

**BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA
INVESTIGACIÓN TURÍSTICA**

Julio 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



Geomorfología, Territorio y Paisaje en Regiones Volcánicas



El grupo de investigación "[Geomorfología, Territorio y Paisaje en Regiones Volcánicas](#)" se integra en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio de la Universidad de Castilla-la Mancha. Orienta su actividad a la investigación en regiones volcánicas en su vertiente geomorfológica, biogeográfica, geopatrimonial, de prevención y gestión de riesgos y a la divulgación de los aspectos relacionados con la actividad volcánica desde un punto de vista didáctico y formativo. El grupo está centrándose actualmente en el turismo volcánico.

ARTÍCULOS DE REVISTAS

Evolución y tendencias de las publicaciones sobre Revenue Management en el sector turístico (1989-2013)

A pesar de que han sido varios los estudios en los que se ha realizado un análisis del contenido de los trabajos sobre el revenue management, sólo el de Ruiz, Chávez y Arias (2006) puede considerarse de carácter bibliométrico, así pues, resulta de interés profundizar en el análisis de las publicaciones científicas sobre este tema. En comparación con los estudios previos desarrollados, este trabajo ha analizado un período de tiempo más amplio (25 años que incluyen un período de gran expansión y otro de profunda crisis), se ha aumentado el número de revistas de impacto revisadas y se ha ampliado el ámbito de estudio a publicaciones fuera del ámbito del Turismo y la Hostelería. Esta investigación pretende determinar el estado actual y la evolución y tendencia de los trabajos sobre RM referidos al sector turístico en los últimos 25 años (1989-2013), aparecidos en las publicaciones periódicas de carácter científico y de alto impacto incluidas en las bases de datos ISI Web of Knowledge y Scopus ([ver artículo](#))

Museos, gestión y patrimonio cultural: El proyecto de la ciudad de Oporto

La ciudad de Oporto es uno de los lugares más visitados de Portugal ya que cuenta con importantes museos y una gran riqueza patrimonial. Este artículo se centra específicamente en los museos municipales a través de un estudio de su historia y gestión actual (iniciativa Museu da Cidade do Porto).

La redefinición del “objeto museológico”, la idea de comunidad y participación, la museología como factor de desarrollo, las cuestiones de interdisciplinariedad y el uso de las tecnologías de la información, son aspectos que han modificado sustancialmente las prácticas museológicas contemporáneas (Primo, 2007: 91). Portugal ha participado en ese proceso de renovación en el que se ha visto sumergido la museología internacional con el fin de satisfacer las nuevas demandas sociales. Para ilustrar esta transformación este trabajo analiza los visitantes de los museos municipales de Oporto en los últimos cinco años y extrae de ello algunas conclusiones. ([ver artículo](#))

Tourism, climate change and the mass media: the representation of the issue in Spain

Este trabajo tiene como objetivo analizar la información dedicada al cambio climático y al turismo en la prensa española en la región mediterránea de la península Ibérica durante el período 1990-2010. En concreto, trata de determinar la evolución cuantitativa de la cobertura mediática del cambio climático y el turismo y la importancia dada a este tema. Una atención adecuada por parte de los medios podría influir en la opinión pública y contribuir a la movilización social para negociar / resistir el fenómeno en una zona geográfica en la que el turismo es un motor económico y territorial particularmente vulnerable al cambio climático. Para llevar a cabo la investigación, se realizó un análisis sistemático de la cobertura periodística del turismo y el cambio climático en los medios de comunicación seleccionados; y se realizó un análisis de contenido de las 1.014 unidades identificadas. Los resultados indican que la cobertura es excepcional en términos cuantitativos, sin embargo, la importancia que se da al tema es bastante marginal. ([Ver artículo](#))

El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple un análisis clúster

El objetivo de esta investigación es segmentar los clientes de las agencias de viajes desde una filosofía cliente céntrica en la que coexisten dos formas de un mismo negocio online y offline desde el valor percibido, así como constatar que también existen diferencias entre los usuarios con respecto a las cuatro fuentes creadoras de valor percibido en el e-business. En este sentido, la capacidad del valor percibido como variable de segmentación de los consumidores es refrendada, entre otros, por autores como Sales y Gil (2007) y por Gurau y Ranchhod (2002) que apuestan por este concepto como elemento válido para la segmentación.

