

BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Abril 2015

Editado por la 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 universitarios las últimas novedades de la producción científica e investigadora realizada por las Universidades españolas.

SEGITTUR
www.sictur.es
info@sictur.es

Sigue la actividad científica en turismo
en las redes sociales



2 años
SICTUR
Difundiendo
Investigación
Turística

GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Grupo de Investigación en Gestión Turística



El [Grup de Recerca en Gestió Turística](#) está oficialmente reconocido como grupo de investigación emergente por la Generalitat de Catalunya desde 2009.

Su objetivo es generar conocimiento acerca de la gestión sostenible de las empresas turísticas, favoreciendo la innovación y la internacionalización de éstas, necesarias para mejorar la competitividad del sector.

Estudian el management turístico desde una óptica multidisciplinar e internacional y actualmente sus prioridades se concretan en la investigación acerca del uso de las nuevas tecnologías, el impacto económico del turismo en la sociedad y el territorio, el marketing social, la innovación y la calidad de la gestión y los indicadores de la performance, utilizando metodologías de investigación innovadoras.

VACANTE DE PROFESOR ASOCIADO

La persona seleccionada formará parte del claustro docente bajo la figura de profesor/a asociado/a

Para ver todos los detalles de la oferta acceda a SICTUR con sus datos de acceso y vaya al tablón de ofertas

SICTUR Beta
INFORMACIÓN CIENTÍFICA DEL TURISMO

Bienvenid@

Inicio El proyecto Contacto Perfil (0) Salir

Grupos Investigación

Ofertas

Configurar notificaciones

Tablón de ofertas

Investigador

Producción científica

Tablón de ofertas

Estás en: Inicio » Ofertas » Tablón de ofertas

Nº Filas: 10

Fecha fin	Título	Ofertante
24/04/2015	Profesor asociado	School of Tourism and Hospitality

Resultados 1 - 1 de 1.

ver oferta

Powered by

UNIÓN EUROPEA
INTELITUR
SEGITTUR
INTUR

ARTÍCULOS DE REVISTAS

Monográfico de Turismo en el último número de la Revista Cuadernos de Estudios Empresariales

Este número de la Revista tiene un carácter especial, pues nace de la colaboración entre la revista y la REDINTUR. En dicha colaboración, la Revista seleccionó los mejores Trabajos Fin de Máster que se presentaron en el III Foro de la REDINTUR en noviembre de 2013 y los sometió a un proceso de revisión. De este modo la revista abre paso al turismo entre sus contenidos, que es una materia que pretenden impulsar debido a su importancia.

En este monográfico se da cabida a una gran cantidad de ámbitos del turismo, quedando representados temas tan vanguardistas y pioneros como el marketing adaptado al territorio o place marketing y otros temas más tradicionales pero de especial relevancia como el mercado de derechos materializables, la imagen turística, sistemas de indicadores de coyuntura turística, zonificación turística o el turismo ornitológico. **(ver artículos)**

Safe and security as a component of quality in tourism. The case of Galicia

En este estudio los autores analizan detalladamente los conceptos de seguridad y calidad y señalan la estrecha relación que existe entre ellos.

Obviar la seguridad como una dimensión más del turismo puede provocar ciertas deficiencias que afecten potencialmente a la satisfacción de los turistas del destino. Este estudio se ha llevado a cabo mediante entrevistas en profundidad con diversos expertos en distintos sectores y a tenor de los datos, tanto objetivos como subjetivos, queda claro que Galicia proyecta una imagen segura como destino vacacional, sin embargo se reconoce que este hecho no se traduce en una visión vigilante y proactiva a la hora de la planificación del turismo. **(ver artículo)**

«Suiza en la aventura de La Mancha»: patrimonio y turismo cultural en los años del desarrollismo español

