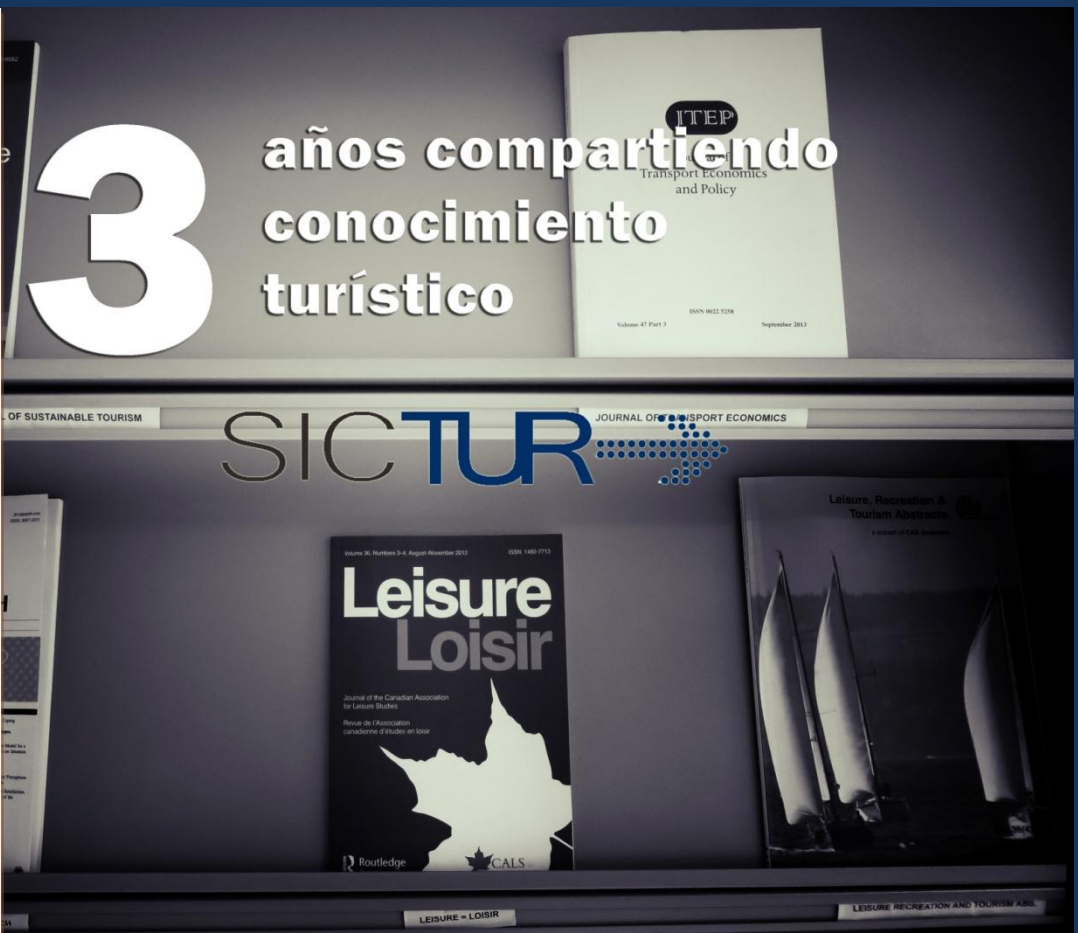


BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA  
INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

MARZO 2016



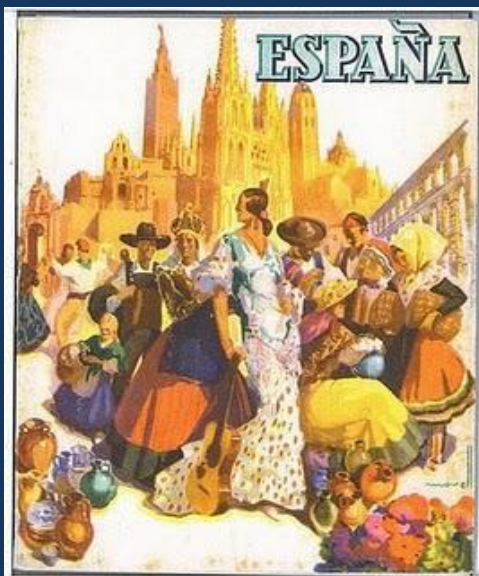
Editado por REDINTUR y en estrecha colaboración con la Sociedad estatal española dedicada a la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas (SEGITTUR), este boletín de la investigación turística en España tiene como objetivo compilar y poner a disposición de los profesionales y de los investigadores en turismo las últimas novedades de la producción científica e investigadora realizada por las Universidades españolas.

