmente la del hacer juntos

Exploring the concept of Smart Tourist Destination

El objetivo principal de este trabajo es contribuir a la definición de Destino Turístico Inteligente (DTI) y sus perfiles, todavía difusos debido a una literatura fragmentada desde la vertiente profesional y muy escasa desde la académica. La investigación parte de una revisión de la literatura en la que se hace especial énfasis en el enfoque que proporciona la teoría de la complejidad.

El contenido del artículo abarca una serie de aspectos claves de los DTI, como definición, dimensiones, funciones de la entidad de gestión, áreas de actividad, servicios, TIC, etc. **(Texto completo)**

Enlightening tourism. A pathmaking journal
Vol 6 N° 2 (2016)
p. 178-196



- Presenta los resultados de una investigación exploratoria
- Se llevaron a cabo dos paneles de expertos
- Los DTI precisan de una nueva gobernanza turística

Análisis del flamenco como recursos turístico en Andalucía

Cuadernos de Turismo
N° 38, (2016)
p. 301 - 325



Dado el papel relevante que juega el turismo cultural para dar a conocer y preservar el patrimonio cultural de un país, este estudio pretende analizar la oferta de turismo cultural relacionada con el flamenco, declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en 2010. Aplicando el Business Model Canvas al flamenco, consigue esquematizar los aspectos más relevantes del flamenco y el turismo, es decir define el turismo de flamenco como un todo desde la perspectiva de gestión de empresa o de negocio. **(Texto completo)**

- Expone la evolución histórica del flamenco
- Realiza un análisis DAFO del flamenco como expresión del turismo cultural
- Presenta un serie de factores y recomendaciones para el desarrollo de este segmento como producto de turismo cultural

Positioning emerging tourism markets using tourism and economic indicators

Esta investigación se centra en las relaciones entre variables económicas y turismo en veinte mercados turísticos emergentes. En primer lugar se presenta un análisis descriptivo que clasifica a los países según su grado medio de crecimiento anual en relación con una serie de indicadores turísticos durante la última década. Finalmente se proyectan los veinte destinos en un mapa bidimensional en el que se sintetiza toda la información del ranking en función del crecimiento de la contribución del turismo a la actividad económica y del crecimiento en plazas hoteleras.

Journal of Hospitality and Tourism Management
Vol. 29 (2016)
p. 143 - 153



- La información se reduce a dos dimensiones en base a un análisis categórico de componentes principales
- Los resultados arrojan luz sobre el posicionamiento relativo de los destinos emergentes respecto a sus potenciales competidores
- Mali y Madagascar encabezan el ranking en la primera dimensión y Botsuana, Bulgaria y Nueva Zelanda la segunda

Sistema de recomendación turístico grupal basado en personalidad

Revista de Análisis Turístico
Nº 21 (2016)
p. 72-95



El objetivo de este artículo es presentar un modelo de recomendación grupal turístico basado en la personalidad de los integrantes de un grupo que visita un destino. A lo largo del trabajo se describen brevemente las diferentes técnicas de recomendación que existen, y se profundiza en el algoritmo propuesto de recomendación basado en personalidad.

Para poder generar las recomendaciones es necesario disponer de las descripciones completas de cada punto turístico y de las características de cada uno de los turistas que forman el grupo. ([Texto completo](#))

- Una línea futura es la interoperabilidad de los sistemas de recomendación con los sistemas integrados de gestión turística
- Presenta un sistema basado en personalidad que tiene en cuenta el contexto y el contenido
- Estos sistemas facilitan a las organizaciones obtener conocimiento sobre la demanda y su trazabilidad, pudiendo ayudar a orientar la política turística



Conclusiones del XIX Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)



El pasado mes de noviembre se celebró la decimonovena edición del congreso de AECIT, que reunió en Adeje (Tenerife) a más de doscientos investigadores en turismo de diversas partes de España y América Latina.

El objetivo del congreso fue analizar los factores que se convertirán en los pilares estratégicos para el turismo durante los próximos años, lo que se consiguió a partir de la presentación de más de cien investigaciones turísticas relativas a

distintos ámbitos como dirección de empresas, distribución y transporte, tecnologías e información de turismo, fundamentos y dimensiones del turismo, marketing, territorio, análisis de datos, turismo internacional, formación turística, etc.

Como conclusión se hizo hincapié en apostar por una formación más innovadora, así como en la necesidad existente de adaptarse a los cambios constantes bajo un nuevo modelo de trabajo más ágil entre administraciones públicas e investigadores que permita aportar soluciones diferenciales.

