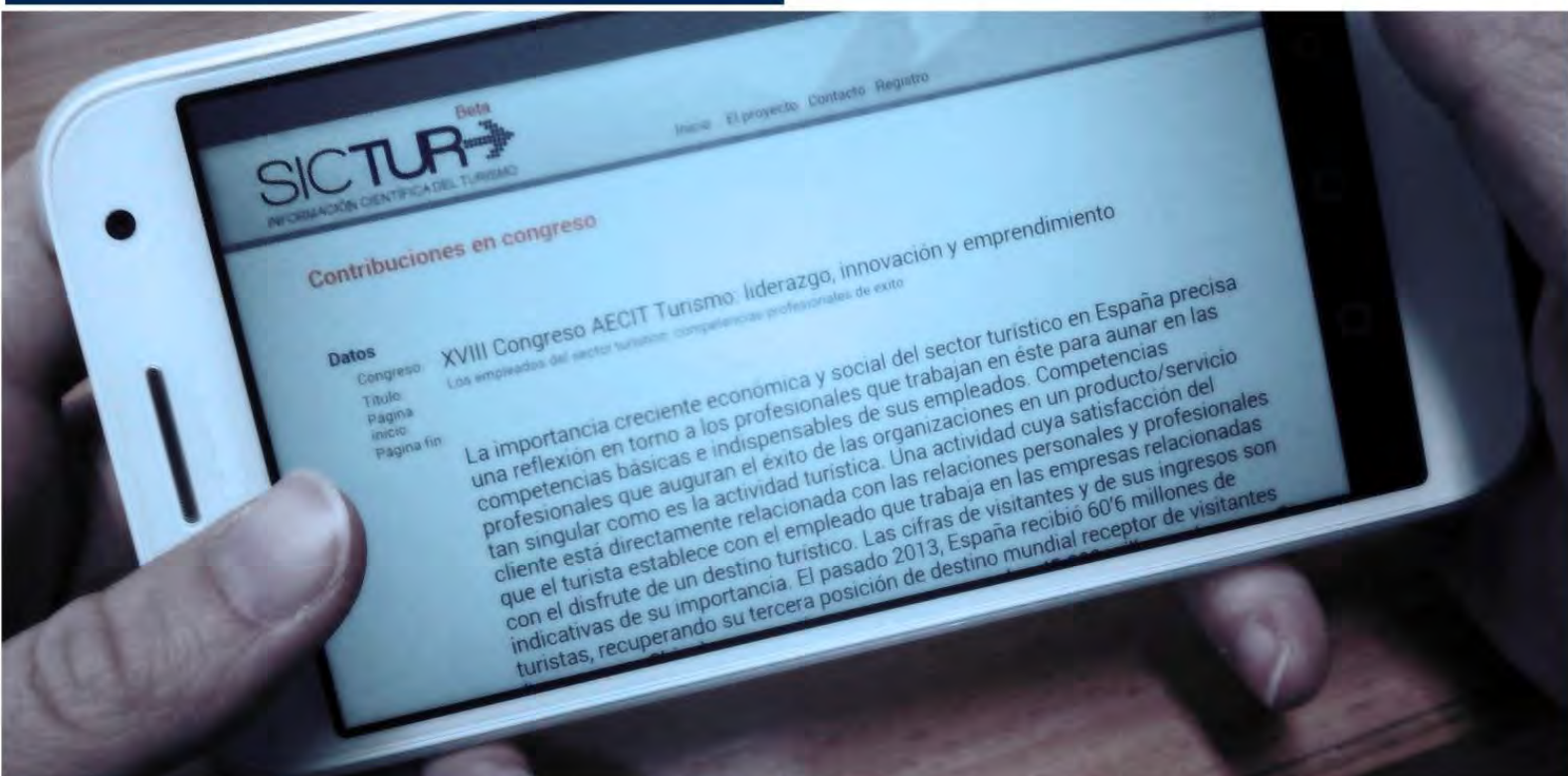


BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

TURÍSTICA



Nº 98 noviembre de 2021



Sigue la actividad científica en turismo
en los medios sociales



Editado por REDINTUR y en estrecha colaboración con la Sociedad Mercantil Estatal para 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.