[www.sictur.es](http://www.sictur.es)  
[info@sictur.es](mailto:info@sictur.es)

Sigue la actividad científica en turismo  
en las redes sociales



## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Historia del Turismo en España durante el siglo XX: Desarrollo y trayectorias regionales**

El proyecto coordinado de investigación *Historia del Turismo en España durante el siglo XX: Desarrollo y trayectorias regionales* (HAR2014-52023-C2-1-P) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, se ha puesto en marcha en 2015 y es una iniciativa del grupo **TURHIS**. Tiene dos objetivos principales. Por un lado, analizar cómo España, a lo largo del siglo XX, de ser un país rezagado en el turismo internacional en el primer tercio de esa centuria, se convirtió en una potencia turística en la segunda mitad del siglo XX, y cómo ha consolidado su posición del liderazgo en el tránsito del siglo XX al siglo XXI. Por otra parte, tiene por objeto abordar la

cuestión de la pluralidad turística española, a partir del caso de la Comunidad gallega, representativa de algunas de las modalidades turísticas identificativas de la España septentrional.

El proyecto es una ampliación de uno **anterior**, igualmente financiado por el Ministerio Economía durante los años 2012 y 2014.

A su vez, el proyecto asociado de Galicia tiene por título *Historia del turismo en Galicia. Orígenes y desarrollo en el siglo XX* (Referencia: HAR2014-52023-C2-2-P). Los objetivos de este proyecto son la elaboración de una Historia del turismo en Galicia desde sus orígenes, que permita valorar su importancia socioeconómica y caracterizar sus principales etapas, con sus agentes y sus productos; identificar el modelo turístico gallego, sus rasgos y peculiaridades en cada etapa, en relación al turismo de la España septentrional y a la historia turística española; y, valorar la proyección y la imagen exterior de Galicia a través de su turismo y el papel que en la misma han podido desempeñar algunos de sus recursos históricos y culturales.

## ARTÍCULOS DE REVISTAS

### **Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)**

Esta investigación examina la percepción de los residentes de Benalmádena (Costa del Sol) sobre los impactos que el turismo genera en su municipio, para lo que se empleó un cuestionario que evaluó cómo las características sociodemográficas influyen en la percepción de aspectos económicos, culturales y medioambientales. La encuesta se administró a una muestra estratificada de 770 personas, mostrando que el nivel de formación, el lugar de nacimiento y el la cantidad de tiempo viviendo en la zona de estudio son las variables que poseen un efecto significativo sobre las percepciones de los residentes. Por ejemplo, los residentes que llevan menos de cinco años viviendo en Benalmádena mostraron una actitud más positiva hacia el turismo. ([Ver artículo](#))

### **Automatically Extracting Tourism-related Opinions from Chinese Social Media**

La creciente importancia de las redes sociales como fuente de información de las opiniones turísticas y el auge del mercado chino son las dos razones que justifican este trabajo. A pesar de las relevancias de estos dos temas, las grandes diferencias entre el idioma chino y los idiomas occidentales provocan que las metodologías de trabajo hasta la fecha empleadas no resulten eficientes. En base a esto, surge un hueco de investigación que constituye el objetivo de este trabajo.

