

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 119 | AGOSTO DE 2023

SICTUR



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.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación

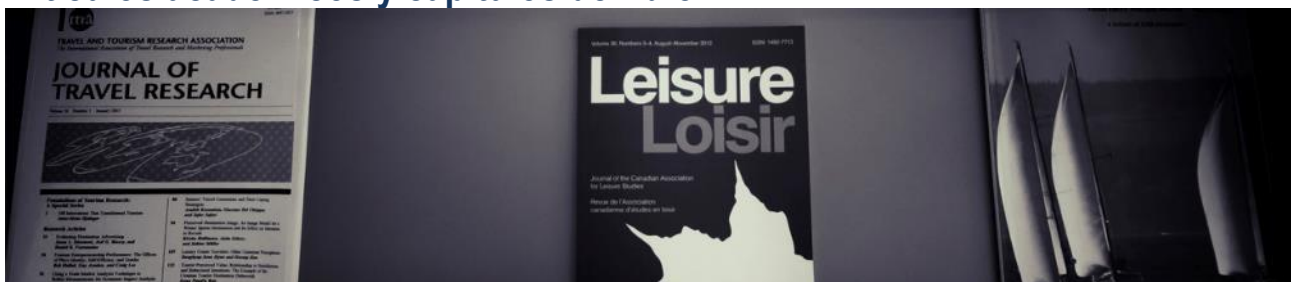


REDINTUR

Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libro



Convocatoria de concursos



Congresos científicos



Llamada a autores



500 establecimientos menos y 13.000 empleados más: el milagro del turismo en España

La pandemia demostró que el peso del turismo en España era fundamental para su economía. El sector se ha recuperado desde la crisis sanitaria, aunque ha sufrido algunos cambios. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de establecimientos hoteleros abiertos en el mes de junio ascendía a 16.193, ligeramente superior a la cifra del mismo mes en 2019, cuando era de 16.663. Apenas hay 470 hoteles menos y sin embargo, emplean a más personal.



En concreto, y según el INE, los establecimientos hoteleros empleaban en junio a 281.190 profesionales, 13.185 más que en 2019. Así, aunque el número de hoteles ha descendido ligeramente, no lo ha hecho **el empleo en los mismos, que ha crecido con fuerza en los últimos años.**

Por provincias, donde más se ha incrementado el número de trabajadores hoteleros es en Ceuta (+41,4%) y en Cuenca (23,77%). Cabe señalar que la provincia manchega es durante este año la Capital Española de la Gastronomía, lo que ha impulsado el número de visitantes y de la demanda de alojamientos.

Por tasas de crecimiento, los establecimientos de Cantabria, Valencia, Cádiz, Las Palmas, Toledo, Teruel, Tarragona, Hueva y Lugo han aumentado más de un 10% la cifra de empleados. En menor medida lo han hecho las islas, Girona, Jaén, Almería, Málaga, Zaragoza, Alicante, Murcia, León, Sevilla, Alicante, Coruña y Segovia.

Pero la situación varía por territorios y en provincias como Zamora o Albacete, el empleo turístico ronda una caída del 20%, con respecto a junio de 2019. Las caídas superan el 10% en Melilla,

Castellón, Ciudad Real, Palencia, Badajoz y Valladolid. Cerca de la mitad de las provincias españolas tiene ahora menos empleados hoteleros de los que tenía antes de la pandemia.

Fuente. El Independiente (22/08/2023)

Uno de cada cuatro nuevos empleos en España procede del Turismo

El empleo turístico del segundo trimestre de 2023 ha alcanzado los **2,8 millones de ocupados**, lo que representa un **incremento del 5,4% respecto al mismo periodo de 2022** y un 6,3% más que en 2019, según los datos publicados por Turespaña. Entre abril y junio de 2023, las actividades vinculadas al Turismo registraron 146.678 empleados más que en el mismo trimestre del año anterior, lo que representa uno de cada cuatro empleos creados durante ese período en el conjunto de la economía española.



Esto quiere decir que **el 24,9% de los nuevos trabajos han sido fruto de las actividades vinculadas al Turismo**. Por su parte, los trabajadores activos en Turismo en el segundo trimestre del año han superado los tres millones, un 6% más que en el mismo periodo del año anterior.

