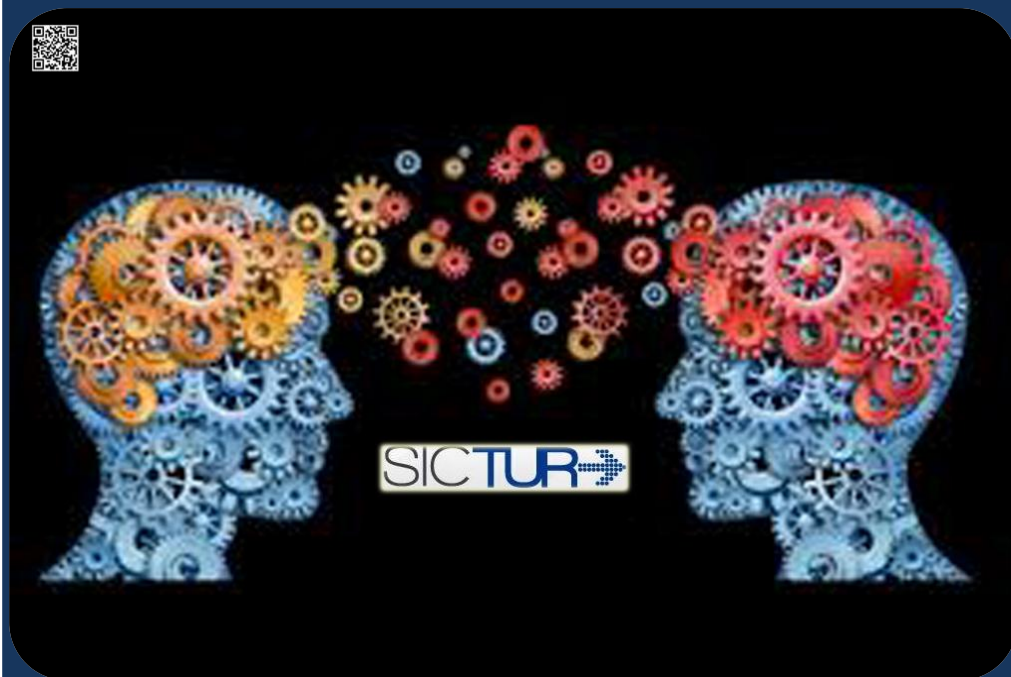


BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Mayo 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



PROYECTOS

SLEST 2.0 Estándar Lingüístico Europeo para el Sector Turístico.



Organizaciones socias de seis países europeos que representan al sector educativo y a profesionales de la industria turística han preparado un entorno de aprendizaje semiautónomo de lenguas para el sector turístico.

Este proyecto se crea para ofrecer a los profesionales del Turismo óptimas oportunidades de aprendizaje mediante la realización en línea de ejercicios L2 sin necesidad de la supervisión constante de un profesor, por ejemplo mediante cursos elearning y/o por correspondencia. También nace para establecer en Europa una red específica en el campo de interés de este proyecto y adaptar los contenidos de la enseñanza y la evaluación a los verdaderos requerimientos de la industria del turismo.

Los niveles de competencia lingüística que deben alcanzarse están estrechamente vinculados a una gama de temas especializados que han sido declarados como decisivos por cientos de profesionales del turismo encuestados en el marco de un estudio. Las tareas individuales están previstas para los niveles A2 y B1 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas.

En definitiva este proyecto internacional pretende establecer y poner de relieve un estándar cualitativo avanzado común europeo basado en las indicaciones del “Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas” ([ver proyecto](#))

ARTÍCULOS DE REVISTAS

Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy.

En este trabajo se presenta un amplio análisis de los efectos distributivos del consumo del turismo receptivo en Galicia, tratando de ser el primer paso para responder si el desarrollo de las actividades turísticas puede ser redistributivo. Las formas en que el consumo turístico afecta a la distribución de ingresos implica tres canales: los cambios en los precios, los ingresos de los hogares y los ingresos del gobierno. En este trabajo, los autores centran su análisis en los dos últimos canales a través de un modelo de matriz de contabilidad social para Galicia en el año 2008. Esta matriz, que se elabora con un diseño especial para la evaluación de las políticas de turismo, incorpora datos de una amplia variedad de hogares (ocho tipos diferentes desglosados por nivel de ingresos), dos gobiernos (central y regional), cuatro tipos de impuestos, cuatro tipos de asalariados (clasificados por la habilidad educación) y 29 sectores, entre otras figuras. Además, con la finalidad de profundizar en los efectos distributivos, se presentan descomposiciones de multiplicadores (multiplicativo y aditivo). Los resultados muestran que los efectos positivos en todos los grupos de ingresos son significativos. Sin embargo, los hogares con altos ingresos se benefician más que los de bajos ingresos, contribuyendo a un ligero aumento en la desigualdad de ingresos en la región. ([ver artículo](#))

Does tourism growth influence economic development?