En este artículo proponemos un método automático para estudiar la imagen online de los turistas chinos-parlantes sobre el destino con una metodología cualitativa. Siguiendo los pasos del procesamiento de lenguaje natural, analizamos textos desorganizados en chino y obtenemos la imagen global de España y una visión general con temas relevantes del destino a través de los comentarios de usuarios. ([Ver artículo](#))

### **A study of traveller decision-making determinants prioritizing destination or travel mode?**

Este artículo centra su atención en cómo los viajeros priorizan sus opciones en la toma de decisión final sobre la elección de destino y el tipo de viaje.

A partir de datos obtenidos en 2006 y 2012 se examinan los determinantes del proceso de toma de decisión a la hora de elegir el destino y la modalidad de viaje. Los autores identificaron en base a un modelo multinomial, que la estructura de decisión de aquellos individuos que priorizan la elección del destino es diferente de la de aquellos que priorizan el tipo de viaje.

A través de un modelo secuencial estimado, se presentan los resultados de los patrones de intención de repetir visita a un destino en relación con la intención de repetir la misma fórmula de viaje. ([Ver artículo](#))

### **The extent of computerization in big companies of the Spanish hotel sector**

Esta investigación trata de examinar el grado de informatización de las grandes empresas del sector hotelero español, con el fin de confirmar la viabilidad y sostenibilidad de este sector en relación con los cambios que se vienen produciendo en el escenario de las TIC.

Este artículo analiza a través de un estudio empírico (cuestionario y checklist) hasta qué punto las grandes compañías hoteleras en España se han informatizado. Se confirma que las grandes empresas objeto de estudio se han informatizado en mayor medida a nivel interno, pero aún es necesario que fortalezcan su presencia en internet y en los medios sociales, es decir, existen aspectos que deben reforzarse para que pueda decirse que han llevado a cabo un proceso de informatización completo (reforzar la seguridad en Internet y el uso de CRM como fuente de datos para la toma de decisiones). ([Ver artículo](#))

### **Assessing the differentiated contribution of city resources to city brand image**

El objetivo principal de este trabajo es evaluar la contribución del patrimonio cultural, los eventos, los atractivos turísticos y las infraestructuras en el desarrollo de la imagen de marca de la ciudad, puesto que la intensa competencia entre destinos turísticos parece obligar a las administraciones públicas a incluir todos sus recursos dentro una estrategia para mejorar su imagen.

Para ello se utilizó una muestra de turistas que visitaron la ciudad de Plasencia y se utilizó un modelo de mínimos cuadrados parciales (PLS) para analizar la influencia de los factores mencionados en el desarrollo de la marca.

Los resultados indicaron que existe una relación significativa entre los cuatro tipos de recursos y la imagen de marca de ciudad, siendo la celebración de eventos el que posee la contribución más baja. Dichos resultados proporcionan a los gestores turísticos nuevas ideas sobre cómo utilizar eficientemente cada recurso del destino en el afán por construir una imagen de marca fuerte y mejorar su promoción. ([Ver artículo](#))

### **Influencia de los procesos de aprendizaje socio psicológicos y de creación de conocimiento en el rendimiento organizacional. Un estudio empírico en el sector hotelero valenciano**

Este estudio parte del análisis de dos modelos específicos de aprendizaje organizacional (4I y SECI) y pretende analizar si los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas de la Comunidad Valenciana están llevando a cabo adecuados procesos socio psicológicos y de creación de conocimiento para generar un rendimiento organizacional extraordinario.

Por tanto, la presente investigación tiene una doble finalidad, contribuyendo por un lado al conocimiento científico que se tiene sobre la influencia que poseen los procesos socio psicológicos en el rendimiento organizacional, y por otro, estimular a los directivos de las empresas hoteleras valencianas para que consideren el rendimiento organizativo que generan.

Para lograr los objetivos, se realiza en primer lugar una revisión de la literatura relacionada con el tema, a partir de la cual se proponen una serie de proposiciones a contrastar mediante una metodología que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Finalmente la investigación concluye que la creación de conocimiento tiene más influencia en el rendimiento organizacional que los procesos de aprendizaje socio psicológicos ([Ver artículo](#))

## ¿Sigue vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente

Este artículo tiene como objetivo reflexionar acerca de la vigencia actual del turismo sostenible. Para ello, se ha realizado una comprensiva revisión de la literatura reciente, con el fin de conocer el estado actual de la cuestión y plantear un conjunto de razones o argumentos que justifican la necesidad de aplicar hoy el paradigma del desarrollo sostenible a la actividad turística.