En relación a **la tasa de paro, se situó en el segundo trimestre en el 8,5%**, medio punto por encima de 2022 debido al aumento de trabajadores activos, pero tres puntos menos que en 2019 y que la economía nacional, que registra un

11,6%.

«Los buenos datos de la EPA demuestran que el Sector Turístico es uno de los principales motores económicos de nuestro país. **España sigue creando empleo vinculado a las actividades turísticas** y lo hace de una forma cada vez más robusta y siempre bajo la divisa de la calidad, la estabilidad y la excelencia», ha valorado el ministro de Industria, Comercio y Turismo en funciones, Héctor Gómez.

Gómez también ha querido destacar que **«el mercado laboral alrededor del Turismo ha mostrado una resiliencia y un desempeño formidables** a pesar de la incertidumbre generada por la inflación y la invasión de Ucrania por Rusia. Estos datos muestran que España no sólo es una potencia en atracción de turistas, sino que es una potencia a la hora de generar riqueza y estabilidad para los ciudadanos que se dedican a este Sector».

En este trimestre, las principales actividades turísticas han experimentado un crecimiento. **La hostelería aumentó un 7,1%**, debido a la evolución positiva tanto de los servicios de comidas y bebidas (7,1%) como de los servicios de alojamiento (7,2%). En las agencias de viaje, la variación interanual fue del 0,4%, mientras que en el transporte de viajeros fue del 10,8%.

Fuente. Nexotur (10/08/2023)

España recibe 37,5 millones de turistas extranjeros hasta junio: son menos que en 2019 pero gastan un 14% más



España recibió un total de **37,5 millones de turistas internacionales** en los seis primeros meses del año, lo que supone un 23,7% más que en el mismo periodo del año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) hechos públicos este miércoles que muestran como estos turistas gastaron en ese periodo unos **46.011 millones de euros**, un 28,3% más que en 2022.

La cifra de turistas del primer semestre del año en España no obstante aún se sitúa **un 1,6% por debajo de la cifra acumulada de los seis primeros meses del año 2019**, año anterior a la pandemia.

En junio España recibió la visita de 8,3 millones de turistas internacionales, un 10,9% más que en el mismo mes de 2022 siendo el **Reino Unido** el principal mercado emisor con casi 2 millones de turistas, el 23,8% del total.

PRINCIPALES DESTINOS

Las **Islas Baleares** fueron el principal destino elegido por los turistas internacionales para visitar España seguido de **Cataluña y Andalucía**. La mayoría de ellos vinieron sin paquete turístico con una estancia de entre cuatro a siete noches, según la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

En el primer semestre del año, estos turistas gastaron en nuestro país un total de **46.011 millones de euros**, un 28,3% más respecto al mismo periodo del año anterior. Si esta cifra acumulada se compara con los datos de 2019, antes de la pandemia, el gasto de los turistas se sitúa un 14,3% por encima.

