

**BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA
INVESTIGACIÓN TURÍSTICA**

FEBRERO 2016

SICTUR 



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.

www.sictur.es
info@sictur.es

Sigue la actividad científica en turismo
en las redes sociales



Turismo, Cultura y Territorio



El Grupo de Investigación en Turismo, Cultura y Territorio (TCT), del centro internacional de formación y transferencia de conocimiento en hotelería y turismo (CETT), desarrolla proyectos de investigación turística con el objetivo de aportar conocimiento experto e innovaciones en el ámbito turístico, que permitan al sector mantener y mejorar su competitividad, mediante investigación aplicada y la transferencia de conocimiento. Así mismo, impulsa la colaboración en investigación del sector privado y de las administraciones turísticas, así como el establecimiento de acuerdos de investigación conjunta con otras universidades de ámbito internacional.

Sus principales líneas de investigación se centran en los siguientes temas:

- Turismo y territorio
- Turismo cultural
- Turismo cinematográfico
- Turismo enogastronómico

Desde la configuración del Grupo de Investigación-TCT, sus profesionales han llevado a cabo un total de 152 acciones relacionadas con publicaciones, colaboraciones y participaciones con instituciones, empresas, profesores de otras universidades, participaciones en congresos y jornadas y finalmente en proyectos de investigación aplicada.

ARTÍCULOS DE REVISTAS

¿A qué se dedica la Sociología del Turismo en España?

Esta investigación representa un esfuerzo por realizar una aproximación objetiva a la producción científica de la sociología del turismo realizada en España. El artículo se justifica porque pudiera parecer que los sociólogos se dedicasen en exclusiva a la supervisión de las consecuencias del turismo valoradas críticamente y no abordasen los aspectos más positivos.

La autora del artículo ha revisado la producción científica de los sociólogos y sociólogas que trabajan en España desde 2004 hasta 2014, consultando para ello los programas de los congresos nacionales de sociología organizados por la Federación Española de Sociología (FES), los artículos científicos publicados en revistas incluidas en Web of Science (WOS), Scopus y Dialnet, y finalmente la base de datos Sistema de información de la investigación científica en turismo (SICTUR).

A modo de conclusión se señala que no parece que para los sociólogos españoles el turismo sea un asunto de especial interés, no obstante se plantean diversas líneas de trabajo futuras debido a las limitaciones existentes. ([Ver artículo](#))

De la economía de experiencias al turismo experiencial. Las series de ficción como creadoras de experiencias e inductoras a la visita de destinos turísticos

En el contexto de la economía de la experiencia y ante la adaptación al post-turista, “nuevos turismos” emergen en un intento de satisfacer sus necesidades y dar respuesta a la amplia variedad de gustos y preferencias de los diversos segmentos que comprenden este nuevo colectivo.

En la presente investigación se analiza el papel de las series de ficción como inductoras de sensaciones (factor experiencial) e impulsoras de la visita a destinos turísticos visionados en las mismas. A día de hoy se ha demostrado que existe una relación de destinos turísticos objeto de visita tras su vinculación a un largometraje, hecho posiblemente extrapolable al campo de las series audiovisuales.

Las series de ficción representan una oportunidad para que los destinos turísticos puedan llegar a un número de potenciales turistas, pues de ellas emanan sensaciones y vínculos espectador-serie. ([Ver artículo](#))

The direct and combined effects of training on hotel performance

El papel de las variables del capital humano en el desempeño económico de los agentes ha sido analizado ampliamente en la literatura económica. En el campo del turismo, varios estudios han abordado estas relaciones, sin embargo, son escasos aquellos que analizan el impacto directo del capital humano en los resultados de las empresas.

Esta investigación analiza los determinantes de los resultados económicos de una muestra representativa de hoteles de Mallorca, centrandó su atención en aspectos del capital humano y de la formación en el puesto de trabajo.