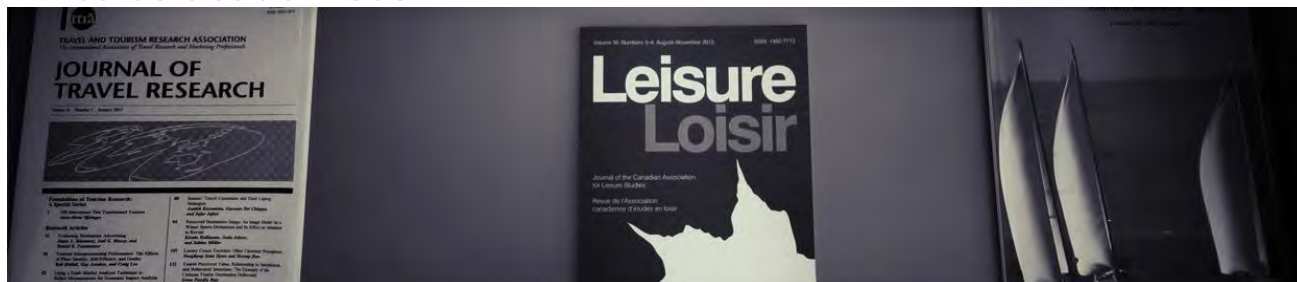
Noticias



Cátedra de investigación



Artículos académicos



Libro



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



Claves para la recuperación turística pos pandémica y los mejores TFM de Turismo, centraron el foco de atención del XI Fórum REDINTUR-UDC



La red interuniversitaria de posgrados en turismo (REDINTUR) celebró el pasado 18 de noviembre la undécima edición de su fórum anual, organizado junto a la Universidade da Coruña. El evento, que congregó a más de un centenar de estudiantes presenciales y otros tantos online, así como docentes e investigadores en turismo de 25 universidades españolas, se estructuró en dos sesiones. En la primera, una mesa redonda debatió sobre la recuperación del sector turístico. En la segunda, se presentaron los mejores trabajos fin de máster en turismo del curso 2020-21.

La mesa redonda “Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades”, moderada por el coordinador del Máster en Planificación y Gestión de Destinos y Productos Turísticos, el Dr. Eduardo Guillén, reunió a María Nava, Directora de la Axencia de Turismo de Galicia, Moisés Jorge, Gerente Turismo de A Coruña y a Rodrigo Burgos, Director del Museo MEGA de Estrella Galicia. Los expertos pusieron en valor la formación como herramienta para la adaptación en un contexto tan cambiante como el actual, destacando la relevancia estratégica de las competencias digitales e idiomáticas. Igualmente, se destacó el papel que pueden desempeñar en los procesos selectivos las competencias personales tales como las habilidades directivas, la actitud y la proactividad. Por su parte, el Gerente de Turismo de A Coruña, señaló que la estrategia que está poniendo en marcha su institución es conseguir que el aeropuerto de la ciudad mejore su conectividad con otros destinos nacionales e internacionales, así como la apuesta firme por el puerto en la captación de cruceros que pernocten en la ciudad. Por último, la directora de Turismo manifestó la necesidad y utilidad de llevar a cabo análisis de benchmarking que permitan observar qué acciones están implementando otros destinos de éxito de cara a la recuperación tras la pandemia.

Reconocimiento a los mejores Trabajos de Fin de Máster

Como es habitual en el fórum, se presentaron los ocho mejores Trabajos de Fin de Máster (TFM) de turismo de las universidades de REDINTUR. De entre los más de 32 TFM recibidos, los ocho mejores, que se publicarán en la revista científica ROTUR Revista de Ocio y Turismo, fueron defendidos por los estudiantes, que hicieron referencia a temáticas como del desarrollo y propuestas de segmentos como el geoturismo, el astroturismo, el turismo cultural y la lengua aragonesa, el análisis de las opiniones de usuarios de Tripadvisor sobre productos de turismo del queso o la metodología de los destinos inteligentes de la Comunidad Valenciana.