El autor de este artículo comienza haciendo un breve repaso sobre las iniciativas turísticas que se llevaron a cabo durante el franquismo en España. Acto seguido estudia La Mancha como destino turístico a partir de la influencia del Quijote en la literatura de viajes y de la planificación turística en el franquismo, para posteriormente centrarse en una iniciativa concreta como fue la promoción de La Mancha mediante el proyecto “Suiza en la Aventura de la Mancha”. El proyecto dio a conocer las peculiaridades de la región en un fin de semana y estuvo repleto de los tipismos que siguen imperando en la actualidad, (paisajes agrarios, escasa industrialización, fiestas, folklore...). Este trabajo de investigación constituye un interesante referente para el análisis de los orígenes del turismo cultural en Castilla La Mancha, en este caso protagonizado por un grupo de directivos turísticos extranjeros. **(ver artículo)**

The living industry visit in Euskadi. Analysis and description of the current profile of "living industry tourist" (ver artículo)

En un contexto donde la búsqueda de nuevas experiencias propicia que surjan nuevas alternativas turísticas, este trabajo desarrolla un estudio empírico a partir de una muestra de 406 turistas sobre la demanda de visitas a industria vivas en Euskadi. Se analizan las actitudes, motivaciones y barreras percibidas por los turistas. Se lleva a cabo un análisis cluster para conocer si existen diferentes grupos de visitantes de lugares productivos en actividad y finalmente se establece una definición ideal de la visita desde el punto de vista de los aspectos organizativos de la visita. Teniendo en cuenta que el conocimiento de la demanda es fundamental para poder desarrollar y adaptar la oferta de los destinos turísticos a los públicos potenciales, este estudio resulta de gran utilidad para las empresas.

Reflexiones acerca de la necesidad de establecer una metodología holística para el estudio de la movilidad y la conducta humana

El establecimiento de una metodología holística para la comprensión de los procesos integrados de la movilidad y la conducta humana se ha convertido en una de las necesidades primordiales para la comprensión global de la experiencia turística. En este artículo se presenta el estado del arte en referencia a la aproximación a la movilidad desde una perspectiva del consumo del espacio y tiempo, así como una aproximación a la dimensión humana en el consumo de la experiencia turística. En la sección final de la contribución, se lleva a cabo una breve reflexión acerca de la necesidad de adopción de una metodología holística que contemple tanto la movilidad física, como la dimensión emocional de la experiencia turística, lo que permitiría la generación de cartografía emocional y perceptual que debería servir como apoyo para la planificación y gestión de los destinos turísticos **(ver artículo)**.

La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación

La experiencia en turismo es un tema que ha sido ampliamente usado, sin embargo, su conceptualización, explicación, metodologías de análisis, y esquemas de pensamiento y aplicación para su diseño y promoción, son aspectos que no han recibido gran atención. Este trabajo pretende aportar algo de conocimiento académico y líneas de aplicación práctica para el correcto desarrollo de experiencias, tan buscadas y necesitadas en los destinos turísticos. Para ello el artículo comienza con un resumen del examen de la literatura actual en este campo. Posteriormente, se centra en la comunicación de la experiencia a través del denominado marketing de experiencias, y desarrolla el proceso de comunicación de la misma a través de la marca (aglutinador central de la comunicación) y los eventos (paradigma de la creación y comunicación de experiencias). Finalmente, a modo de cierre, el artículo aborda una sintética explicación práctica y metodológica para el diseño de experiencias turísticas de éxito en un destino turístico: la matriz de diseño de la experiencia. **(ver artículo)**

Testing dependence between GDP and tourism's growth rates (ver artículo)

El objetivo central de esta investigación es enlazar el comportamiento económico y las propiedades estadísticas del PIB con las tasas de crecimiento del turismo a través de un modelo de dependencia. Para ello se seleccionan como casos de estudio a Reino Unido, España y Croacia. Se emplea una aproximación GARCH para describir la dependencia entre PIB y crecimiento turístico.