Los resultados muestran que mientras las variables del capital humano ayudan a explicar los resultados hasta cierto punto, es la formación la que destaca, por sí misma y en combinación con la variables innovación y categoría del hotel. Curiosamente, las inversiones en formación e innovación se comportan como factores complementarios o sustitutivos dependiendo de la naturaleza de las innovaciones. Por otro lado, los retornos de la formación disminuyen cuando la categoría del hotel es más elevada. ([Ver artículo](#))

Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades

Este trabajo parte del convencimiento de que un destino turístico inteligente debe estar conformado por un territorio y un sistema turístico correctamente gestionados, por tanto, cualquier destino turístico inteligente debe ser un “territorio inteligente” y, dicha necesidad da razón de ser a este artículo ya que, desde finales de los años noventa, madura un enfoque científico, la “inteligencia territorial”, cuyo objetivo es constituir un conjunto de conocimientos pluridisciplinarios que aseguren un uso sostenible del territorio en la vertiente ambiental, económica y social.

En la revisión teórica elaborada en este trabajo se atenderá tanto al concepto como a los objetivos, herramientas o elementos que forman parte del término “inteligencia territorial”, y a los vínculos que el mismo puede presentar con los nuevos “destinos turísticos inteligentes”, tratando de identificar oportunidades y desafíos en la relación entre ambos conceptos.

En la actualidad estamos en un momento crucial para llevar a cabo un proyecto de actuación conjunta en la definición y caracterización de los DTI que no deberían enfocarse sólo y exclusivamente como espacios con tecnología punta relacionada con el sistema, sino que además deben trabajar en la mejora de los sistemas territoriales. ([Ver artículo](#))

Diseño de un Sistema Integral de Análisis del Turismo (SIAT) en destinos patrimoniales

Para implementar las acciones adecuadas en materia de competitividad y sostenibilidad de los destinos patrimoniales, son necesarias herramientas que permitan realizar un análisis integral de la actividad turística en los destinos. Por ello, el objetivo de este artículo es diseñar una metodología para crear un Sistema Integral de Análisis del Turismo (SIAT) en ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Los observatorios turísticos son un instrumento ampliamente utilizado en destinos patrimoniales. Por tanto, se parte de una guía para evaluar la adecuación de los mismos a las actuales necesidades de información.

Considerando la experiencia de los observatorios turísticos en España, se seleccionaron cinco ciudades españolas como casos de estudio: Córdoba Ávila, Segovia, Salamanca y Santiago de Compostela. ([Ver artículo](#))

Are regional political decisions the key element in reducing seasonal variation in tourism? The case of the Balearic Islands

Como destino turístico maduro, las Islas Baleares sufren los efectos propios de la etapa de estancamiento del modelo de ciclo de vida del destino. En esta etapa se suelen promover políticas de reorientación que tratan de mitigar algunos de estos efectos y reducir la prevalencia de la estacionalidad. Varios instrumentos de planificación han sido diseñados e implementados por sucesivos gobiernos locales, siendo una prioridad fundamental encontrar una respuesta a que pueda reducir la estacionalidad.

Partiendo del análisis de planes de marketing de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares y usando el índice de Gini para medir la estacionalidad, este estudio explora la relación existente entre ambos elementos, mostrando que las políticas adoptadas durante los últimos veinte años no han sido capaces de reducir las variaciones estacionales del turismo, ya que la demanda mantiene los niveles de estacionalidad de los años 90. ([Ver artículo](#))

Strategic coupling evolution and destination upgrading

Este trabajo adopta los conceptos de acoplamiento estratégico y mejora (nociones clave en las teorías de redes de producción global) bajo un enfoque integrado de la geografía económica evolutiva y relacional.

El objetivo es comprender el papel de las redes translocales en el incremento de la innovación de las empresas locales y, como consecuencia, en la configuración de la trayectoria evolutiva de un destino.