Para lograr el objetivo se ha llevado a cabo una investigación de carácter cuantitativo mediante encuesta personal y online con cuestionario estructurado, el cual ha sido realizado a usuarios de agencias de viaje con canal múltiple. A partir de los datos recogidos se llevó a cabo un análisis clúster de naturaleza jerárquica. Los resultados obtenidos constatan la existencia de diferencias estadísticamente significativas en la evaluación que los clientes realizan de las variables del valor percibido. Esto ha permitido segmentar a los clientes en grupos homogéneos internamente y externamente heterogéneos. Así, el segmento más numeroso es el formado por los “ecuánimes”, seguido por los “cautos” y los “prácticos”. ([Ver artículo](#))

Periferias del placer: cuando turismo se convierte en desarrollismo inmobiliario-turístico

Este artículo pretende entrar en el debate que promueve un análisis crítico sobre la forma de implantación y expansión del turismo en el contexto de la globalización capitalista. Utilizando los fundamentos teóricos sobre los modelos evolutivos turístico-inmobiliarios, se comparan dos regiones turísticas, una de la tercera periferia (Andalucía) y otra de la cuarta periferia (El Caribe y Centroamérica). Con este caso de estudio, se quiere demostrar que el turismo ha sido uno de los elementos que ha actuado como factor de desarrollo de algunos países o regiones de la tercera periferia, como Andalucía, sin embargo, no lo está siendo de la cuarta periferia porque –sumado a otros antecedentes históricos– el capitalismo a partir de los ochenta empieza a ser neoliberal, con todo lo que conlleva en los países menos favorecidos.

Los autores concluyen que el capitalismo global ha empeorado las condiciones para poder salir del subdesarrollo, por lo que no es comparable el ciclo del destino que se inicia en los años sesenta en la tercera periferia, que el que se inicia en la cuarta periferia. El cambio del modelo hotelero al residencial no está siendo beneficioso para los destinos y sus habitantes en la tercera y cuarta periferia, sin embargo, genera importantes beneficios al capital y algunos políticos locales-regionales. También se señala que las estrategias para rejuvenecer los destinos maduros son las mismas que lo han envejecido. Pese a todo, los autores defienden que el turismo por definición no es negativo, sino que todo dependerá de cómo se implante y a quién beneficie. En este sentido existen ya iniciativas de interés. ([Ver artículo](#))

University students perceptions of the use of academic debates as a teaching methodology

Este artículo se centra en el "debate académico" como una herramienta docente que cumple con los objetivos a corto plazo del aprendizaje individual y colectivo, la comprensión, y la estimulación, junto con objetivos a largo plazo que se centran más en la investigación, el análisis y los procesos de comunicación. Los debates motivan el aprendizaje activo a través de la preparación, la presentación, la defensa y la interacción con los compañeros. En este artículo se presentan los resultados de diversas experiencias llevadas a cabo con estudiantes en el ámbito del turismo. ([Ver artículo](#))

Tourism gender research: A critical accounting

Este trabajo de investigación tiene como objetivo presentar una contabilidad crítica del cuerpo de investigación sobre género y turismo, con el fin de provocar el debate sobre su estado y sobre la salud de la investigación turística en general (Mair y Reid, 2007). Para ello se realiza un análisis bibliométrico de 466 artículos publicados entre 1985 y 2012 que contextualiza este subcampo dentro de la investigación en turismo, identifica su trayectoria e influencia, clasifica a sus autores más frecuentes, metodologías y revistas. El artículo sostiene que a pesar de tres décadas de investigación y un reciente incremento en el número de trabajos publicados, la investigación de género en turismo permanece siendo marginal y carece de una masa crítica de investigadores, redes institucionales y publicaciones líderes que sí son propias de otros ámbitos de investigación dentro del turismo. ([Ver artículo](#))

Exploring the Shopping Motivations of International Residential Tourists

Durante las últimas décadas el llamado “turismo residencial” ha aumentado considerablemente en el sur de Europa, sin embargo la literatura existente ha centrado su atención en el estudio de las motivaciones de estos turistas desde sus lugares de residencia, siendo muy limitadas las referencias de los estudios que han analizado las motivaciones de compra de estos turistas residenciales internacionales (IRT’s). En este contexto, este artículo examina las principales contribuciones referidas a las motivaciones de compra, tomando como punto de partida la investigación empírica llevada a cabo en dos de los principales destinos internacionales. Los resultados confirman la existencia de cierta estabilidad en los principales aspectos relacionados con las motivaciones de compra, lo que permite incorporar dicha motivación como una variable de segmentación de los IRT’s. Una escala válida para medir estas motivaciones podrá ser de gran ayuda para los gestores y empresas de los destinos, que tendrán un conocimiento más amplio del mercado y podrán mejorar sus políticas de marketing y adaptar sus productos. ([Ver artículo](#))