En este trabajo se introduce el planteamiento de la Economía Verde como solución razonable a las actuales dificultades para la transición hacia la sostenibilidad. Asimismo, se exponen las cuatro grandes líneas argumentales que se vienen utilizando para explicar los escasos avances producidos hasta ahora en materia de turismo sostenible.

En último lugar se recogen las razones por las que se considera que el paradigma de la sostenibilidad está vigente actualmente en el ámbito turístico, y que justifican la necesidad de apostar decididamente por la formulación de nuevos modelos de producción y consumo turístico anclados a la realidad social, política, ambiental y económica de cada territorio, con el fin de asegurar su operatividad más allá de los grandes compromisos internacionales por el turismo sostenible. ([Ver artículo](#))

## Satisfacción y fuentes de información de los estudiantes de movilidad universitarios

En el presente trabajo se pretende conocer los factores que influyen en el grado de satisfacción de los estudiantes de movilidad en la universidad española. A tal efecto se realiza un análisis del perfil de este tipo de estudiantes que acudió a la Universidad de Lleida durante los cursos 2012-13 y 2013-14, de la valoración que hacen de los diferentes servicios recibidos por la universidad y de la ciudad que los acoge, además de conocer cómo se informan antes de su llegada y la valoración general que hacen de sus estancia.

La investigación concluye que los estudiantes de movilidad basan la decisión de escoger una universidad frente a otra por los estudios que ofrece y por recomendaciones, siendo su principal fuente de información el boca-oreja por parte de compañeros que ya han estado en la universidad que van a visitar. Por último, la valoración que hacen de la ciudad de acogida varía dependiendo de los países de procedencia y del género del encuestado. ([Ver artículo](#))

## OTROS ARTÍCULOS PUBLICADOS RECIENTEMENTE

- **Comportamiento comercial y hábitos de consumo de los turistas en un destino maduro de sol y playa el caso de Cullera**
- **Capacidad de innovación y capital social directivo en la empresa hotelera andaluza**
- **Análisis y evaluación de los palafitos como oportunidad para la creación de un producto turístico cultural. El caso de estudio de la provincia de Manabí (Ecuador)**
- **Perceived image specialisation in multiscalar tourism destinations**
- **Impact of location on profitability in the Spanish hotel sector**
- **Key factors in value co-creation for disabled customers and hotel services. An exploratory study of hotel managers**
- **Steamboats and pleasure travels: success and failure of the first Spanish initiatives in the mid-nineteenth century**
- **Antecedents and Consequences of Consumer Commitment in Traditional and low-cost Airlines**

## ÚLTIMAS NOTICIAS

### Una investigadora española en turismo consigue una Beca Marie Curie

La Unión Europea ha concedido una **Beca Marie Curie** de investigación por valor de casi 200.000€ al proyecto “El viaje de la innovación de emprendedores en turismo: evidencias desde el Reino Unido y España e implicación en materia de políticas“, una iniciativa de la Dra. [Isabel Rodríguez](#), del Instituto Universitario de Investigaciones



Turísticas de la Universidad de Alicante y el Profesor Allan Williams de la [Universidad de Surrey](#) en el Reino Unido.

Esta concesión representa todo un hito, pues es la primera vez que un investigador español en turismo (que ha contado con el apoyo de Segittur) recibe esta prestigiosa beca.