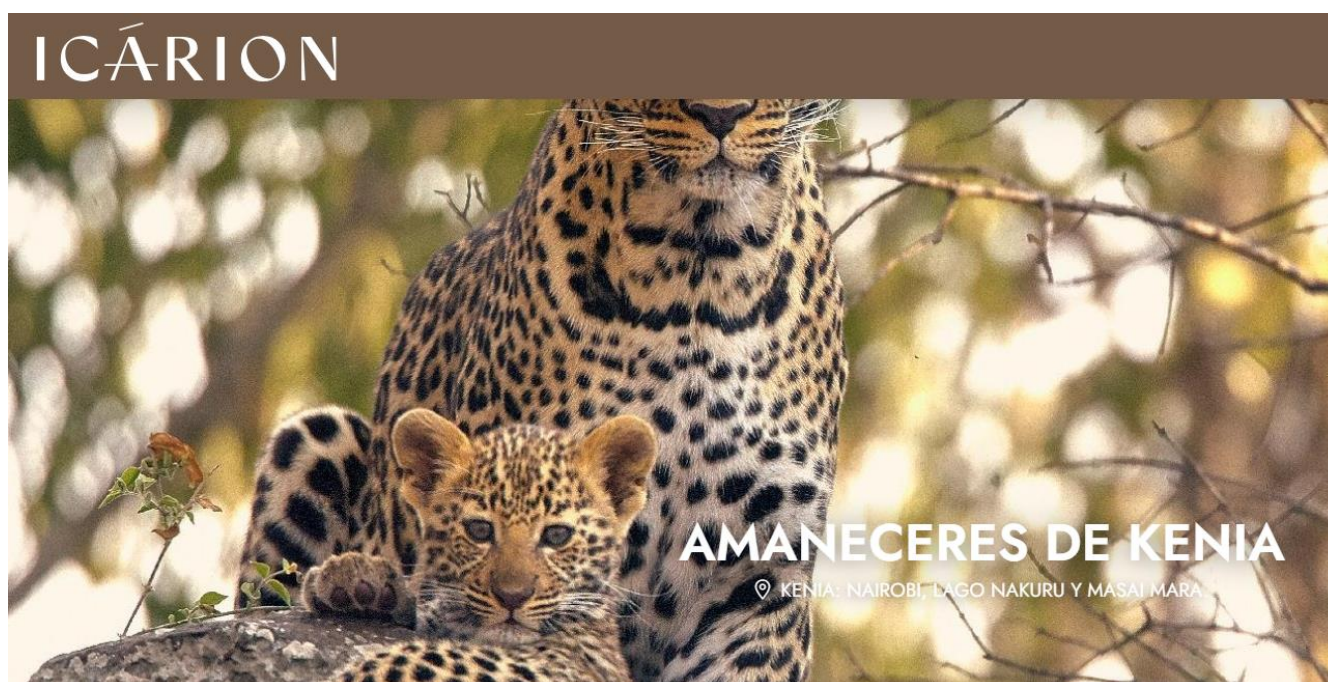
El gasto medio por turista es de **1.275 euros**, con un incremento anual del 5,9%. Por su parte, el gasto medio diario crece un 7,9%, hasta los 188 euros.

La duración media de los viajes de los turistas internacionales es de 6,8 días, lo que supone 0,1 días menos que en junio de 2022, según datos de la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

El Ejecutivo ha valorado positivamente los datos. Concretamente, el ministro de Industria, Comercio y Turismo en funciones, **Héctor Gómez**, ha destacado que «el excelente dato de aumento de gasto turístico, unido a la muy buena cifra de llegada de turistas, pone de manifiesto el acierto de la apuesta del Gobierno por la calidad y la excelencia para seguir como líderes mundiales del turismo».

Fuente. El Mundo (02/08/23)

Premio Icárior al mejor TFM RedIntur de Turismo Sostenible



Un año más [Icárior](#) colabora con la RedIntur ofreciendo un premio al mejor TFM de Turismo Sostenible de los masters de la RedIntur. [Icárior](#), el operador de Grandes Viajes de W2M, junto a Air France y KLM España y el SAWA MARA ecolodge, premiará el mejor Trabajo de Fin de Máster (TFM) de la RedIntur en la línea de investigación del "TURISMO SOSTENIBLE".

Desde el año 2011 la red organiza el Forum RedIntur, evento en el que se premian los mejores TFMs de los masters de turismo de la red. Pero desde el año pasado, dichos premios han adquirido una mayor dimensión, al contar con un premio muy especial para el mejor trabajo dentro de la línea de turismo sostenible: un viaje a Kenia.

Y como mejor muestra de lo increíble que puede ser esta experiencia, os dejamos el relato de la alumna ganadora del año pasado, Mar Gil: [primer premio Icárior](#).

Os animamos por tanto a participar en la convocatoria de este año, de la cual publicaremos más información a principios de septiembre.

El Forum RedIntur se celebrará los días 23 y 24 de noviembre en Jérez de la Frontera (Universidad de Cádiz), evento en el que se anunciarán los premiados de este año.