Los resultados indican que existe una dependencia significativa, asimétrica y positiva entre el crecimiento del turismo y el PIB en los tres casos de estudio, aunque sólo para Croacia varía a través del tiempo. **(ver artículo)**

A Latent Class Analysis of Spanish Travelers' Mobile Internet Usage in Travel Planning and Execution

Aunque sabemos que los consumidores utilizan cada vez más los dispositivos móviles, los autores del artículo observan una falta de investigación en relación con quién y cómo se utiliza esta tecnología en los procesos de compra en turismo. En este sentido, el objetivo general de este estudio es explorar los perfiles de consumidores que utilizan aplicaciones relacionadas con el turismo para la planificación y ejecución de vacaciones (y los que no lo hacen). Se aplica un modelo de clases latentes para segmentar a los viajeros basado en la extensión del uso de casi dos docenas de actividades turísticas móviles antes y después de la llegada a un destino de viaje. **(ver artículo)**

ÚLTIMAS NOTICIAS

Convocatoria de reunión para el Debate del 3+2



La principal finalidad de esta iniciativa es el establecimiento de un marco de reflexión y debate conjunto sobre la idoneidad y efectos en la formación de turismo del plan de flexibilización universitaria, que permite ofertar carreras de tres años de duración frente a las actuales de cuatro, y que se recoge en el recién publicado Real Decreto 43/2015, de 2 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, y el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado.

Este encuentro, definido por iniciativa de los miembros de la REDINTUR durante su reunión anual realizada en Valencia el pasado diciembre, está organizado por CETT-UB y se celebrará en el marco del primer [Congreso Internacional de Estudiantes de Turismo](#) el 17 de abril del 2015 en Barcelona, como parte de la Feria Internacional de Turismo de Cataluña, en el recinto ferial de [Gran Vía](#).

Con un formato de participación activa, la [jornada](#) que se está planificando pretende, entre todas las universidades asistentes, identificar los beneficios y los inconvenientes, así como los retos y las oportunidades de la aplicación de nuevo real decreto. Esto permitirá hacer balance de la calidad y eficacia del modelo del grado de turismo actual, y el establecimiento de un manifiesto conjunto que pueda orientar a las diferentes universidades y administraciones sobre la elección de un modelo de referencia concreto.

Aquellas personas interesadas en asistir rogamos confirmen su asistencia al correo electrónico cett@cett.es , antes del próximo 10 de abril, con el asunto "Encuentro universidades".

El 'boom' de los estudios universitarios de turismo



El pasado 3 de marzo "Expansión" publicó un [reportaje](#) sobre los estudios universitarios en turismo en España. En este artículo la periodista Ana Gil recogió los comentarios y datos aportados por distintos expertos en la materia como decanas, coordinadores de títulos y directoras de departamento, quienes respondieron algunas de las cuestiones que se plantean a la Universidad Española. ¿Resultan competitivos los estudios de turismo? ¿Se adaptan a la coyuntura actual? ¿Están preparados los centros para formar a los futuros profesionales del sector?, etc.

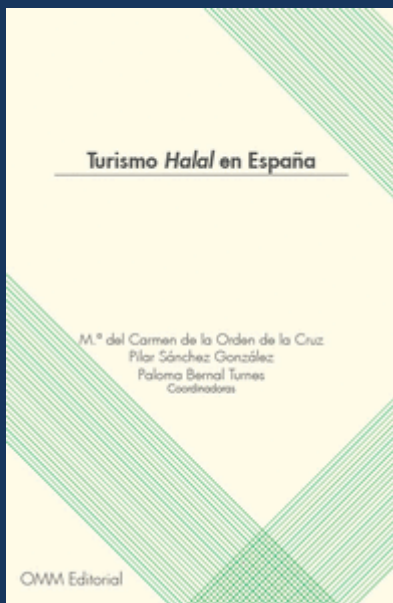
Se resaltaba en el artículo que pese al incremento de las tasas públicas, la demanda de estudiantes en estos estudios no ha disminuido. El texto también repasaba el amplio abanico de posibilidades existentes, ya que además del Grado en Turismo, en la Universidad Española se pueden cursar distintos posgrados que permiten a los estudiantes obtener un mayor grado de especialización.

