

BOLETÍN DE NOVEDADES

EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA



Proyectos de investigación

Uso e influencia de los social media y la comunicación 2.0 en la toma de decisiones turísticas y en la imagen de marca de los destinos. Aplicaciones de utilidad para los destinos turísticos españoles



El principal objetivo de este proyecto es conocer, por un lado, el uso de los social media como herramientas de comunicación que realizan los destinos turísticos y, por otro, el uso que de ellos realizan los individuos en su búsqueda de información para conocer cómo les influyen en las decisiones turísticas y en la creación de la imagen de marca de los destinos. Todo ello con la finalidad de obtener recomendaciones prácticas de utilidad para todos los destinos turísticos españoles sobre el uso de los social media.

Este proyecto es pionero en el análisis de la comunicación 2.0 desde su uso, efectividad o influencia en los receptores o usuarios, e igualmente resultará pionero en la elaboración de recomendaciones prácticas sobre cómo utilizar las tecnologías 2.0 por parte de los destinos turísticos en la comunicación con sus diferentes públicos para mejorar su imagen de marca y atraer mayor número de visitantes.

Detrás de este proyecto se encuentra un equipo formado multidisciplinar formado por miembros de la Universidad Rovira i Virgili, Málaga, Vigo y The Welsh Centre for Tourism Research,

Artículos de revistas

[Shopping value, tourist satisfaction and positive word of mouth: the mediating role of souvenir shopping satisfaction.](#) Una parte esencial de la experiencia de ocio durante un viaje es comprar souvenirs, sin embargo, la compra de este tipo de artículos por turistas es un tema que se ha abordado por la academia recientemente, lo que requiere un análisis profundo si se quieren comprender los efectos que tiene.

Los autores tratan de comprender los determinantes de la satisfacción del turista y para ello buscan explicar la relación y el efecto que tiene el valor de compra sobre el boca a boca positivo y la satisfacción general del turista.

Los datos de la investigación se recogieron mediante un cuestionario aplicado a los turistas nacionales en Sevilla (España) que compraron souvenirs. Sus respuestas se analizaron utilizando mínimos cuadrados parciales (PLS), una técnica de modelado de ecuaciones estructurales basadas en la varianza.

[Drivers of Sustainability Strategies in Spain's Wine Tourism Industry.](#) A pesar del interés creciente por el enoturismo, los autores de este trabajo no han encontrado investigaciones que aborden los aspectos relacionados con sostenibilidad de esta industria. Por ello esta investigación está enfocada para arrojar más luz sobre los problemas de sostenibilidad relacionados con las actividades de turismo del vino de España. El objetivo es (1) categorizar las estrategias de sostenibilidad que bodegas y rutas del vino están desarrollando y (2) determinar los principales factores (internos y externos) que influyen en la adopción de dichas en la industria del enoturismo.

Para lograr los objetivos se realizó una revisión exhaustiva de la literatura y se usó un cuestionario estructurado. Los participantes en este estudio incluyeron propietarios bodegas, gestores ambientales y de marketing, y enólogos, elegidos entre las principales regiones vitivinícolas de España y

[EU membership and the impact on the image and attractiveness on tourism destinations.](#) El objetivo de este trabajo es doble. En primer lugar, se trata de comprender si el territorio de la Unión Europea (UE) contiene cualquier forma de identidad, con efectos particulares sobre el turismo. En segundo lugar, identificar cómo los ciudadanos de la UE interpretan la Unión cuando eligen sus destinos turísticos internacionales. La cuestión clave es entender el comportamiento de los ciudadanos de la UE como una nueva forma de turismo "doméstico" con el fin de conocer los factores que determinan la elección de un destino turístico internacional en Europa por los ciudadanos europeos y qué atributos hacen destino turístico europeo sea más atractivo que otro. Es por ello que los autores realizaron una encuesta directa a los residentes de la UE para realizar un análisis descriptivo y factorial.

Knowledge Transfer in Hotel Firms: Determinants of Success in International Expansion. Este estudio analiza los determinantes del éxito de transferencia de conocimiento en la expansión internacional de las empresas hoteleras. En primer lugar se discuten las estrategias de crecimiento internacional seguidas por las empresas de hostelería y su relación con la transferencia de conocimientos. A continuación, se abordan los determinantes del éxito de la transferencia de conocimiento en la expansión internacional con la discusión de la relevancia del tema y las barreras potenciales que pueden conducir a errores. Se plantean cuatro hipótesis de investigación que son empíricamente probadas, demostrando los resultados la influencia que poseen la capacidad de absorción, los aspectos culturales, y la motivación de las fuentes de conocimiento.