The adoption of a smart destination model by tourism companies: An ecosystem approach

Esta investigación examina los factores que influyen en la adopción de un modelo de destino inteligente por parte de las empresas turísticas, adoptando un enfoque ecosistémico. El foco en las empresas turísticas es un aporte relevante, ya que son actores clave para el desarrollo e implementación de un modelo de destino inteligente en una región. Basado en el Marco Tecnología-Organización-Entorno (TOE) y el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), este estudio propone que el apoyo al desarrollo de un proyecto de destino inteligente en la región y la intención de sumarse al mismo está influenciado por factores tecnológicos, organizacionales y factores ambientales. En particular, los resultados obtenidos de una muestra de 140 empresas turísticas de una región española muestran que la intención de sumarse a un proyecto de destino inteligente en el territorio está directamente influenciado por la utilidad percibida y la facilidad de adopción (factores tecnológicos). Mientras que el apoyo general al desarrollo del proyecto inteligente está influenciado por un compromiso con el desarrollo local (factor organizativo). Finalmente, la utilidad percibida del modelo de destino inteligente está influenciada por factores tecnológicos (facilidad de adopción percibida y beneficios específicos) y ambientales (presión competitiva).

Journal of Destination Marketing & Management, Vol. 28 (2023)



The effect of waiters' occupational identity on employee turnover within the context of Michelin-Starred restaurants

Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 47,
No. 7 (2023)



Aunque los restaurantes emplean a un gran número de empleados en todo el Reino Unido, representando el 4,5% del empleo total en el Reino Unido, esta cifra oculta el grado relativamente alto de rotación de empleados. Hay información limitada sobre la participación laboral y la rotación entre el personal de camareros (servidores).

Este estudio analizó qué antecedentes (por ejemplo, marca del empleador, extraversión y estereotipo) impactan la identidad ocupacional de los servidores y cómo esta relación afecta el compromiso laboral y la rotación de empleados dentro de un marco conceptual teóricamente informado. Se utilizó una muestra de camareros de restaurantes con estrellas Michelin de Londres (N = 398). Aunque no se encontró que la extraversión y la reactancia estereotipada fueran relevantes para la identidad ocupacional, la marca del empleador sí lo era. Se apoyó la noción de que la construcción de la identidad ocupacional tiene consecuencias para el compromiso laboral y la rotación de empleados, ya que se encontraron relaciones positivas. Esta investigación tiene implicaciones prácticas para la estrategia de gestión de restaurantes e informa futuras investigaciones dentro del campo.

From fan to become tourist: watching online videos as seamlessly connecting travel

En vista de las influencias de los videos en línea en la industria del turismo cultural, este estudio tiene como objetivo explorar los mecanismos desencadenados por los comportamientos de los fanáticos al ver videos en línea. Este estudio examina cómo los fanáticos que han visto videos de celebridades en línea se convierten en turistas que asisten a conciertos celebrados en destinos basados en el respaldo de celebridades y destinos. Ver los medios en línea influye en el respaldo de las celebridades y del destino, lo que, a su vez, afecta la experiencia del concierto y la intención de regresar al destino. Los resultados revelan relaciones menos entrelazadas entre las celebridades y las recomendaciones de destinos y los complejos mecanismos entre las dos recomendaciones.

Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol. 14, No. 4 (2023)



Relational resources for promoting restaurant employees' thriving at work

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 35, No. 10 (2023)



Este estudio tiene como objetivo investigar el importante papel de los recursos relacionales de los empleados de restaurantes para promover el éxito en el trabajo. Se centró la atención en el efecto mediador de la relación atenta como mecanismo subyacente. Este estudio también investigó el efecto moderador del impacto percibido de COVID-19 por parte de los empleados en las relaciones hipotéticas.

El modelo de investigación se probó con empleados de restaurantes de primera línea que trabajaban en restaurantes de servicio completo utilizando el método de muestreo de conveniencia. Se utilizó un cuestionario autoadministrado para una encuesta en línea. Se analizaron un total de 361 respuestas con modelos de ecuaciones estructurales, análisis de arranque y análisis multigrupo.