De los ocho TFM, dos recibieron una distinción extraordinaria. El Jurado de este XI Fórum REDINTUR, formado por la Dra. Iria Caamaño y el Dr. Eduardo Guillén, ambos de la Universidade da Coruña, y el Dr. Enric López C, de CETT-UB, han destacado el trabajo de Víctor Calderón, de la Universidad de Málaga, titulado “La realidad aumentada y el big data: la nueva receta tecnológica para la resurrección de la hostelería en Málaga (Proyecto FENIXTUR)”, que desarrolla, un prototipo de aplicación móvil (FENIXTUR) con base a las potencialidades de uso de las tecnologías relacionadas con la realidad aumentada y el Big Data y, un estudio sobre el análisis de la intención de uso de aplicaciones móviles con realidad aumentada y las características básicas que esperarían los posibles usuarios. Igualmente, el tribunal también quiso destacar el trabajo de Clara Cubillas, de la Universidad Politécnica de Cartagena, “El efecto del desaprendizaje sobre la imagen de destino y la intención de recomendarlo. Un análisis empírico”, un novedoso estudio que se propone aplicar el contexto de desaprendizaje -previamente desarrollado en un contexto organizativo- a una perspectiva individual del turista. Para ello, analiza cómo el desaprendizaje es un antecedente de la imagen de destino y la intención de recomendarlo. Asimismo, se muestra cómo la imagen de destino influye en la intención de recomendarlo.

La UCO celebró el I Congreso de Traducción y Discurso Turístico



La Universidad de Córdoba reunió de forma virtual el pasado mes de octubre a 300 participantes internacionales procedentes de una veintena de universidades de más de 52 países y los cinco continentes en el I Congreso Traditur “Traducción y Discurso Turístico”.

“Traditur” es un foro de debate científico que nace con el fin de favorecer la presentación de los nuevos avances y trabajos de investigación que aborden la relación entre el discurso turístico y la lengua, literatura, comunicación intercultural y traductología.

El evento se estructuró en cuatro ejes temáticos: traductología y discurso turístico, enfoques lingüísticos y discurso turístico, lenguas, textos de especialidad y discurso turístico y, por último, didáctica y discurso turístico.

El turismo concebido como descubrimiento de nuevos espacios geográficos y culturales constituye un dominio interdisciplinar en el que confluyen el patrimonio natural y cultural, los viajes, la gastronomía, el alojamiento, el ocio o el deporte, entre otros. Esta diversidad de dominios queda igualmente reflejada en una indudable riqueza textual en la que toma protagonismo un discurso característico a través del cual se pretende despertar en el receptor la curiosidad y el deseo por descubrir otros paisajes y culturas. Se propone una reflexión sobre este discurso desde la lingüística y el análisis del discurso (destinatario, reglas discursivas, técnicas de persuasión de las que se sirve, las figuras de estilo, la fraseología, etc.), así como también desde la literatura, el relato de viajes y desde la imprescindible actividad traductológica que facilita la comunicación y el trasvase cultural.

Cátedra Telefónica-Nebrija en Inteligencia Turística



Cátedra Telefónica-Nebrija en
Inteligencia Turística



La recién creada Cátedra Telefónica-Nebrija en Inteligencia Turística surge para abordar los retos planteados por la transformación digital y la adopción tecnológica del sector turístico en toda la cadena de valor, desde la I + D hasta el consumo de los servicios. Todo ello sin olvidar los sistemas basados en inteligencia artificial (IA), que implican una mayor eficiencia de los procesos de gestión y una mayor capacidad de anticipación. nace para dar respuestas a los retos de transformación digital y adopción tecnológica del sector turístico.

La Cátedra tiene como objetivo principal impulsar la realización de proyectos y actividades que permitan la incorporación de las tecnologías e innovaciones destinadas a la digitalización de los procesos y a la creación de productos y servicios en el sector turístico, contribuyendo con ello al desarrollo de una gestión más innovadora, inteligente y sostenible del turismo.

En esta era de la inteligencia turística y la disrupción digital, uno de los retos principales del turismo es aumentar el uso de las tecnologías en toda la cadena de valor de productos y servicios turísticos. La Cátedra facilitará la interacción y colaboración entre sectores y agentes para apuntalar el crecimiento sostenible del turismo.

La Cátedra debe ser ese punto de encuentro para la cooperación en un futuro con más garantías para facilitar la transición hacia estadios más inteligentes que puedan ser útiles para la sociedad y que puedan suponer claros avances en la digitalización del sector turístico.

Objetivos de la Cátedra

- Vincular conocimiento académico y compromiso social enfocados hacia el desarrollo de proyectos transformadores que guíen un turismo del futuro más inclusivo, sostenible y resiliente.
- Generar un mayor conocimiento y aumentar el uso de tecnologías digitales que permeabilicen en toda la cadena la cadena de valor, desde la I + D hasta el consumo de los servicios turísticos.
- Promover la generación, intercambio y gestión de datos como factores estratégicos de la competitividad de las empresas y destinos turísticos.
- Impulsar acciones de apoyo al talento universitario y la transferencia de impacto social.