Invat·tur optará a ganar el premio a la Excelencia e Innovación en Turismo de la OMT

El Instituto valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur) se encuentra entre los doce finalistas del premio a la Excelencia y la Innovación en Turismo que concede la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Hasta enero de 2017, en el marco de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR), no se conocerá al ganador, pero sin lugar a dudas, esta nominación es todo un reconocimiento al esfuerzo y a la labor de innovación que viene desarrollando Invat·tur en los últimos años con el fin de generar conocimiento turístico que revierta en el sector. Y es que son numerosos los ejemplos de transferencia que ha llevado a cabo esta institución, como la elaboración de diferentes estudios (barómetros de redes sociales, libro blanco de los destinos inteligentes), la organización de jornadas y desayunos tecnológicos o la participación junto a universidades en proyectos de investigación.



Inserción laboral y los mejores TFM de turismo, ejes del VI fórum REDINTUR



El pasado día 16 de noviembre el Centro de Desarrollo Turístico de Adeje (Tenerife) acogió la sexta edición del Fórum REDINTUR, evento que congregó a estudiantes, docentes, investigadores y profesionales del sector turístico de las islas Canarias y de toda España que debatieron sobre la inserción de los egresados universitarios en turismo.

El Fórum también sirvió de escaparate para la presentación de los mejores trabajos fin de máster (TFM) de turismo de España del curso 2015-16. Los estudiantes expusieron temas de un carácter innovador como la incidencia de los selfies en la co-creación de imagen de los destinos; nuevas herramientas y modelos para la predicción de la demanda de turistas; el uso del videomapping como elemento de dinamización del patrimonio; nuevas propuestas del branding sensorial; turismo accesible en espacios naturales protegidos; la influencia de la ideología de los gobiernos en la política turística etc.

Impacto de la investigación turística

Este informe, elaborado por el Instituto Griffith de Turismo y la Escuela de Turismo de la Universidad de Surrey, trata de dar respuesta a la creciente necesidad de comprender y medir el impacto de la investigación turística. Los datos recopilados ayudan a crear una panorámica global de cómo los investigadores en turismo entablan conversación con los agentes turísticos en su intento de comunicar la investigación y generar un impacto.



En los últimos años ha crecido sustancialmente el número de investigadores en turismo en todo el mundo, al igual que la presión por demostrar el impacto positivo que las Universidades generan en la sociedad; existe además un consenso sobre la necesidad que tienen los académicos de generar un impacto con su trabajo, sin embargo poco se sabe en qué términos prácticos se traduce dicha necesidad. Por tanto, este estudio trata de comprender cómo interpretan los investigadores la noción de “impacto” y cuáles son sus prácticas, usando para ello un cuestionario online que fue respondido por casi dos centenares de investigadores de treinta países. [Texto completo en inglés.](#)



La colaboración público-privada en los entes mixtos locales de gestión y promoción turísticas

Este libro recoge la investigación que obtuvo el XVI Premio Tribuna-Jorge Vila Fradela - FITUR 2016.

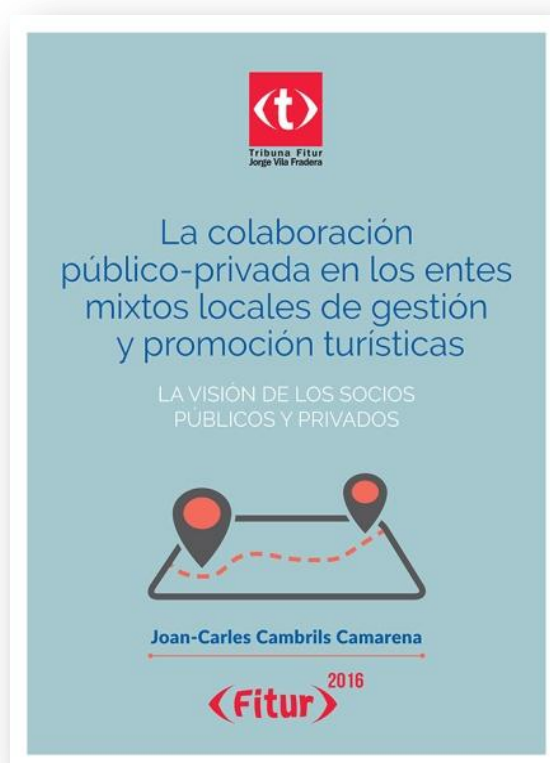
El objetivo de este trabajo es analizar los entes público-privados que gestionan destinos locales en el Estado español, para lo que en primer lugar se identificaron 36 en los que los socios comparten poder de decisión y aportaciones económicas.

A continuación se recogieron y analizaron las opiniones respecto a los entes que tienen sus socios más representativos y gerentes, para indagar así sobre las motivaciones de creación de estos y sobre los fallos y aciertos que estos modelos de gestión conllevan.

Los resultados de los cuestionarios fueron discutidos con un panel de expertos a partir de entrevistas en profundidad con el fin de interpretar los resultados obtenidos. Las conclusiones revelan que existe un número menor del esperado de entes mixtos, especialmente reducido en comparación con el número de destinos turísticos existentes en España.