Evaluación del desajuste educativo en la industria hostelera española

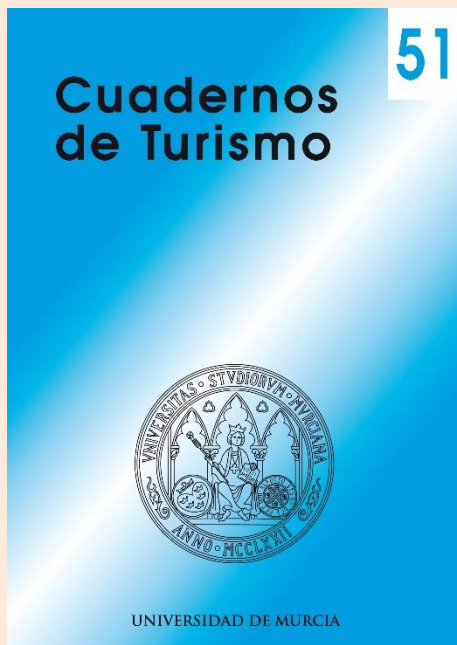
Durante décadas, los académicos han estudiado los recursos humanos de muchos sectores diferentes con una amplia gama de enfoques y metodologías. Sin embargo, todavía hay espacio para el análisis del desajuste educativo, más aún en la industria de la hostelería tras el parón de la pandemia COVID-19, ya que es un tema que ha quedado ligeramente relegado en los últimos tiempos. Así pues, este estudio pretende analizar este fenómeno a través de una regresión logística multinomial, una metodología que se encuentra infrutilizada en la literatura relacionada con el capital humano, especialmente en el desajuste educativo. Los resultados confirman la influencia de varios factores, como la antigüedad en el puesto, la experiencia o las competencias, y cuantifican sus efectos sobre las posibilidades de sufrir desajuste educativo. Así pues, este trabajo actualiza las investigaciones anteriores sobre la cuestión, pero también arroja nueva luz sobre la identificación de los principales aspectos en los que los empleados podrían prestar atención para tener mejores perspectivas de carrera.

Investigaciones Turísticas
Vol. 26 (2023)



Aproximación al turismo de salud desde la geografía. Definición y campo de estudio

Cuadernos de Turismo, Vol. 54 (2023)



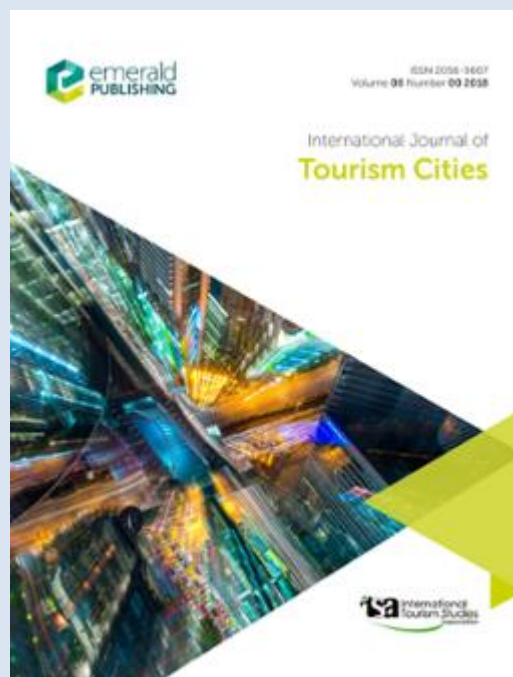
Durante las últimas décadas el turismo se ha convertido en una actividad en la que la oferta y la demanda han aumentado su diversidad. Esta es una de las razones que explican la multiplicación de los tipos de turismo (turismo de golf, *birdwatching*, etc.). Junto a estas tipologías se presentan otras más difíciles de conceptualizar. Para evitar confusiones resulta necesario contar con unas pautas claras de clasificación de tipos de turismo. El presente artículo de investigación aborda una propuesta de clasificación de tipologías a partir de una serie de criterios básicos previamente definidos.

Food festival research review in contemporary tourism

Los festivales gastronómicos son frecuentes entre los apasionados de la experiencia gastronómica en todo el mundo. Más importante aún, la retroalimentación de los críticos gastronómicos en las plataformas de medios de comunicación se ha convertido en un factor crítico para facilitar el proceso de toma de decisiones de los turistas en ciudades particulares. Además, estimular las actividades turísticas locales, gracias a los festivales gastronómicos, resulta beneficioso para el bienestar de los habitantes locales. El propósito de este documento es brindar a los lectores una visión general de las tendencias de investigación sobre festivales gastronómicos en ciudades turísticas, ya que el turismo tiene el potencial de contribuir a las metas de los Objetivos 8, 12 y 14 sobre consumo y producción sostenibles y uso sostenible de los recursos. respectivamente, (OMT: Organización Mundial del Turismo).