Por otro lado se mencionaban las principales competencias que adquieren los estudiantes, que son las que se recogen en el libro Blanco del Grado de Turismo, destacando la comunicación oral y escrita, la resolución de problemas, el aprendizaje autónomo y la capacidad de trabajo en equipo.

La autora finalizaba el artículo haciendo alusión a la reciente implantación de estos estudios, y al hecho de que los centros aún no cuentan con datos sobre la inserción laboral de sus egresados que permita valorar la eficacia del grado de turismo. Para solventar esta situación desde la Facultad de Turismo de Girona y en estrecha colaboración con la REDINTUR se pretende llevar a cabo un estudio que permita recoger datos y efectuar un seguimiento sobre los egresados en turismo para poder valorar la eficiencia y competitividad de los estudios de turismo y en qué medida estos se adaptan a la coyuntura actual.

LIBROS

Turismo Halal en España

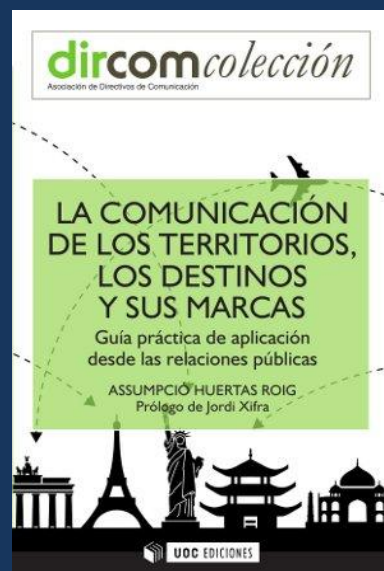


Esta obra ofrece la descripción de un turismo emergente y con gran potencialidad, el Turismo Halal. Es la primera publicación, en nuestro país, de un análisis detallado de este nuevo segmento, el cliente musulmán. Generalmente, y dependiendo del país de origen, la forma de vida de los musulmanes está marcada por sus creencias religiosas. El Corán define lo que es no recomendable y pernicioso, como “haram” y lo saludable, ético, responsable y recomendable, como “halal”. Ambos conceptos son universales y garantizan la calidad en cualquier producto o servicio a nivel internacional. Halal se ha convertido en una marca de calidad que se aplica a diferentes sectores. En nuestro caso lo hemos

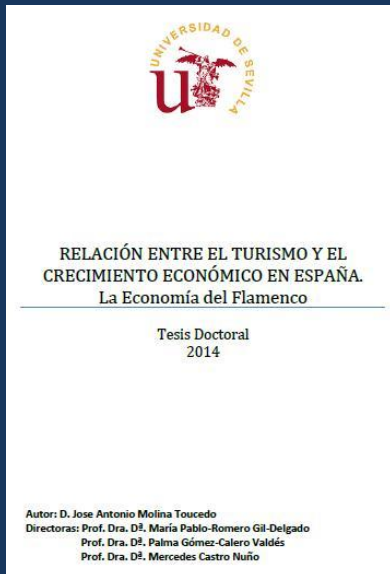
adaptado al Turismo y especialmente en España, porque tenemos un “pasado”, con 8 siglos de presencia musulmana, que lo justifica. Un “presente” que como desarrollamos en nuestro análisis, supone una oportunidad de negocio con más de 1500 millones de musulmanes en el mundo, y un “futuro”, que implica la adecuación de la oferta turística de nuestro país al cliente halal. Es por tanto, una obra que supone la reflexión y adecuación hacia un nuevo nicho de mercado, el Turismo Halal

La Comunicación de los territorios, los destinos y sus marcas Guía práctica de aplicación desde las relaciones públicas

Los comunicadores de los destinos turísticos y de los territorios en general se enfrentan cada día al emocionante reto de comunicar sus identidades y sus marcas para conseguir la creación de una buena imagen del lugar, atraer turistas, públicos diversos, y generar así un desarrollo justo, equitativo y global para el territorio. Pero ¿cómo se comunica una ciudad, un destino de costa o una marca país? ¿Igual que un producto de consumo? Está claro que no. Sus particularidades requieren cierta especialización. Este libro, centrado en la comunicación de los territorios y sus marcas, es una guía práctica desde la perspectiva de las relaciones públicas que seguro será de utilidad para la práctica profesional de los comunicadores de territorios.