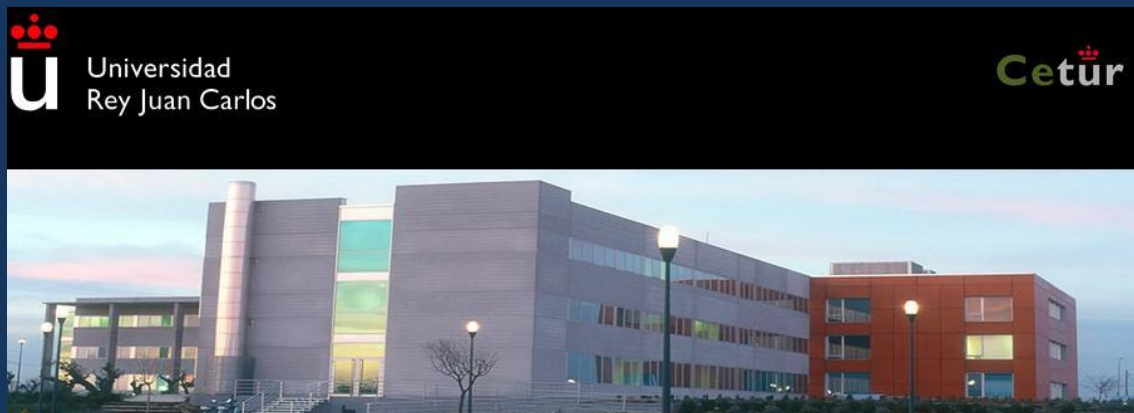
Innovación y emprendimiento son temas recurrentes en las políticas de la Unión Europea. Sin embargo, todavía existe un escaso conocimiento sobre cómo las políticas de innovación se trasladan a la práctica del turismo a partir del emprendimiento. Pese a su vinculación en el ámbito de las políticas, ambos procesos, emprendimiento e innovación, se han estudiado por separado. Además, el proceso de innovación se ha considerado como una “caja negra” donde los procedimientos internos son complejos y todavía poco comprendidos, especialmente, en el ámbito del turismo. Este es el punto de partida de este proyecto que tratará de conectar la investigación sobre innovación y emprendimiento en turismo, analizar las prácticas emprendedoras conducentes a generar innovación en dos países diferentes así como contribuir a inspirar políticas más efectivas para la generación de innovación en turismo.

El propósito de este estudio es generar una mayor comprensión de las diferentes etapas del viaje que emprenden aquellos que innovan en turismo. Se examinará no sólo el clásico proceso de creación de una start-up que implica reconocimiento de una oportunidad, desarrollo e introducción de la innovación en el mercado sino también estadios posteriores del comportamiento empresarial (cese, crecimiento, innovación posterior, etc.). En concreto, esta investigación persigue tres objetivos fundamentales:

- 1) Comprender el viaje de la innovación que inician emprendedores en turismo en los diferentes entornos económicos, turísticos e institucionales de España y el Reino Unido.
- 2) Realizar un estudio longitudinal del desarrollo y los patrones de comportamiento de una muestra de jóvenes innovadores en turismo en España.
- 3) Inspirar políticas y prácticas empresariales a partir de directrices co-producidas con los emprendedores participantes en la investigación.



## Creación del Centro Universitario de Estudios Turísticos



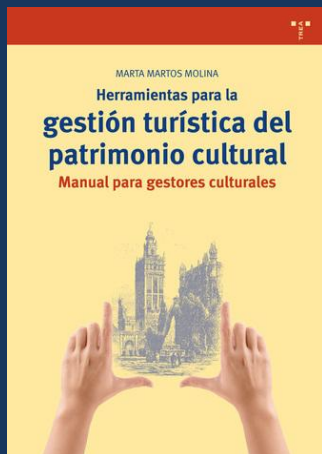
La Universidad Rey Juan Carlos ha creado el Centro Universitario de Estudios Turísticos, que será dirigido por la Doctora [Catalina Vacas](#). Este centro nace con el objetivo principal de producir, aplicar, innovar y difundir conocimiento en las distintas áreas que configuran la actividad turística.

**CETUR** cuenta con un amplio y flexible grupo de profesores e investigadores de la extinta Facultad de Ciencias del Turismo y de expertos y profesionales con probada experiencia y formación especializada en el sector turístico, que le permiten abordar con éxito las actividades que se proponen, y estará abierto tanto a profesores como a los estudiantes de la Universidad.