En un contexto en el que una corriente crítica sugiere que la relación entre el crecimiento del turismo y el desarrollo económico y cultural de la sociedad no es automática, este artículo pretende determinar si el crecimiento económico experimentando en algunos países como resultado de la expansión de la actividad turística en las dos últimas décadas afecta al incremento del nivel de desarrollo económico.

Por lo tanto, la hipótesis de este estudio de investigación señala que el crecimiento económico que se produce como resultado de una expansión de la actividad turística contribuye a una mejora del desarrollo económico de un país. Para tal fin se usó una muestra de 144 países, que verifica que esta relación tiene lugar, especialmente en los países más desarrollados, lo que pone en cuestión la concepción del turismo como motor de desarrollo económico para países menos desarrollados o en vías de desarrollo. ([ver artículo](#))

Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los españoles

El objetivo de este estudio consiste en averiguar cuáles son las variables que influyen en la decisión de viajar de los senior españoles, dado el enorme potencial de este colectivo en la industria turística del país, en vista de las predicciones demográficas para los próximos años en España. Con la finalidad de conseguir los datos necesarios para la contrastación de las hipótesis de la investigación se optó por un muestreo probabilístico en dos etapas. Finalmente se obtuvieron un total de 620 cuestionarios de viajeros mayores de 55 años por provincias. Para el análisis de los datos se llevó a cabo una regresión logística binaria.

En el estudio se demuestra que además de la edad, la tendencia al viaje de los senior viene determinada por otro tipo de variables relacionadas con la etapa del ciclo de vida en la que se halle el individuo, el nivel sociocultural y ciertos factores autopercebidos. En resumen este artículo rechaza la idea de que los senior es un segmento de mercado homogéneo y debe señalarse que el hecho de utilizar las variables empleadas supone una aportación empírica a los pocos estudios existentes al respecto en la literatura académica. ([ver artículo](#))

Spatial distribution of tourism supply in Andalusia.

El objetivo de este trabajo es ilustrar cómo el uso combinado de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) y técnicas exploratorias espaciales de análisis de datos (ESDA) constituye una herramienta valiosa para el seguimiento de los cambios en la distribución espacial del turismo, descubrir patrones de asociación espacial; sugerir diferentes regímenes espaciales o identificar observaciones atípicas (outliers). En el artículo el análisis se centra en la Comunidad Autónoma de Andalucía, para lo cual se trabajó a un nivel de disgregación municipal con datos de 769 municipios en los años 2000 y 2011 respectivamente. El estudio se basa en indicadores asociados con el número de plazas de alojamiento turístico por municipio, número permanente de residente y superficie, cuyo análisis espacial proporciona información sobre la presión causada por el desarrollo turístico en el área de estudio.

Se detecta una autocorrelación espacial positiva compatible con el alto grado de concentración en el área litoral. Se subraya el predominio de las zonas turísticas tradicionales como la Costa de Sol Occidental, el este de Almería o la Bahía de Cádiz, pero también se manifiesta una distribución territorial más equitativa y con menos presión en destinos maduros costeros.

El artículo finaliza señalando que teniendo en cuenta la influencia del desarrollo turístico en los municipios y la del entorno en éste, se requiere más investigación que tenga en cuenta los efectos espaciales y el entorno multidimensional, así como más investigaciones sobre el desarrollo del turismo sostenible sobre la base de la teoría de aglomeración espacial. ([ver artículo](#))

Turismo de eventos: los cruceros españoles en la inauguración del Canal de Suez de 1869

Este artículo se ocupa de dos singulares proyectos de cruceros turísticos españoles (Istmo de Suez y Don Pelayo), en una época en la que los viajes de recreo al extranjero, y el turismo en general, sólo proliferaban entre las élites foráneas. Su estudio ayuda a esclarecer, por otra parte, algunos rasgos diferenciales de las primeras experiencias crucerísticas en España, que habían empezado a llevarse a cabo desde mediados del siglo XIX.