A partir de entrevistas con actores claves y de datos secundarios, el artículo examina la influencia de las alianzas entre los actores locales y los intermediarios globales que operan en el mercado ruso en Cataluña desde 1994 hasta 2013. Se discuten la naturaleza y la dinámica de los patrones de acoplamiento estratégico identificados (cooperación, mediación, egoísmo y cautividad), así como sus resultados de mejora. ([Ver artículo](#))

User reactions to destination brand contents in social media

Con el fin de comunicar sus marcas e identidades, los destinos turísticos han comenzado a utilizar los medios sociales. Sin embargo, muchos no saben muy bien cómo gestionar estos medios para mejorar su comunicación online. Varios estudios demuestran que un alto nivel de interactividad con los usuarios en los medios sociales conduce a una mejor imagen de marca y compromiso.

El objetivo de este estudio es analizar los contenidos de marca que generan la mayor parte de las reacciones entre los usuarios, así como determinar si la comunicación de la imagen de marca y sus valores emocionales también generan reacciones.

Los resultados muestran que la mayoría de los atributos específicos o identificativos son los que generan más interactividad, aunque frecuentemente los atributos genéricos también son comunicados. Además, este estudio demuestra que la comunicación de los valores emocionales de la marca también provoca reacciones, aunque éstos son raramente comunicados por los destinos turísticos. Los valores de marca y atributos que generan la mayor parte de las reacciones normalmente no coinciden con los más mencionados por los destinos en sus publicaciones. ([Ver artículo](#))

OTROS ARTÍCULOS PUBLICADOS RECIENTEMENTE

- **Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo**
- **Travel frequency of seniors tourists**
- **Los hoteles temáticos: un caso descriptivo de creación de experiencias a través de ejemplos singulares españoles**
- **Institutional environment and job well-being on the governance of the tourism industry: a European study**
- **Patrimonio y turismo sostenible en el Camino de Santiago: la gestión de las administraciones locales del itinerario francés en Galicia**
- **Key factors in value co-creation for disabled customers and hotel services. An exploratory study of hotel managers**
- **El mito de las opiniones manipuladas en Tripadvisor**
- **El papel estratégico de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el turismo**

ÚLTIMAS NOTICIAS

Raquel Huete, nueva directora general de Turismo de la Generalitat Valenciana



Raquel Huete Nieves, diplomada en Turismo y doctora en Sociología, profesora de la Universidad de Alicante (UA) e investigadora del Instituto Universitario de Investigación Turística de dicha Universidad, fue nombrada el pasado 15 de enero por el pleno del Consell Generalitat Valenciana nueva directora general de Turismo.

Raquel posee una larga trayectoria docente y académica, además de haber trabajado en varias empresas relacionadas con el sector turístico. También fue coordinadora del Máster Oficial en dirección y planificación del turismo, por lo que durante varios años asistió como representante de la UA a las reuniones de REDINTUR.

Todos los miembros de REDINTUR celebran la sabia decisión tomada por el Consell y le desean a Raquel toda suerte de éxitos y venturas en la nueva etapa que ahora comienza, con la certeza de que la labor que desarrollará seguirá contribuyendo a la mejora del turismo.

En defensa de los Estudios Universitarios de Turismo



El periódico universitario Aula Magna publicó en el número de la segunda quincena de enero, en su sección “El Paraninfo”, un escrito que recoge el sentir de muchos de los egresados universitarios en turismo, así como de los propios docentes de estas titulaciones académicas, ante la falta de sensibilidad de las bases del nuevo programa de Becas del Instituto de Turismo de España para la realización de prácticas profesionales.

En la misiva se resalta que REDINTUR, en su defensa de los estudios universitarios de turismo, envió el pasado mes de diciembre un escrito oficial al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, instándole a reconsiderar el planteamiento de las bases de estas becas. Aún no se ha recibido respuesta alguna. ([Acceso al texto completo](#))

Call for Papers: Instability and Tourism

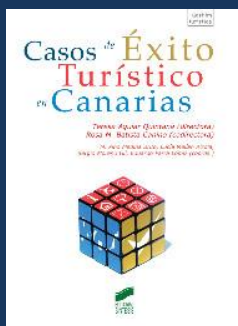


Llamada a autores para el número especial sobre "Turismo e Inestabilidad" de la revista "**Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events**". Se invita a los autores a que envíen trabajos originales que presten especial atención a los impactos económicos, culturales, políticos o sociales de la inestabilidad en el turismo a nivel nacional o regional. Serán bienvenidos aquellos artículos sobre estrategias para minimizar los efectos de la inestabilidad política e institucional en el turismo.