La actividad de CETUR se caracteriza por ser multidisciplinar y poseer un adecuado equilibrio entre la investigación y la formación orientada a la actividad empresarial y los componentes culturales encaminados al conocimiento y la planificación del territorio y de los destinos turísticos.

## LIBROS

### Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural



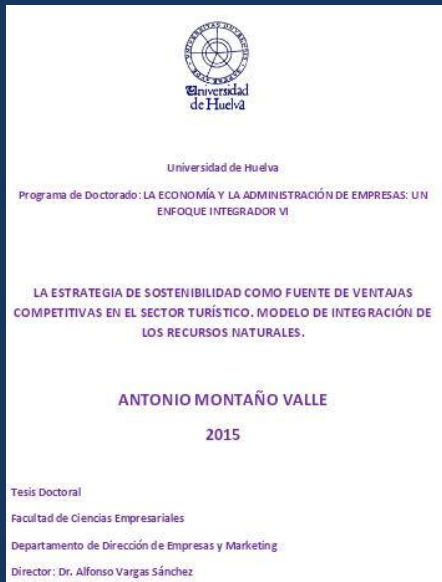
¿Por qué algunas ciudades se convierten en auténticos destinos turísticos culturales y otras no? ¿Cómo pueden remediarse los serios problemas de sostenibilidad que amenazan a algunos recursos patrimoniales? ¿Qué busca el público de la cultura? ¿Por qué algunos productos culturales resultan tan atractivos para el público no especialista y otros no logran convencer a sus visitantes? ¿Por dónde empezar si nos planteamos introducir un lugar de interés cultural en el mercado turístico?

Son muchas las preguntas que surgen en torno a la gestión turística del patrimonio cultural. Este manual aborda estas cuestiones y ofrece al lector algunas orientaciones y estrategias que podrían facilitar mucho la labor de los gestores culturales. Y es que si bien cada caso es único, existen herramientas que nos permiten abordar de forma eficaz la compleja tarea de la gestión cultural. Esas herramientas provienen de diversas disciplinas, incluyendo el marketing, la planificación estratégica, la economía o la geografía, por lo que se trata de una obra realizada desde un enfoque multidisciplinar, como exige la actividad turística cultural.

Este libro está especialmente dirigido a profesionales del sector turístico, técnicos de administraciones públicas con competencias en materia de turismo y cultura, estudiosos de esta área de conocimiento, profesionales de instituciones culturales y profesores y alumnos interesados en la gestión turística del patrimonio cultural, que podrán encontrar en él respuesta a muchos de los interrogantes a los que se enfrentan quienes contemplan el patrimonio cultural como un recurso para el desarrollo local pero también como un bien delicado que requiere una gestión responsable.

## TESIS DOCTORALES

### La estrategia de sostenibilidad como fuente de ventajas competitivas en el sector turístico. modelo de integración de los recursos naturales



Con esta investigación se ha pretendido desarrollar un modelo que permita identificar un itinerario para alcanzar la competitividad mediante la incorporación de las estrategias ambientales y la gestión óptima de los recursos naturales en la industria hotelera, como estrategia de sostenibilidad para la misma.

Incluye un estudio empírico con el que contrastar en qué grado esta orientación a los recursos naturales puede ofrecer ventajas competitivas para el sector hotelero onubense (hoteles y apartahoteles).

Respecto a los objetivos de la tesis, confirmados a través del contraste del modelo de teórico planteado, cabe presentar, como más destacadas,

las siguientes aportaciones, ligándolas a sus respectivas preguntas de investigación:

-Objetivo 1: ¿Cuáles son las variables que aceleran la incorporación de estrategias sostenibles/ambientales en los hoteles?

En este sentido hemos encontrado, apoyándonos en la teoría institucional, que tanto la presión normativa como la presión mimética dinamizan la adopción de una estrategia medioambiental proactiva por parte de estos establecimientos. En cambio, la presión legal o coercitiva genera estrategias reactivas.

Por otro lado, los alojamientos con mayor cuota de clientes internacionales son aquellos que también presentan una estrategia ambiental más desarrollada, lo que conlleva, especialmente, la incorporación de certificados de sostenibilidad, así como la minimización del impacto en el entorno y en el hábitat de la actividad alojativa.