Changing tourism patterns, capital accumulation, and urban water consumption in Mallorca, Spain: a sustainability fix? Este artículo presenta una investigación interdisciplinaria basada en un profundo análisis comparativo de los patrones de consumo de agua y usos de la tierra en Mallorca. Los patrones cambiantes hacia un turismo residencial y de calidad se estudian, partiendo de la base que la inversión para la acumulación de capital y el aumento de las ganancias son sus principales impulsores. La dimensión socio-metabólica de este proceso se analiza en relación con la forma en que se ha traducido en un paisaje urbano-turístico con un que es vulnerable a los cambios en el clima, ya que se sostiene por un uso excesivo de agua. El suministro de agua es una grave limitación que se ha resuelto a través de la mercantilización y privatización de su suministro. Este proceso de desarrollo turístico empeora en lugar de resolver la brecha metabólica, lo que resulta en la segunda contradicción de la acumulación de capital entre el imperativo del crecimiento continuo y el de los recursos naturales finitos.

Análisis de las páginas webs de los espacios naturales como destinos turísticos a través del modelo de Rasch: una aplicación al caso de Rusia. El objetivo del presente estudio es proponer una metodología que permita evaluar de forma objetiva la idoneidad de los webs sites de espacios naturales para proporcionar información turística. Para ello, en primer lugar se ha utilizado el conjunto de ítems propuesto por Wooside y Dion (2010) con el que se obtiene una serie de indicadores de naturaleza dicotómica, que posteriormente, gracias a la aplicación del Modelo de Rasch, se convertirán en variables latentes de naturaleza continua, lo que permitirá la aplicación de análisis estadístico cuantitativo a las variables construidas

Las TIC como base de segmentación en el contexto B2B turístico: estudio aplicado en hoteles españoles. Teniendo en cuenta la importancia de la segmentación del mercado y del efecto de las TIC en las relaciones entre empresas turísticas, se hace necesario estudiar con mayor profundidad el estado actual de sus sistemas de información y comunicación analizando su uso en la relación que mantienen estas empresas con sus clientes en la cadena de aprovisionamiento de servicios. Este análisis está centrado en establecimientos hoteleros, empresas que han sido tradicionalmente criticadas por la infrautilización del potencial que ofrecen las TIC (Law y Jogara tnam, 2005; Martínez et al., 2006; Tsiotsou y Ratten, 2010). En este contexto, el objetivo de este trabajo es estudiar las diferencias entre hoteles en función del nivel de desarrollo, los beneficios percibidos y el nivel de uso de las TIC en sus relaciones con su principal cliente, ya sea agencia mayorista o minorista. Se pretende, por tanto, examinar la capacidad que tienen estas variables para ser utilizadas como criterios de segmentación de empresas hoteleras. La descripción de estos grupos de hoteles a partir de otras variables, como el tipo de cliente principal, el número de años de relación, la categoría del establecimiento y el número de agencias clientes con las que trabaja, permitirá caracterizar mejor a los segmentos y profundizar en sus diferencias

La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la Costa del Sol. Los objetivos de este trabajo son analizar la incidencia sobre el turismo de la crisis económica mundial que estalló en 2008 y evaluar las consecuencias a corto y largo plazo. Para ello, se estudian los indicadores y balances del turismo de 2000 a 2007 y de 2008 a 2012, comparándolos y llegando a diversas conclusiones. En última instancia se llevan a cabo una serie de predicciones para ver la evolución prevista del turismo, utilizando modelos autorregresivos integrados de media móvil (ARIMA).

Últimas noticias



[Becas Iberoamérica Jóvenes Profesores e Investigadores y Alumnos de Doctorado. Santander Universidades. 2015 \(España\)](#)

Dirigidas a impulsar el Espacio Iberoamericano del Conocimiento, estas becas apoyan a jóvenes profesores e investigadores y doctorandos de universidades españolas interesados en realizar una estancia académica, en alguna Universidad del espacio iberoamericano. En esta edición pueden solicitar la beca doctorandos que deseen desarrollar una estancia como actividad complementaria para consecución de su título de doctor.

Destinatarios: Personal docente e investigador y alumnos de Doctorado de las universidades españolas participantes

Tipo: investigación y movilidad

Cuantía: 5.000 euros para estancias JPI y 10.000 euros para estancias de doctorado

Duración de la beca: Al menos 2 meses para estancias JPI y mínimo 4 meses para estancias de doctorado.

[Ficha técnica de la beca](#)



[Contratos predoctorales de Formación del Profesorado Universitario FPU.](#)

800 ayudas para financiar contratos predoctorales para la realización de tesis doctorales. Esta beca es incompatible con otras ayudas de instituciones públicas o privadas que sean para la formación doctoral. El plazo de presentación va desde el 13 de enero hasta el 6 de febrero.

[Documento de convocatoria oficial.](#)



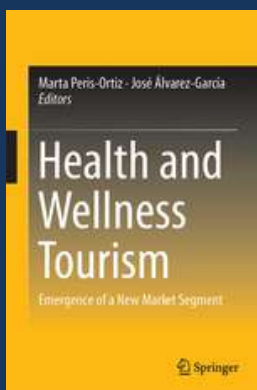
El foro Transfiere generará 4.200 encuentros de negocios.

Más de 400 empresas y 250 grupos de investigación participarán en la cuarta edición del Foro Europeo para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación (Transfiere 2015), que se celebrará los próximos días 11 y 12 de febrero en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga. El foro, con 2.300 asistentes,

generará alrededor de 4.200 encuentros bilaterales de negocios, según han detallado esta mañana el secretario general de Universidades, Investigación y Tecnología de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, Francisco Triguero, y el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre. El crecimiento de las cifras del Transfiere es del 30% en relación a la anterior edición.