OTROS ARTÍCULOS PUBLICADOS RECIENTEMENTE

- **Determinants of technical efficiency in the Spanish hotel industry: regional and corporate performance factors**
- **A multidimensional analysis of the information sources construct and its relevance for destination image formation**
- **Impact of sustainable management policies on tourism companies' performance: the case of the metropolitan region of Madrid**
- **The meaning of rental second homes and places: the owners' perspectives**
- **Migración residencial y urbanismo expansivo en el Mediterráneo español**
- **Paradores, Pousadas y Habaguanex. La rehabilitación en el marco de la hotelería pública**
- **El papel de los parques naturales en los procesos de diversificación turística: una aplicación al litoral alicantino**
- **Tendencias y oportunidades de desarrollo turístico en la Costa Tropical de Granada: la visión de los municipios**
- **Un nuevo algoritmo heurístico para la creación de rutas turísticas personalizadas**

ÚLTIMAS NOTICIAS



El Patronat de Turisme Costa Brava Girona convoca cada año este premio al mejor proyecto de investigación en el ámbito del turismo y su contexto social, económico y territorial en la provincia de Girona. El galardón quiere ser un reconocimiento a la geógrafa Yvette Barbaza, pionera en los estudios sobre turismo en nuestro país, y tiene como objetivo promover el conocimiento científico de la actividad turística aplicada a la provincia de Girona.

El premio consistirá en una beca para el mejor proyecto de investigación en torno al turismo y su contexto social, económico y territorial en la provincia de Girona. El proyecto deberá ser original e inédito, y podrá ser compatible con otras ayudas. ([+ Info](#))



La Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), convoca dos premios de investigación, dotados con 1.000€ cada uno:

1. Premio al mejor artículo de investigación en turismo publicado en revistas científicas
 2. Premio a la mejor tesis doctoral en turismo
- [Aquí puedes conocer todas las bases de los concursos](#)

Desgranando las Acciones Marie Sklodowska Curie (MSCA)

La Sociedad para el Avance Científico (SACSIS), una organización científica sin ánimo de lucro cuyo objetivo general es contribuir al avance científico, trabaja para ayudar a la comunidad investigadora de nuestro país y por ello ha preparado una serie de seminarios online gratuitos titulados:

“Desgranando las Acciones Marie Sklodowska Curie (MSCA)”

Las Acciones Marie Sklodowska-Curie buscan garantizar el desarrollo óptimo y el uso dinámico del capital intelectual de Europa, con el fin de generar nuevas capacidades e innovación y, de este modo, realizar plenamente su potencial en todos los sectores y regiones. Las Acciones Marie Sklodowska-Curie están dirigidas fundamentalmente a investigadores que hayan terminado su tesis doctoral (o estén a punto de hacerlo) y quieran realizar una estancia post-doctoral en un país europeo (2 años) o extra-comunitario (2 años + 1 año reincorporación).

Los seminarios darán una visión general y otra específica de las acciones MSCA y ofrecerán información de primera mano sobre las distintas convocatorias de la acción.

Fecha: Online desde el 23 de Junio hasta el 10 de Septiembre 2015

Si quiere asistir a los seminarios gratuitos sobre la convocatoria Marie Sklodowska Curie 2015, [regístrese aquí](#).



CALL FOR PAPERS - PASOS SPECIAL ISSUE

Rethinking Sustainable Tourism: Looking Ahead in a Shifting World



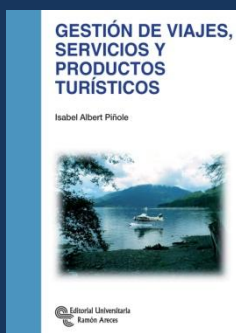
Este número especial de Pasos cubre muchas de las preocupaciones sobre la sostenibilidad turística que se han planteado en los últimos años, dos décadas después de la Carta Turismo Sostenible de Lanzarote (1995). Los artículos se podrán clasificar dentro de tres áreas temáticas principales:

1. Sostenibilidad ayer y mañana
2. Ciencia, tecnología e innovación
3. Política y gobernanza

[\[+ Información\]](#)

LIBROS

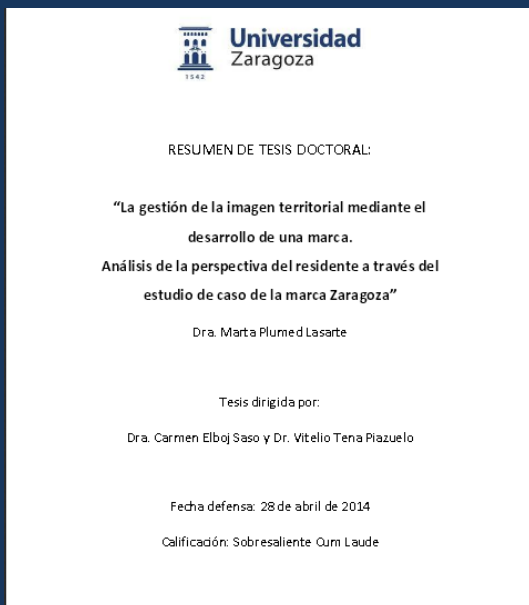
Gestión de viajes, servicios y productos turísticos