-Objetivo 2: ¿Cuáles son las variables que obstaculizan la incorporación de estrategias sostenibles en los hoteles?

Encontramos que la principal variable que frena la adopción de las estrategias ambientales en los alojamientos es el estilo de dirección y su falta de compromiso. Ni el tamaño ni la falta de recursos financieros han mostrado tener impactos significativos; es, por tanto, el capital humano, el estilo de dirección y su compromiso, la principal variable a tener en cuenta como freno a las políticas ambientales en este tipo de empresas.

-Objetivo 3: ¿Qué estrategia siguen los alojamientos turísticos para integrar los recursos naturales?

En respuesta a esta pregunta, hemos contrastado el modelo propuesto por Hart (1995), en el que se proponen tres estrategias de integración de los recursos naturales en las empresas. Por una parte, los alojamientos turísticos incorporan comportamientos proactivos (estrategia proactiva) principalmente estableciendo objetivos a medio y largo plazo, así como incorporando acciones de formación medioambiental para los trabajadores. A su vez, se detectan estrategias de producto, incorporando tanto productos ecológicos y/o reciclados entre las materias primas empleadas para prestar los servicios y actividades habituales, así como en la incorporación de sistemas y comportamientos propios orientados a la reutilización y reciclaje de los productos y residuos generados. Finalmente, también hemos detectado una tercera estrategia ambiental, caracterizada por comportamientos centrados en minimizar el impacto en el hábitat, en la integración con la comunidad y la comunicación a clientes de las actividades que los hoteles llevan a cabo para la implantación, en pro del desarrollo sostenible, de sistemas de gestión ambiental.

-Objetivo 4: ¿Influye de manera directa el grado de integración de los recursos naturales en la empresa (rendimiento ambiental) en los resultados de la misma?

Los resultados de la investigación efectuada nos han permitido contrastar que el rendimiento ambiental, esto es, la integración de los recursos naturales en la gestión de la empresa, incide directamente en los resultados de los alojamientos. De esta manera, encontramos que la integración de la eco-eficiencia entre las rutinas organizacionales conlleva una mejora en los resultados de posicionamiento de los mismos. Hemos agrupado, en estos resultados de posicionamiento, aquéllos que mejoran la satisfacción de clientes y trabajadores, así como que posibilitan las mejoras en innovación, la apertura a nuevos mercados y una mejora en la imagen y reputación de los mismos. Por otro lado, la percepción positiva de los alojamientos en el mercado se traduce en la mejora de los resultados económicos frente a la competencia.

Objetivo 5: ¿Cuáles son los resultados económicos de un buen rendimiento ambiental?

La investigación nos ha permitido diferenciar dos tipos de resultados consecuencia de la integración de los recursos naturales en la estrategia empresarial. Los alojamientos que obtienen un mejor rendimiento ambiental consiguen mejores resultados de posicionamiento (imagen, satisfacción y fidelización, mayor cuota de mercado y acceso a la innovación), pero quizás el hallazgo más interesante que hemos encontrado es la existencia de una relación directa entre los alojamientos que presentan un buen posicionamiento y sus resultados económicos, por lo que podemos decir que los alojamientos que integran los recursos naturales en su estrategia de gestión también presentan mejores resultados económicos en forma de mayor rentabilidad, mejores resultados económicos globales y mejor rentabilidad media que los alojamientos de la competencia. ([Texto completo](#))