Hasta el 10 de marzo pueden enviarse resúmenes a maria.santana@uib.es [+ Información]

LIBROS

Casos de éxito turístico en Canarias



Esta obra ha sido concebida con el propósito de difundir las mejores prácticas de las empresas turísticas (con alcance nacional e internacional) que se han consolidado en Canarias. Se repasan, además, temas empresariales de interés como la sucesión familiar, la cohesión de los equipos emprendedores o la consolidación de una cultura corporativa, y se presentan prácticas colaborativas que demuestran que la cocreación de valor en un destino turístico es también clave para su desarrollo.

La obra incluye una selección de casos relatados por investigadores especializados en el ámbito turístico y empresarial. El sector turístico es complejo y multicultural y está orientado internacionalmente, de ahí que el estudio de casos de enfoque cualitativo, humano y contextual aporte una visión enriquecedora para analizar la realidad de este sector vista desde la óptica de sus fundadores y de los protagonistas principales que han dejado su impronta en el destino y han contribuido al progreso del sector. Este libro cubre una laguna en las enseñanzas de Turismo desprovistas de casos propios para su estudio y análisis en los cursos y escuelas de Turismo tanto en España –referente turístico a nivel mundial–, como fuera de ella. Por ello, resultará de interés tanto para estudiantes de grado y posgrado en Turismo y en Administración y Dirección de Empresas, como para consultores, planificadores públicos, profesionales del sector y para el público en general con interés en conocer los factores clave del éxito en las empresas turísticas y parte de la intrahistoria de este sector en Canarias.

TESIS DOCTORALES

Nuevas tendencias en turismo cultural. El papel de la investigación turística en ciudades patrimoniales: los casos de Santiago de Compostela y la Habana Vieja



El turismo cultural fue percibido como una modalidad turística deseable para cualquier destino, en detrimento de formas masivas como el turismo de sol y playa. Sin embargo, en los últimos tiempos se han producido una serie de cambios que justifican la necesidad de conocer el estado de situación actual de este producto. A su vez, su estudio se fundamenta en la complejidad de su delimitación conceptual, del conocimiento y estimación de la demanda asociada al mismo, y del diseño de su oferta. Asimismo, resulta interesante investigar la apuesta de las ciudades patrimoniales por la investigación turística como vía para adecuar la oferta cultural a las necesidades de la

demanda, pero al mismo tiempo respetando el compromiso que significa velar por la preservación de un espacio Patrimonio de la Humanidad.

El objetivo de esta investigación es conocer las nuevas tendencias del turismo cultural, tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda; y analizar el papel de la investigación turística en su adecuación a estas nuevas necesidades. El marco de estudio son las ciudades patrimoniales y en particular, los casos de Santiago de Compostela y La Habana Vieja. El primero, al tratarse de un destino consolidado de turismo cultural, permite profundizar en el conocimiento del turista cultural actual, así como en la adaptación de la oferta al mismo. De igual modo, el hecho de que cuente con estructuras de investigación en turismo, facilita el estudio del papel de las entidades de investigación turística. Por su parte, el resurgir de la actividad turística en La Habana Vieja a partir de la recuperación y reconversión de su patrimonio para uso turístico, la ha convertido en un destino con potencial para el desarrollo del turismo cultural. Sin embargo, aún queda algún camino por recorrer para consolidar este objetivo. Por tanto, su estudio se centra en un diagnóstico de situación y en la posibilidad de trasladar experiencias realizadas en Santiago de Compostela o en otras ciudades patrimoniales; si bien es cierto que también pudiera realizar alguna aportación a Santiago.