Los entes mixtos persiguen un mejor conocimiento de los mercados, mayor consenso entre los socios y compartir la estrategia, no obstante y tal y cómo están configurados actualmente, es probable que no sean instrumentos idóneos para la gestión del destino en su conjunto, siendo necesario aumentar el consenso y la visión estratégica compartida, junto a la incorporación de la innovación y un nuevo rol de los socios privados en el que estén más implicados.

Finalmente se plantean como líneas futuras de investigación el avance en el conocimiento de la colaboración público-privada institucionalizada y sus condicionantes legales y estructurales, así como mejorar el conocimiento de los entes de productos turísticos, ya que en estos casos podría justificarse su conveniencia por responder a un marco de incentivos diferente.





Competitividad de los destinos turísticos: caso del Mediterráneo español

Universidad Politécnica de Cartagena

Facultad de Ciencias de la Empresa
Departamento de Economía

COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS:
CASO DEL MEDITERRÁNEO ESPAÑOL

TESIS DOCTORAL
DAVID SILES LÓPEZ
JUNIO 2016

La tesis doctoral trata el concepto de competitividad aplicado a los destinos turísticos en las provincias del Mediterráneo español. El objetivo principal es la determinación de la competitividad turística en estos destinos, es decir, si los destinos analizados son competitivos y en qué medida. Mediante la selección de las variables idóneas se ha elaborado un modelo econométrico que ha permitido cuantificar el efecto de la competitividad en los citados destinos.

Otra hipótesis que se ha contrastado es que una mejora en la competitividad turística debe llevar asociada un aumento en la calidad de vida de los residentes del destino y, de hecho, así se ha podido confirmar el resultado para la población seleccionada.

Ciertos destinos del Mediterráneo español presentan bajos niveles de competitividad turística. Gracias a un panel de expertos diseñado en base a las aportaciones de esta tesis, se han podido identificar las carencias de competitividad de los destinos objeto de estudio y ofrecer recomendaciones de actuación para aumentar la competitividad.

Además de los indicadores de competitividad analizados en esta tesis, otros conceptos inciden en la competitividad tales como el crecimiento económico o la innovación. Elementos que hacen más productivo a un destino y, por lo tanto, más competitivo.

En resumen, la relevancia de esta investigación reside en el suministro de una herramienta útil y sugerencias para que los gestores de los destinos turísticos puedan aumentar la competitividad turística de los destinos del Mediterráneo español consiguiendo mejorar la calidad de vida de los residentes de estos destinos.

PRÓXIMOS CONGRESOS



Congresos científicos de Turismo

Hoy ◀ ▶ diciembre de 2016 ▾

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28	29	30	1 de dic	2 3rd Halal Mar	3	4
5	6	7 I International Forum on Tourism and Herit Demonstrating Excellence and Innovation i	8	9	10	11
12	13	14 Consumer Behavior in Tourism Symposium (CBTS 2016) IV Jornadas Investigación Científica del T Foro Turismo Maspalomas. P	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1 de ene

Haz click en
el calendario
para acceder
a toda la
información

LLAMADA A AUTORES



Creating heritage for tourism	16/12/2016	
38th Annual Southeastern Recreation Research (SERR) Conference	18/12/2016	North Carolina
4th Corfu Symposium on Managing & Marketing Places	19/12/2016	Corfu
Tourism Review. Special Issue on Gender and Mobility in Tourism	20/12/2016	
Green Events and Green Tourism: an international guide to good practice	30/12/2016	
International Business Tourism and Applied Sciences Research	30/12/2016	Madrid
Congreso Internacional sobre Cruceros	31/12/2016	Madrid
Visual Media and Tourism (Journal of Travel and Tourism Marketing)	31/12/2016	
Spring Symposium on Challenges in Sustainable Tourism Development	20/01/2017	Gran Canaria
Ottoman Journal of Tourism and Management Research	20/01/2017	
Special Issue in Tourism, Culture and Communication Tourism and Cultural Dynamics	31/01/2017	
Building our stories: Co-creating tourism futures in research and practice (TEFI-Euro)	21/01/2017	Aalborg
Innovation and Progress in Sustainable Tourism	14/02/2017	Mauricio
13th Annual Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference	16/02/2017	Sligo
23rd Asia Pacific Tourism Association Annual Conference	26/02/2017	Corea
Smart Tourism Destinations: New Horizons in Tourism Research and Management	28/02/2017	Alicante
Call for Expressions of Interest for Book Chapters - Handbook of Festivals	28/02/2017	
Advances in Tourism Marketing	15/03/2017	Casablanca
Dark Tourism (International Journal of Tourism Cities)	27/03/2017	
5th Interdisciplinary Tourism Research Conference	31/03/2017	Cartagena
Call for case studies: 2017 ICHRIE Johnson & Wales Case Study competition	09/04/2017	
International Conference on Hospitality, Tourism, and Sports Management (2017 HTSM)	10/04/2017	Tokio
Tourism and Hospitality Conference Bournemouth University	26/05/2017	Bournemouth
International Conference on Tourism (ICOT2017)	31/05/2017	Chiang Mai