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u>9º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña</u>	2/03/2016		Andorra
<u>I Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo</u>	3/03/2016		Granada
<u>I Congreso Internacional de Turismo y Sustentabilidad</u>	9/03/2016		Acapulco, México
<u>1st Algarve International Conference on Mediterranean Diet: Health, Wellbeing and Tourism</u>	17/03/2016		Algarve, Portugal
<u>3rd Sport Tourism Conference</u>	6/04/2016		Zagreb, Croacia
<u>Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development</u>	7/04/2016		Gran Canaria
<u>II Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural</u>	14/04/2016		Córdoba
<u>XIX Congreso Internacional de Turismo Universidad-Empresa</u>	20/04/2016		Castelló de la Plana
<u>International Conference on Tourism &amp; Leisure Studies</u>	22/04/2016		Honolulu, EE.UU
<u>Sacred Journeys: Pilgrimages in the 21st Century 3rd Global Meeting</u>	04/05/2016		Praga, República Checa
<u>I International Conference on Tourism Dynamics and Trends</u>	04/05/2016	31 marzo	Antalya (Turquía)
<u>25th Council for Hospitality Management Education Conference</u>	04/05/2016		Belfast
<u>7th International Conference on Sustainable Tourism</u>	18/05/2016		Valencia
<u>8th Conferencia internacional para investigación graduada en Turismo, Hostelería y Ocio</u>	24/05/2016		Bodrum, Turquía

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u><a href="#">IX Jornadas de investigación en Turismo</a></u>	22/06/2016	10 abril	Sevilla
<u><a href="#">2nd Annual Conference of EATSA – Euro-Asia Tourism Studies Association</a></u>	26/06/2016		Lisboa, Peniche y Coimbra
<u><a href="#">International Conference on Tourism (ICOT2016)</a></u>	29/06/2016	26 mayo	Napoles, Italia
<u><a href="#">XII Congreso de Sociología Español. Grupo de Turismo y Ocio</a></u>	30/06/2016		Gijón
<u><a href="#">IMAT 2016. III Simposio Internacional Innovación en Marketing Turístico</a></u>	30/06/2016	30 mayo	Valencia
<u><a href="#">Touravel 2016</a></u>	30/06/2016	25 marzo	Estambul, Turquía
<u><a href="#">HERITAGE 2016 – 5th International Conference on Heritage and Sustainable Development</a></u>	12/07/2016		Lisboa, Portugal
<u><a href="#">4th International Conference on Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism</a></u>	12/07/2016	15 abril	Kioto, Japón
<u><a href="#">International Tourism, Hospitality &amp; Events Conference</a></u>	19/07/2016		Guilford, GB
<u><a href="#">International Conference on Business, Information, and Tourism</a></u>	03/08/2016	31 marzo	Kuala Lumpur, Malaysia
<u><a href="#">Branding the Intangible Culture and Heritage in City Branding and Tourism Marketing</a></u>	29/08/2016		Copenhagen, Dinamarca
<u><a href="#">19th Toulon-Verona Conference</a></u>	05/09/2016	30 abril	Huelva
<u><a href="#">II Congreso de Antropología AIBR. Panel “Turismo en el mundo rural”</a></u>	06/09/2016		Barcelona
<u><a href="#">Ninth international conference on the inclusive museum</a></u>	16/09/2016		Cincinnati, EE.UU

PRÓXIMOS CONGRESOS ACADÉMICOS		Call for papers	Lugar de celebración
<u>ICTCHS 2016- International Conference on Tourism and Hospitality between China - Spain</u>	27/09/2016		Madrid
<u>XV Coloquio del Grupo 10 de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles</u>	06/10/2016		Palma de Mallorca
<u>X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible</u>	19/10/2016	°	Santiago de Compostela
<u>VII International Conference on Cinema &amp; Tourism</u>	19/10/2016	30 mayo	Vila Nova de Gaia, Portugal
<u>What's Going Well in Hospitality, Tourism and Events?</u>	26/10/2016	15 marzo	Budapest
<u>XI TURITEC. Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones</u>	27/10/2016	13 junio	Málaga
<u>XV Coloquio Ibérico de Geografía</u>	07/11/2016		Murcia
<u>Smart Tourism Congress Barcelona</u>	09/11/2016	28 marzo	Barcelona
<u>XIX Congreso AECIT</u>	16/11/2016	29 marzo	Tenerife
<u>Urban Planning and Tourism Consumption</u>	20/11/2016	25 abril	Jerusalén, Israel
<u>27th Annual, Council for Australasian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference</u>	07/02/2017	17 octubre 2016	Dunedin, Nueva Zelanda

**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**