Propiedades del lenguaje turístico que determinan el éxito del proceso de marketing

Para atraer la atención de los potenciales turistas, los especialistas en marketing eligen varias técnicas en sus textos digitales que pueden proporcionar información útil, crear diferentes sentimientos en los espectadores y les ayuda a finalizar sus decisiones. El presente artículo detecta las propiedades lingüísticas de dos sitios web de turismo utilizados para ganar turistas potenciales. El artículo destaca cómo los componentes lingüísticos persuasivos de los materiales promocionales del turismo pueden influir en las decisiones de los usuarios. La sección de resultados proporciona los ejemplos reales del despliegue de elementos verbales para convencer a los usuarios de las webs de los complejos “Karpaty” y “Solva” (Ucrania). La recopilación de datos de este estudio proporcionará información actualizada en relación a la retórica del discurso del turismo.

Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 5 Nº 1 (2021)



Robots in service experiences: negotiating food tourism in pandemic futures

Journal of Tourism Futures
Vol. 7 No. 3, pp. 303-310
(2021)



Esta nota de investigación explora cómo el uso de robots en el futuro del turismo no sólo transformará las experiencias gastronómicas, sino que también es fundamental para el desarrollo sostenible de las comunidades y los destinos en un futuro que tendrá que lidiar continuamente con brotes de enfermedades y pandemias con la continua movilidad de los viajes. La investigación se basa en datos secundarios para analizar el uso de robots como mecanismo importante para hacer frente a las repercusiones de los brotes de enfermedades mundiales en la industria alimentaria, en relación con la hostelería y el turismo. Esta investigación pone de manifiesto el papel de los robots de servicio en los encuentros con la comida en la hostelería y el turismo como agentes que contribuyen a la obtención de experiencias seguras e innovadoras.

Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications

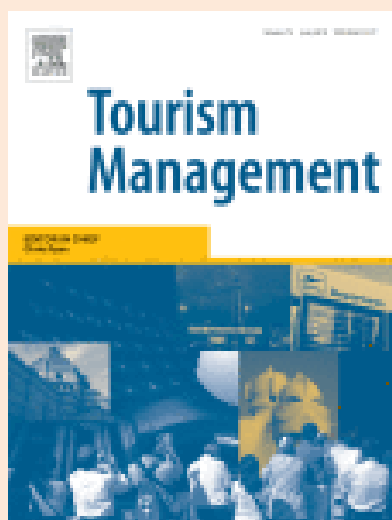
Este estudio pretende contribuir a la comprensión de los procesos que conforman las experiencias de los turistas y el potencial de la gastronomía local. Para ello se analizaron de forma diacrónica los comentarios en Tripadvisor de los turistas sobre la gastronomía en un destino de sol y playa (Lanzarote, Islas Canarias, España). Los resultados obtenidos apoyan la necesidad de una perspectiva dialéctica para entender los encuentros de los turistas con la gastronomía local. Las experiencias de los turistas se reflejan como comentarios sociales que varían entre lo dado y lo conferido, siendo los valores estéticos tan relevantes como los personales. Así, el artículo contribuye a comprender la forma en que se construye el proceso individual de la experiencia, y también a reconocer dos prácticas sociales implicadas: la construcción de la conciencia turística y la adecuación de los espacios de consumo desde la perspectiva de los visitantes.

Tourism Recreation Research
(2021)



Instagram travel influencers in #quarantine: Communicative practices and roles during COVID-19

Tourism Management
Vol 89 (2022)



Esta investigación estudia el impacto de la crisis del COVID-19 en los creadores de contenidos turísticos, sus prácticas comunicativas y su compromiso con el público, las marcas y las autoridades sanitarias. El estudio utiliza la netnografía basada en la inmersión, las entrevistas y el análisis de contenido de las redes sociales. Los resultados obtenidos muestran que la pandemia ha transformado el marketing de los influencers y les ha llevado a cambiar sus estrategias comerciales, sus tácticas de creación de contenidos y sus mecanismos de compromiso. Los resultados contribuyen a la literatura sobre comunicación de crisis al ilustrar que los influencers constituyen importantes aliados para las organizaciones a la hora de comunicar durante una crisis y han desempeñado un papel fundamental en la recuperación del turismo.