La editorial universitaria Ramón Areces ha publicado este manual o guía sobre gestión de viajes, servicios y productos turísticos, que actualiza anteriores publicaciones de **Isabel Albert Piñole**. El libro está especialmente dirigido a estudiantes, profesionales del turismo, agentes de viajes autónomos o miembros de una empresa, a los partidarios de la autoorganización de viajes y a todos aquellos interesados en estos conocimientos como potenciales y reales viajeros.

TESIS DOCTORALES

La gestión de la imagen territorial mediante el desarrollo de una marca. Análisis de la perspectiva del residente a través del estudio de caso de la marca Zaragoza



La creciente competencia de la sociedad global actual ha llevado a las Administraciones públicas a prestar atención a la imagen transmitida de su territorio, en función de los objetivos planteados y del público al que se quiera dirigir, dicho de otro modo, se han implementado estrategias de gestión de imagen que hacen que hoy día se hable de marketing territorial.

A pesar de la importancia de la figura del residente en la gestión de la imagen del territorio, el interés sigue enfocado en la imagen externa, lo que constituye un error que hay que evitar. Esta tesis explora

el caso de la marca Zaragoza como paradigma de marketing territorial o place marketing. El objetivo de la misma es poner de manifiesto y dar valor a la consideración, por parte de la Administración, de la perspectiva de la población local en el desarrollo de la gestión de la imagen territorial, estudiando para este fin la percepción de los habitantes residentes de la ciudad de Zaragoza en relación a la marca territorial creada en 2009 por el Ayuntamiento. Para ello se analizan diferentes variables relacionadas con la perspectiva local y sus relaciones.

En definitiva, esta tesis aporta un análisis novedoso ya que se centra en la percepción de los residentes, a diferencia de la mayoría de estudios de imagen territorial enfocados en la imagen de destino o la proyección exterior. Esta investigación pretende por tanto contribuir a la falta de análisis existente en relación a la percepción local en el desarrollo territorial, poniendo en valor la relevancia de los aspectos más sociales que la gestión de la imagen por parte de las Administraciones lleva consigo.

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers
<u>International Conference on Leadership and Governance in Sustainable Tourism</u>	1 julio 2015	
<u>III Jornada AECIT de proyectos de investigación en turismo</u>	3 julio 2015	
<u>II Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico- IMAT 2015</u>	3 julio 2015	
<u>IX Congreso Internacional Turismo y Desarrollo</u>	8 julio 2015	
<u>VI Jornadas de intercambio de experiencias de innovación educativa en Estadística (JIDERE 2015)</u>	9 Julio 2015	
<u>I Seminario Internacional de Etnoturismo</u>	15 julio 2015	
<u>3rd International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism</u>	22 julio 2015	
<u>VIII International Conference on the inclusive museum</u>	7 agosto 2015	
<u>International conference on tourism and ethnicity</u>	15 agosto 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>Nuevos avances tecnológicos y metodológicos en la Enseñanza de Idiomas para el Turismo</u>	11 septiembre 2015	
<u>Tourism in transition economies –Issues and challenges for destination competitiveness</u>	13 septiembre 2015	
<u>Tourism and Events Management Conference Linking Urban and Rural Tourism: Strategies in Sustainability</u>	13 septiembre 2015	1 julio 2015
<u>Congreso Internacional Científico-Profesional sobre Brecha Salarial y Socio-Profesional de Género en el Turismo Rural</u>	21 septiembre 2015	
<u>Tourism and Sustainability International Conference</u>	25 septiembre 2015	25 julio 2015

<u>VI Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas</u>	29 septiembre 2015	
<u>International Tourism and Hospitality Management Conference</u>	30 septiembre 2015	
<u>XVII Jornadas Internacionales sobre Patrimonio Industrial</u>	30 septiembre 2015	10 julio 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	
<u>Congreso Internacional Rutas Culturales Turísticas en una sociedad creativa e innovadora</u>	26 noviembre 2015	1 septiembre 2015
<u>III Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria</u>	10 diciembre 2015	20 julio 2015
<u>Taiwan International Conference on Hospitality, Tourism, and Sports Management</u>	16 diciembre 2015	16 agosto 2015
<u>3rd Sport Tourism Conference</u>	6 abril 2016	15 febrero 2016
<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](#)