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u>ENTER 2016</u>	2 febrero 2016		Bilbao
<u>4th International Conference on Tourism, Transport, and Logistics</u>	12 febrero 2016		Bangkok, Tailandia
<u>I Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo</u>	3 marzo 2016		Granada
<u>I Congreso Internacional de Turismo y Sustentabilidad</u>	9 marzo 2016		Acapulco, México
<u>1st Algarve International Conference on Mediterranean Diet: Health, Wellbeing and Tourism</u>	17 marzo 2016		Algarve, Portugal
<u>3rd Sport Tourism Conference</u>	6 abril 2016	15 febrero 2016	Zagreb, Croacia
<u>Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development</u>	7 abril 2016	17 febrero 2016	Gran Canaria
<u>II Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural</u>	14 abril 2016	22 enero 2016	Córdoba
<u>XIX Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa</u>	20 abril 2016	10 febrero 2016	Castelló de la Plana
<u>International Conference on Tourism & Leisure Studies</u>	22 de abril 2016	22 enero 2016	Honolulu, EE.UU
<u>Sacred Journeys: Pilgrimages in the 21st Century 3rd Global Meeting</u>	4 mayo 2016		Praga, República Checa
<u>7th International Conference on Sustainable Tourism</u>	18 mayo 2016		Valencia
<u>8th Conferencia internacional para investigación graduada en Turismo, Hostelería y Ocio</u>	24 mayo 2016	16 febrero 2016	Bodrum, Turquía
<u>IX Jornadas de investigación en Turismo</u>	22 de junio 2016	10 abril 2016	Sevilla

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u>2nd Annual Conference of EATSA – Euro-Asia Tourism Studies Association</u>	26 junio 2016	29 febrero 2016	Lisboa, Peniche y Coimbra
<u>International Conference on Tourism (ICOT2016)</u>	29 junio 2016	26 mayo 2016	Napoles, Italia
<u>XII Congreso de Sociología Español. Grupo de Turismo y Ocio</u>	30 junio 2016	20 febrero 2016	Gijón
<u>IMAT 2016. III Simposio Internacional Innovación en Marketing Turístico</u>	30 junio 2016	30 mayo 2016	Valencia
<u>Touravel 2016</u>	30 junio 2016	25 marzo 2016	Estambul, Turquía
<u>HERITAGE 2016 – 5th International Conference on Heritage and Sustainable Development</u>	12 julio 2016		Lisboa, Portugal
<u>4th International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism</u>	12 julio 2016	15 abril 2016	Kioto, Japón
<u>International Tourism, Hospitality & Events Conference</u>	19 julio	19 febrero	Guilford, GB
<u>International Conference on Business, Information, and Tourism</u>	3 agosto 2016	31 marzo 2016	Kuala Lumpur, Malaysia
<u>Branding the Intangible Culture and Heritage in City Branding and Tourism Marketing</u>	29 agosto 2016	28 febrero 2016	Copenhagen, Dinamarca
<u>19th Toulon-Verona Conference</u>	5 septiembre 2016	30 abril 2016	Huelva
<u>Ninth international conference on the inclusive museum</u>	16 septiembre 2016		Cincinnati, EE.UU
<u>ICTCHS 2016- International Conference on Tourism and Hospitality between China - Spain</u>	27 septiembre 2016	30 enero 2016	Madrid

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u>XV Coloquio del Grupo 10 de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles</u>	6 octubre 2016	19 febrero 2016	Palma de Mallorca
<u>X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible</u>	19 octubre 2016	o	Santiago de Compostela
<u>XI TURITEC. Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones</u>	27 octubre 2016	13 junio 2016	Málaga
<u>XV Coloquio Ibérico de Geografía</u>	7 noviembre 2016		Murcia
<u>Smart Tourism Congress Barcelona</u>	9 noviembre 2016	28 marzo 2016	Barcelona

Incluye tu congreso en este listado

Manual de usuario de SICTUR

Cómo crear una oferta de colaboración en SICTUR

Cómo crear un Currículum Vitae en SICTUR