Tourism education in Spain's secondary schools: The curriculums' perspective

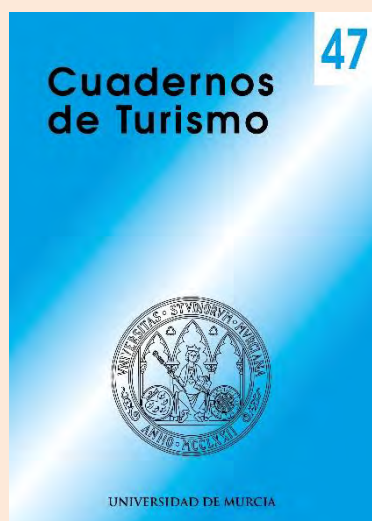
Dada la importancia socioeconómica del turismo para España, este estudio analiza la enseñanza del turismo dentro de la Educación Secundaria y el Bachillerato del país. Para ello, se ha realizado un análisis de los temarios de todas las asignaturas de estas dos etapas educativas. Los resultados obtenidos evidencian una escasa presencia del turismo dentro de la educación básica española, lo que supone una debilidad para la competitividad turística del país. En consecuencia, esta investigación sugiere la necesidad de potenciar la enseñanza del turismo en los centros de secundaria como elemento clave para las estrategias de competitividad turística del país.

Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education
Vol. 29 1 (2021)



El impacto del Camino de Santiago a escala local: la percepción de los residentes de dos municipios gallegos

Cuadernos de Turismo
Nº 47 (2021)



El objetivo de este trabajo es explorar la percepción de los residentes sobre los impactos, positivos y negativos, que se derivan de la existencia del Camino y de la afluencia de peregrinos a nivel global y en los ámbitos sociocultural, económico y ambiental, prestando especial atención a la percepción de saturación y a la actitud de los residentes hacia el Camino. Para ello se recopila información cuantitativa obtenida en una encuesta de satisfacción. Los resultados revelan una percepción global positiva y descartan problemas de percepción de saturación vinculados al creciente número de peregrinos que recorren sus localidades. Además, la valoración global no depende de la proximidad de la residencia al Camino, pero es más positiva para los individuos con ingresos vinculados a actividades turística y para los que tienen un contacto más frecuente con los peregrinos.

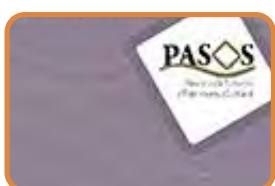
Números publicados por revistas españolas
(Haz clic en la imagen de la revista y accede a la tabla de contenidos del número)



Revista Internacional de Turismo,
Empresa y Territorio. Vol 5 Nº 1 (2021)



Investigaciones Turísticas. Nº 22
(2021)



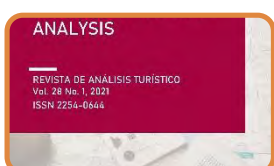
Pasos. Revista de Turismo y
Patrimonio cultural. Vol 19 Nº 4 (2021)



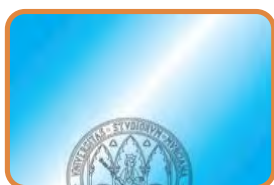
Gran Tour. Revista de investigaciones
turísticas Nº 23 (2021)



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo.
Vol 15 Nº 2 (2021)



Revista de Análisis Turístico. Vol 28
Nº 1 (2021)



Cuadernos de turismo. Nº 47 (2021)



Enlightening Tourism. A pathmaking
journal. Vol 11 nº 1 (2021)

Turismo y desarrollo: Contextos diversos

El libro "Turismo y Desarrollo: Contextos Diversos", organizado por los profesores Vicente de Paula Censi Borges de la Universidad Federal del Delta do Parnaíba (UFDPAr-Brasil) y Jakson Renner Rodrigues Soares (Universidad de la Coruña - España y Universidad del Estado de Ceará - Brasil), contó con la participación de un importante número de investigadores de América Latina y Europa, que presentaron, en sus capítulos, estudios que muestran cómo pensar el turismo hoy sin simplificar la realidad del turismo.

Cuestiones emergentes, no percibidas de antemano y no planificadas, como el impacto del virus Sars-CoV-2 - o Coronavirus - y el turismo de masas, que son fenómenos socioeconómicos y naturales que aún carecen de estudios en los países latinoamericanos e ibéricos, se han convertido en el orden del día de las preocupaciones de los gestores de los destinos turísticos. Por ejemplo, problemas como el fenómeno del sobreturismo, que afecta a grandes e importantes destinos de Europa, pero específicos, como Barcelona, Lisboa, Oporto y París, y a algunas ciudades brasileñas, y el COVID- 19, que ha paralizado parcialmente el turismo mundial.