Se trata de un " escaparate " para la I+D que desarrollan las universidades y centros de investigación y para el trabajo de las empresas del sector TIC. A fecha de hoy el 80% de los stands ya están ocupados y se han inscrito más de 110 grupos de investigación pertenecientes a 32 Universidades.

Libros



Health and Wellness Tourism.

Editado por [José Álvarez García](#) y Marta Peris Ortiz, este libro fue publicado a finales de 2014 y es una fuente esencial para estudiantes, investigadores y empresarios de la industria del turismo de salud y bienestar. En su interior pueden encontrarse contribuciones e investigaciones llevadas a cabos en distintos países bajo un enfoque práctico.

En definitiva esta publicación pretende contribuir a la literatura y ayudar en el desarrollo de un marco teórico y práctico en el segmento del turismo de salud y bienestar del turismo.

Tesis doctorales



Medición y análisis de la sostenibilidad: Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía

La presente tesis doctoral fue defendida el 9 de diciembre de 2014 en la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga. La misma contribuye con una propuesta para medir cuantitativamente la sostenibilidad (concepto subjetivo, de construcción social y necesidad de establecer límites para su cuantificación). Para ello, en primer lugar, aporta un estudio empírico-experimental para el cálculo de indicadores sintéticos de sostenibilidad en los 61 municipios del litoral de Andalucía mediante la aplicación de un método multicriterio de doble punto de referencia, que se combina con procesos de decisión en grupo. Posteriormente, en una segunda etapa, con los índices de sostenibilidad obtenidos se estudia la relación entre la sostenibilidad y las características del desarrollo turístico de estos municipios -basadas en su oferta de alojamiento reglado y no reglado-, adoptando una visión integral de la sostenibilidad y no limitada exclusivamente a la sostenibilidad de la actividad turística.

Resultan interesante los resultados porque se han encontrado asociaciones entre el modelo de desarrollo turístico y la sostenibilidad en sus diferentes dimensiones, principalmente en la ambiental y la económica. Es aquí donde también tiene sentido la tipología e intensidad de implantación: municipios de carácter marcadamente residencial mantienen posiciones más bajas en la sostenibilidad, pero también se evidencia cómo los municipios de elevado peso reglado obtienen mejores posiciones en la sostenibilidad económica pero no así en la ambiental. Esto corrobora nuevamente, la importancia de establecer límites, si se pretende alcanzar una sostenibilidad integral.

Próximos congresos académicos

Call for papers

<u>ENTER 2015. eTourism: Transforming mobility</u>	3 febrero 2015	
<u>XXV Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica</u>	5 febrero 2015	
<u>International Symposium on Sports, Recreation, and Tourism</u>	1 abril 2015	
<u>XVIII Congreso Internacional Turismo, Universidad y Empresa</u>	22 abril 2015	
<u>VI Congreso Nacional de Turismo, Economía y Medio Ambiente</u>	22 abril 2015	
<u>Ecotourism and Sustainable Tourism Conference</u>	27 abril 2015	
<u>I Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural</u>	7 mayo 2015	22 febrero 2015
<u>The Anthropology of Tourism - heritage and perspectives</u>	1 junio 2015	28 febrero 2015
<u>XXIX Congreso Anual de AEDEM 2015. Estrategia Empresarial ante un escenario de crisis</u>	3 junio 2015	27 febrero 2015
<u>7th International Religious Tourism and Pilgrimage Conference. Religion, Spirituality, Culture and Tourism</u>	10 junio 2015	
<u>X edición OcioGune 2015. Foro internacional de investigación, pensamiento y reflexión en torno al ocio</u>	11 junio 2015	2 marzo 2015
<u>2nd International Symposium on Partial Least Squares Path Modeling.</u>	16 junio 2015	
<u>II. International Conference on Tourism and Travel</u>	18 junio 2015	13 marzo 2015
<u>International Congress "Tourism and the sea</u>	21 junio 2015	15 marzo 2015
<u>The 5th Conference of the International Association for Tourism Economics</u>	30 junio 2015	31 enero
<u>VI Jornadas de intercambio de experiencias de innovación educativa en Estadística (JIDERE 2015)</u>	9 Julio 2015	31 marzo 2015
<u>VIII International Conference on the inclusive museum</u>	7 agosto 2015	17 mayo 2015

<u>The Fifth International Conference on Tourism and Hospitality between China-Spain 2015</u>	3 septiembre 2015	6 marzo 2015
<u>6th Advances in Tourism Marketing (ATMC) Conference</u>	8 septiembre 2015	
<u>International Tourism and Hospitality Management Conference</u>	30 septiembre 2015	24 abril 2015
<u>II Congreso COODTUR. Temas pendientes y nuevas oportunidades en TURISMO Y COOPERACIÓN</u>	16 noviembre 2015	31 marzo 2015

Sigue la actividad científica en turismo en las redes sociales