TESIS DOCTORALES



La relación entre el turismo y el crecimiento económico en España. La economía del flamenco

Esta tesis fue defendida por [José Antonio Molina Toucedo](#) el pasado mes de junio, en el marco programa de doctorado de Teoría Económica y Economía Política de la Universidad de Sevilla.

El principal objetivo es valorar en qué modo el turismo afecta al crecimiento económico en España, tanto a nivel regional como provincial. Para ello se ha realizado una revisión literaria de los trabajos previos, para posteriormente elaborar un metaanálisis con los estudios de datos de panel.

Seguidamente se han analizado los datos del turismo de no residentes en España en la década 2001-2010, así como la valoración del impacto económico a nivel provincial y regional del turismo.

Además este trabajo posee un carácter innovador al analizar y valorar el mercado del Flamenco desde un punto de vista mesoeconómico.

En el apartado de conclusiones se señala entre otras cosas, que la evolución de las técnicas econométricas ha permitido abordar la capacidad de generación de crecimiento económico del turismo con mayor precisión, además dicha capacidad tiende a descender con el paso del tiempo.

En última instancia la investigación presenta una serie de reflexiones que profundizan el conocimiento sobre el turismo y su conexión con el crecimiento económico. Asimismo se formulan recomendaciones para incentivar el turismo en España.

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers
<u>International Symposium on Sports, Recreation, and Tourism</u>	1 abril 2015	
<u>III Congreso de Turismo Digital</u>	16 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>I Jornadas Nacionales de Ocio, Turismo y Bienestar</u>	24 abril 2015	
<u>Ecotourism and Sustainable Tourism Conference</u>	27 abril 2015	
<u>I Foro Internacional de Emprendimiento e Investigación en Turismo</u>	7 mayo 2015	13 abril 2015
<u>I Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural</u>	7 mayo 2015	
<u>The Anthropology of Tourism - heritage and perspectives</u>	1 junio 2015	
<u>XXIX Congreso Anual de AEDEM 2015. Estrategia Empresarial ante un escenario de crisis</u>	3 junio 2015	
<u>XVII Reunión de Economía Mundial</u>	3 junio 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	
<u>VIII Jornadas de Investigación en Turismo</u>	17 junio 2015	6 abril 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	
<u>International Congress "Tourism and the sea</u>	21 junio 2015	

<u>V International Conferences on Tourism (ICOT)</u>	24 junio 2015	23 mayo 2015
<u>The 5th Conference of the International Association for Tourism Economics</u>	30 junio 2015	
<u>II Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico- IMAT 2015</u>	3 de julio 2015	24 mayo 2015
<u>VI Jornadas de intercambio de experiencias de innovación educativa en Estadística (JIDERE 2015)</u>	9 Julio 2015	
<u>3rd International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism</u>	22 julio 2015	1 Mayo 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	
<u>6th Advances in Tourism Marketing (ATMC) Conference</u>	8 septiembre 2015	
<u>Congreso Internacional Científico-Profesional sobre Brecha Salarial y Socio-Profesional de Género en el Turismo Rural</u>	21 septiembre 2015	20 abril 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	12 abril 2015
<u>Congreso Internacional Rutas Culturales Turísticas en una sociedad creativa e innovadora</u>	26 noviembre	15 mayo 2015

Manual de usuario de SICTUR

Cómo crear una oferta de colaboración en SICTUR

Cómo crear un Currículum Vitae en SICTUR