No obstante, los autores presentes en este libro buscan comprender las motivaciones y los procesos que han descuidado los factores críticos en el desarrollo del turismo, varias investigaciones a nivel mundial, dedicadas a temas relevantes para los conflictos en el turismo, ya sea desde el punto de vista económico, social, cultural, ambiental, tecnológico o legal. Sin embargo, hay destinos turísticos que, a contracorriente del desarrollo capitalista, presentan niveles de calidad en el crecimiento social, tecnológico y económico, evidenciando el carácter de sostenibilidad en las actividades propias del turismo, como Costa Rica, Ecuador o Canadá.

Así, este libro reúne resultados de investigación que aportan de forma crítica y proactiva conocimientos fundamentales para los estudios turísticos, resultando actuales y útiles para entender el turismo ante los retos actuales del sector. Así, temas como la felicidad y el bienestar, el desarrollo turístico, la planificación participativa, la gastronomía, los indicadores estratégicos, el turismo sostenible, el consumo turístico, entre otros, aportan una base sólida y relevante..



PRÓLOGO DE ROCÍO SERRANO-BARQUÍN



Whale-watching tourism in the nautical sector: consumer behaviour and firm prospects towards sustainability



La presente tesis doctoral profundiza en el comportamiento turístico y empresarial en el ámbito del turismo náutico. Esta tesis aplica la investigación empírica para formular recomendaciones a la industria para conciliar su desarrollo con la sostenibilidad desde la perspectiva de la oferta y la demanda. Además, esta investigación dirige especial atención a la actividad náutica de avistamiento de cetáceos, que representa un caso crítico en materia de sostenibilidad social, empresarial y de bienestar animal. Los resultados concluyen que los consumidores de turismo náutico se caracterizan por: i) sus diferentes actitudes hacia los derechos de los animales, las preocupaciones ambientales y la búsqueda de sensaciones, las cuales determinan su interés por realizar diferentes actividades náuticas, ii) sus diferencias con respecto a la importancia que otorgan a observar cetáceos, las condiciones del barco y la cultura y preservación de las especies objetivo, lo que explica su evaluación de la experiencia, y iii) sus preferencias heterogéneas con respecto a las medidas de responsabilidad social corporativa de las empresas. Por su parte, las empresas de turismo náutico i) comparten el interés por la expansión internacional, ii) tienen potencial de desempeño internacional, y iii) la oportunidad de cooperar y crear de manera conjunta nuevos productos, servicios y experiencias competitivas. Estos resultados reflejan la necesidad de la industria de turismo náutico para apoyar el bienestar animal y la salud ambiental marina; satisfacer a los diferentes y heterogéneos segmentos de demanda; abordar la conciencia de los turistas sobre la adopción de prácticas sostenibles; y adoptar una gestión empresarial ética. Con base en estas implicaciones, la industria de turismo náutico lograría conciliar el desarrollo de la actividad turística con las limitaciones ambientales, mejorar la imagen del sector y los destinos, así como promover su competitividad como vehículo hacia la sostenibilidad.

CONGRESOS / CONFERENCES

Haz clic en el calendario para acceder a toda la información
Click on the calendar to get further information

Congresos científicos de Turismo

Hoy ◀ ▶ julio de 2021 ▼

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28	29	30	1 de jul	2	3	4
			The 27th Asia Pacific Tourism Association (APTA) Annual Conference First Annual I			
5	6	7	8	9	10	11
			TOSOK International Tourism Conference 2021			
12	13	14	15	16	17	18
			Shifting gears			
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1 de ago



LLAMADA A AUTORES / CALL FOR PAPERS

En esta sección podrá encontrar un breve listado de llamadas a autores para congresos científicos.

Puede consultar el listado completo de llamadas para revistas, capítulos de libros y congresos sobre diferentes materias relacionadas con el turismo en este [enlace](#)

CONGRESOS / CONFERENCES

[10th EIASM International Conference on Tourism Management and Related Issues](#) - 15/05/2022

ARTÍCULOS / JOURNALS

[Ethical Consumption and Climate Change in Hospitality and Tourism: Challenges, Solutions, and Prospects](#) - 31/03/2022

LIBROS / BOOKS

[Routledge Handbook of Trends and Issues in Global Tourism](#) - 31/12/2021

PROYECTOS / EU PROJECTS

[2Call for EU destination managers](#) – 31/12/2021