Los hallazgos están relacionados principalmente con investigaciones anteriores y posteriores a la COVID-19 sobre festivales gastronómicos en todo el mundo. Además, utilizando un enfoque inductivo, este artículo revela el impacto de los festivales gastronómicos en las ciudades y los comportamientos turísticos. Según los hallazgos, las tendencias de investigación sobre festivales gastronómicos giran en torno a los “festivales gastronómicos”, los “festivales de comida lenta” y los “festivales gastronómicos locales”. El análisis factorial es uno de los análisis más comunes en este tipo de investigación. Otros estudios podrían utilizar los hallazgos y limitaciones para seleccionar temas y enfoques de análisis apropiados para sus temas de investigación.

International Journal of Tourism Cities
Vol. 9 (2023)



Números publicados por revistas españolas

(Haz clic en la imagen de la revista y accede a la tabla de contenidos del número)



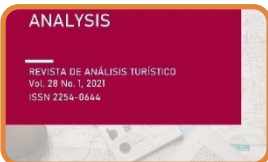
ROTUR. Revista de Ocio y Turismo. Vol 17 N° 1 (2023)



Investigaciones Turísticas. N° 26 (2023)



Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 21 N° 3 (2023)



Journal of Tourism Analysis. Revista de Análisis Turístico. Vol 30 N° 1 (2023)



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 6 N° 2 (2022)



Cuadernos de turismo. N° 51 (2023)



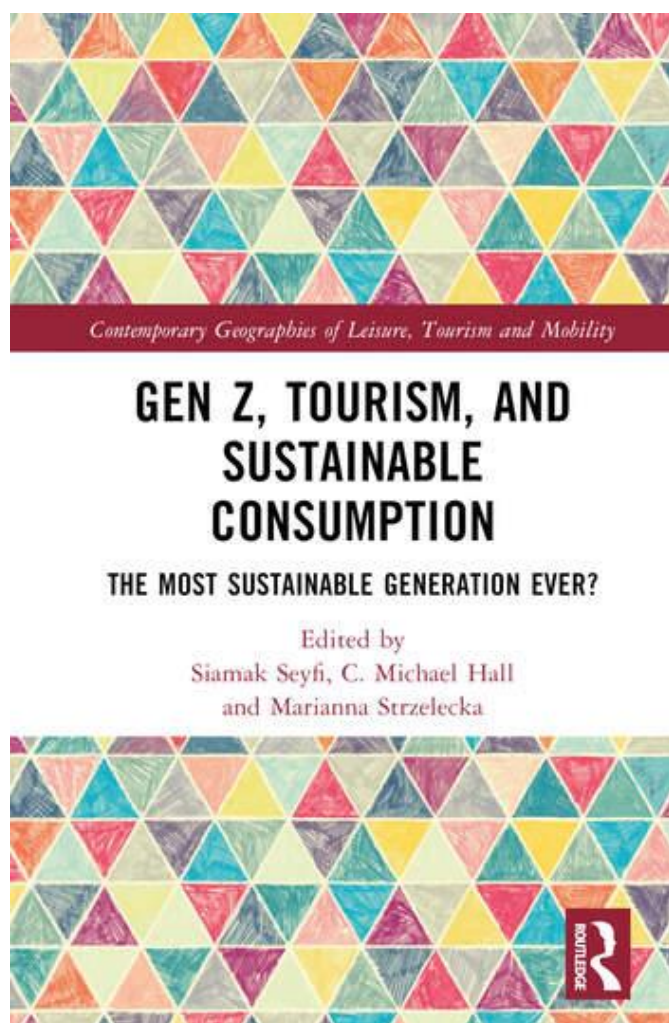
Ara Journal. Vol 13 N° 1 (2023)



Estudios Turísticos. N° 224. Dedicaco al II Simposio internacional "paradores, turismo y territorio, rumbo al centenario" (2022)

Gen Z, Tourism, and Sustainable Consumption The Most Sustainable Generation Ever?

Generación Z, turismo y consumo sostenible es el primer libro que proporciona un relato completo de la Generación Z en relación con las prácticas de consumo sostenible y las culturas de viaje.