La investigación señala que mientras el crucerismo asumía un protagonismo creciente en el extranjero y se expandía el negocio marítimo, simbolizado por la construcción de una nueva generación de buques especialmente diseñados para el transporte de pasajeros (los transatlánticos), las élites españolas se mantuvieron alejadas de este fenómeno. Hasta bien entrada la década de 1920, el viaje marítimo de recreo en España mantuvo un carácter excursionista y de ámbito local. ([ver artículo](#))

Análisis de la aplicación de la realidad aumentada en el sector turístico: una Propuesta de mejora

Este trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un estudio sobre las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, centrándose en la utilización de una herramienta de gran potencial para el turismo, la Realidad Aumentada (RA). Para tal fin, se realiza una investigación teórica sobre el estado actual de las mismas, que servirá para entender y enmarcar a la RA dentro de estas.

El desarrollo del marco teórico se ha efectuado a partir de una íntegra revisión de la literatura acerca de investigaciones acerca de la aplicación de la RA en el sector turístico (artículos, libros y manuales) para el periodo desde el año 2000 hasta el 2014. En resumen se pretende dar a conocer qué es la RA y sus diferentes usos, fundamentalmente dentro del ámbito turístico, tratando de potenciar dicha herramienta hasta convertirse en un elemento indispensable a la hora de permitir al turistas “vivir” y “customizar” su experiencia turística.

El estudio finaliza planteando una línea de investigación futura que plantee la posibilidad de analizar a partir de una encuesta de turistas el uso de los distintos servicios y productos asociados a la RA, para conocer mejor el uso de esta tecnología y las necesidades específicas que demandan los usuarios. ([ver artículo](#))

El uso de GPS para el análisis del comportamiento espacio-temporal de los turistas. Pre-test en el Valle de Boí

El estudio del comportamiento turístico es un tema de gran interés y distintas disciplinas como psicología, sociología, marketing, economías y geografía han abordado este campo de estudio. Todas ellas intentan conocer el proceder de los visitantes como base para mejorar la gestión turística de los destinos.

Mediante el análisis de los recorridos espacio-temporales realizados con el uso de GPS, interesa determinar cómo los visitantes se comportan en la zona de estudio. En este caso, el interés se centra en varios indicadores en particular, los tiempos de estancia, los tiempos de visita, las distancias recorridas, los lugares de interés, los nodos visitados y la intensidad de uso. Todos ellos ayudan a estimar la relación entre el visitante y el espacio visitado. Especialmente, nos interesa conocer la forma en la que el turista actúa en un medio caracterizado por la presencia simultánea de recursos que exigen pautas de uso del espacio muy diferentes.

El principal resultado es que los visitantes tienden a visitar un número muy elevado de recursos y para ello optimizan su visita creando un itinerario eficiente, de esta forma el comportamiento en la zona de estudio es similar al detectado en otras áreas de una sola tipología turística (cultural, natural o lúdica). Los resultados exploratorios, aunque no permiten obtener conclusiones estadísticamente representativas, muestran que es posible extender el uso de GPS a espacios abiertos, con una oferta de recursos amplia y un intervalo temporal dilatados, no obstante, el estudio finaliza señalando que a pesar de las ventajas del uso del GPS, no permite analizar aspectos del comportamiento de los visitantes (interés por diversos elementos, la percepción del destino, su satisfacción, etc.). Las investigaciones futuras deberían tratar de complementar los GPS con otras metodologías.

The effect of ICT on relationship enhancement and performance in tourism channels

Las TICs han propiciado nuevos caminos en las relaciones de distribución en el turismo y han conducido hacia incrementos en la competitividad y eficiencia del sector. Sin embargo no existen modelos validados en la literatura académica que cubran este aspecto, por lo que el objetivo que se plantea en este artículo es confirmar la relación positiva entre el cada vez mayor uso de las TICs en el sector por parte de los intermediarios y su mejora en el desempeño. Para ello se estima un modelo de ecuaciones estructurales tomando datos de una encuesta realizada a intermediarios turísticos en España. La estimación confirma dos variables latentes y la existencia de una relación de causa-efecto entre ellas. El estudio concluye que los intermediarios en turismo deben intensificar sus relaciones con proveedores y operadores cuyas estrategias permitan una mayor eficacia en toda la cadena de valor. ([Ver artículo](#))

Perceptions of service cannibalisation: The moderating effect of the type of travel agency

La reestructuración que se ha producido en la distribución turística a causa del desarrollo de los canales digitales influye en los agentes de viajes, quienes perciben una canibalización del servicio. La percepción de la caída en las ventas de los agentes de viajes conduce a una serie de consecuencias en relación a la aversión al riesgo, inseguridad laboral, satisfacción laboral, esfuerzo del agente de viajes y formación.