La Generación Z es considerada el mercado de consumo más grande del mundo. El crecimiento y el comportamiento de este mercado económicamente significativo tendrán enormes implicaciones para el desarrollo futuro de la industria y los destinos turísticos y su sostenibilidad a largo plazo. Caracterizada por ser la primera generación que creció con Internet y a veces incluso denominada la Generación i, se considera en general que la Generación Z tiene un ávido interés en viajar, pero busca hacerlo de una manera que sea social y ambientalmente consciente. móvil conectado y basado en auténticas experiencias locales. Estructurado de manera lógica y con contribuciones de una gran cantidad de expertos en el tema, este volumen proporciona un examen crítico del comportamiento de los consumidores y de los viajes de la Generación Z en un contexto internacional comparativo y sus implicaciones para el turismo, la hotelería.

Adornado con figuras y tablas ilustrativas, este libro será de fundamental interés no sólo para los responsables políticos, las organizaciones de gestión y marketing de destinos (DMOs) y los estudiantes de turismo, hotelería, consumo sostenible y cultura del consumidor, sino también para aquellos que buscan para atender a este mercado clave.

CONVOCATORIA DE CONCURSOS

Concurso “Estudio de inserción laboral de egresados en turismo”

Tal y como se aprobó en la última reunión celebrada de la **RedIntur** con fecha 20 de julio de 2023, se va a llevar a cabo un **estudio sobre la inserción laboral de los egresados en turismo** en España desde la propia red.



La Universidad de Girona coordinará todas las fases del proceso de investigación y todos los grupos/equipos de investigación interesados en participar podrán mandar un mail antes del 15 de septiembre de 2023 a info.redintur@gmail.com con la información indicada en los pliegos del concurso.

Una vez pasado el plazo, la Comisión Evaluadora seleccionará al grupo/equipo de investigación de apoyo para llevar a cabo dicho estudio.

[DESCARGAR AQUÍ](#) los pliegos del concurso.

CONGRESOS / CONFERENCES

Haz clic en el [calendario](#) para acceder a toda la información
Click on the [calendar](#) to get further information

| Tourism conferences | | | | | | |
|---|-----|--|-----|--------|-----|----------------|
| Today ◀ ▶ September 2023 ▼ | | | | | | |
| Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat | Sun |
| 28 | 29 | 30 | 31 | 1 Sept | 2 | 3 |
| 2023 Aiest Conference - Madrid, España | | RGS-IBG Annual International Conference 2023 | | | | the 6th Inte.r |
| 10th International Conference "Recent Adva | | | | | | |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| the 6th International Conference on Event | | | | | | |
| 9th EUGEO Congress. Music tourism and territory - Barcelon | | | | | | |
| | | 9th Advances in Tourism Marketing (ATMC) | | | | |
| | | European Tou | | | | |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| From Recovery to Resilience | | EATSA Euro-Asia Tourism Studies Associatic | | | | |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 Oct |
| | | XI Simposio Internacional y las XVII Jornad | | | | |

Google Calendar



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

4th International Travel & Tourism Dynamics Congress: «Green Inspiration» – 31/08/2023

ENTER24 e-Tourism Conference – 01/09/2023

CUI '23 / XI. International Contemporary Urban Issues Conference – 22/09/2023

X Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (CITC 2024) – 23/10/2023

5th international conference on Tourism imaginaries – 30/11/2023

ADM 2024 6th Advances in Destination Management Forum – 31/01/2024

Revistas

[The Metaverse in Hospitality and Tourism – International Journal of Contemporary Hospitality Management – 30/09/2023](#)

[Immersive Technologies in Hospitality and Tourism – International Journal of Contemporary Hospitality Management – 30/09/2023](#)

[The Study of Tourism in Southeast Asia: Ongoing Trends and Future Directions – Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal – 30/11/2023](#)

[The Future of the Tourism Profession – 20/12/2023](#)

[Social media influencer marketing in the food and beverage industry – British Food Journal – 31/12/2023](#)

[Current Issues in Tourism. Special Issue on Cybersecurity in travel, tourism, and hospitality – 31/01/2024](#)

[Building digital technological capabilities for innovative circular economy models in food supply chain – British Food Journal – 27/02/2024](#)

[Technology Enabled Competitiveness and Experiences in Tourism – 16/03/2024](#)

Libros

[Service Innovations in Tourism – 03/09/2023](#)

[Handbook of Tourism, Property and Real Estate – 30/11/2023](#)