Este estudio pone a prueba un modelo que analiza las percepciones de los agentes de viajes sobre la canibalización y sus consecuencias. Examina la moderación en la canibalización del servicio por los agentes de ventas y cada una de sus consecuencias por tipo de agencia (independientes, franquiciadas, asociadas).

Los resultados sugieren que las percepciones de los agentes de viajes se correlacionan con algunas consecuencias y éstas varían de acuerdo con el tipo de agencia de viajes. Esta investigación proporciona recomendaciones a las agencias de viajes minoristas para ayudarles a superar los efectos negativos derivados de una distribución multicanal.

ÚLTIMAS NOTICIAS

Las Universidades Españolas rechazan un Grado de Turismo de 3 años



El debate sobre el modelo de formación universitaria de turismo ha sido una iniciativa impulsada por los miembros de la REDINTUR, y organizado por CETT-UB. La iniciativa ha permitido crear un 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.

Con un formato de participación activa, la jornada permitió que entre 24 universidades asistentes se identificaran los beneficios y los inconvenientes, así como los retos y las oportunidades de la aplicación de nuevo real decreto. El debate posibilitó hacer balance de la calidad y la eficacia contrastada del modelo del grado de turismo actual de cuatro años, y el establecimiento de un manifiesto conjunto de orientación a las diferentes universidades y administraciones.

Los asistentes al debate manifestaron su disconformidad con la implantación del Grado de Turismo de tres años en España. Entre los numerosos inconvenientes identificados que supone la aplicación del nuevo decreto, destaca la imposibilidad de adquirir las competencias necesarias para un sector crucial de la economía española, además de afectar negativamente al desarrollo docente e investigador de las universidades, y a su posibilidad de contribuir con I+D+i a la mejora de la competitividad e innovación del sector turístico. Así mismo, el posible cambio encarecería el coste de los estudios para los alumnos, obligados a realizar estudios de postgrado para ser empleables y atractivos para este sector. Por otro lado también se comentó en la sala a qué grupo accederían los egresados de 3 años en turismo a la función pública y si habría diferencia con los actuales egresados de 4 años.

Aniversarios de los Estudios de Turismo

Los estudios superiores de Turismo se hacen mayores y muestra de ello son las celebraciones que están teniendo lugar este año, en la que tres universidades celebran distintos hitos. La Universidad de Deusto y la Universidad de Murcia celebran el 50º aniversario de sus estudios de Turismo, mientras que la Universidad de Málaga por su parte conmemora el vigésimo aniversario de la incorporación de dichos estudios.

En la actualidad, además del grado, los alumnos de las Universidades españolas pueden continuar sus estudios en Turismo con másteres y doctorados, lo que les abre una vía en el campo de la investigación y les proporciona una especialización más acorde con las demandas del sector. Estos centros, al igual que el resto de la geografía española, tratan de ofrecer al alumno un completo programa didáctico para obtener la cualificación necesaria, tanto teórica como práctica, para acceder a un mundo laboral cada vez más competitivo.



Bajo el lema '20 años generando talento turístico', la Facultad de Turismo de la **Universidad de Málaga** celebra dos décadas de docencia y transformación que han significado mucho, siempre apoyándose en las máximas: 'crear', 'difundir' y 'enseñar'. El Centro Superior de Turismo se creó en 1995 en la Universidad de Málaga. No eran estudios universitarios, sino que los alumnos obtenían el título de técnico en actividades turísticas. En 1996 se crearon los estudios universitarios de Hostelería y Turismo y se alojaron en el actual edificio de Teatinos. La evolución de los estudios ha sido espectacular, pues se ha pasado de una diplomatura a una carrera que puede generar doctores.

La **Escuela Universitaria de Murcia** está celebrando medio siglo de la historia del turismo en la región, tiempo en el que han innovado y se han sabido adaptar a los cambios del sector y del entorno. Los actos conmemorativos del 50 aniversario de la EUTM incluyen las I Jornadas Nacionales Ocio-Turismo y Bienestar (24 y 25 de abril), un ciclo de conferencias (del 27 al 30 de abril) y además, se inaugurará una exposición itinerante sobre '50 años del Turismo en la Región de Murcia'.

Coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, el año pasado tuvo lugar el comienzo del programa de actos en conmemoración del 50º aniversario de los Estudios de Turismo de la **Universidad de Deusto**, que se imparten en los campus de Bilbao y San Sebastián. El 15 de febrero de 1965, las entonces Escuelas de Turismo de San Sebastián y de Bilbao obtuvieron por parte del Ministerio de Información y Turismo la autorización para impartir unas enseñanzas pioneras en el sector que otorgaban la Titulación de Técnico de Empresas Turísticas. En junio de 2015 finalizará la efeméride y se habrá realizado una exposición temática en Donostia, así como foros y encuentros profesionales.

LIBROS

Capitalismo y turismo en España. Del milagro económico a la gran crisis



La editorial Alba Sud ha permitido que al menos una parte de la tesis de [Iván Murray](#) sea editada en forma de libro. Porque hay pocos estudios del desarrollo turístico español que razonen y documenten, con independencia y rigor, los vínculos del desarrollo turístico con la dictadura, la corrupción política, el deterioro laboral y ecológico o con la especulación financiera e inmobiliaria, que persiste en someternos a un régimen de excepción bajo la amenaza de la crisis. Este libro, fruto del celo de su autor por difundir y compartir su trabajo (licencia creative common), explica el “milagro” turístico español, tan fuertemente ligado al Franquismo y la expansión geográfica del modelo turístico de la “Marca España” especialmente

a la reconquista de América con su “modernización” en la que se desarrolla la burbuja inmobiliaria que nos lleva a la actual crisis global.

TESIS DOCTORALES

El tráfico de cruceros en el Mediterráneo español y los agentes terrestres y marítimos relevantes para los itinerarios



Esta tesis defendida por [Jerónimo Esteve Pérez](#) y dirigida por [Antonio García Sánchez](#) sostiene que en los próximos años seguirá creciendo el número de cruceristas y el tráfico de cruceros en el mundo y en particular en el Mediterráneo español.

El trabajo, realizado en el programa de doctorado “Administración y Dirección de Empresas” de la Universidad Politécnica de Cartagena, analiza también la estacionalidad del turismo de cruceros en el Mediterráneo español ya que esta actividad, como todas las relacionadas con el turismo, se ve sometida a una dispar actividad en función de los meses del año que consideremos.

El análisis empírico realizado focaliza la atención en dos aspectos, particularizados ambos para los puertos de crucero de la costa mediterránea y atlántica andaluza. El primero, permite desde un modelo econométrico explicar la cifra de pasajeros de crucero que registra un puerto. Se emplean análisis de componentes principales y regresión por mínimos cuadrados ordinarios. Las variables explicativas están relacionadas con el atractivo del hinterland turístico, la infraestructura turística y los costes de escala. El segundo aspecto, alude a la determinación del patrón de estacionalidad, y su evolución, durante el periodo de 2000 a 2013. Para ello se ha analizado una serie temporal compuesta de 168 observaciones, además de, calcular el coeficiente de Variación y el de Gini y la tasa de variación interanual mes a mes.

La investigación constata que la dimensión media de los buques de crucero seguirá aumentando, “con lo cual será necesario realizar inversiones en infraestructuras portuarias para adecuar los puertos y los servicios que éstos prestan a los nuevos requerimientos por la mayor dimensión y pasaje de los buques”.

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers
<u>I Foro Internacional de Emprendimiento e Investigación en Turismo</u>	7 mayo 2015	
<u>Jornada debate “Nuevas tendencias del turismo deportivo: turismo de running y cicloturismo”</u>	7 mayo 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	
<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>International Conference on Leadership and Governance in Sustainable Tourism</u>	1 julio 2015	4 mayo 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	15 mayo 2015
<u>VI Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas</u>	29 septiembre 2015	24 mayo 2015
<u>International Tourism and Hospitality Management Conference</u>	30 septiembre 2015	
<u>II Congreso COODTUR. Temas pendientes y nuevas oportunidades en TURISMO Y COOPERACIÓN</u>	16 noviembre 2015	
<u>4th International Conference on Sub-National Measurement and Economics Analysis of Tourism</u>	18 noviembre 2015	21 junio 2015
<u>Congreso Internacional Rutas Culturales Turísticas en una sociedad creativa e innovadora</u>	26 noviembre 2015	15 junio 2015
<u>III Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria</u>	10 diciembre 2015	20 julio 2015
<u>7th International Conference on Sustainable Tourism</u>	18 mayo 2016	

[Manual de usuario de SICTUR](#)

[Cómo crear una oferta de colaboración en SICTUR](#)

[Cómo crear un Currículum Vitae en SICTUR](#)