

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 124 | ENERO DE 2024

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

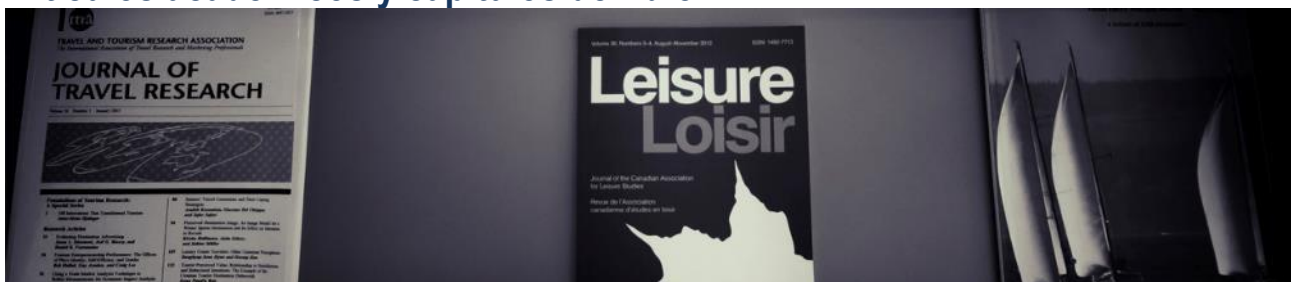


REDINTUR

Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libros



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



El Gobierno defiende un turismo «de calidad» y «no de cantidad» frente a la turismofobia



«La gran oportunidad que tiene España se llama turismo», ha sentenciado el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, en la inauguración del foro de innovación turística HotusaExplora, que se ha convertido ya en tradicional pistoletazo de salida en la semana de Fitur en sus diez ediciones. **«Fitur es el gran escaparate donde ofrecer lo mejor de nosotros mismos, el claro liderazgo de España en turismo»**. El turismo superó completó el año pasado su recuperación tras el desplome provocado por la pandemia y ha desbordado todos los récords en los

registros de medición de impacto económico del sector. Récord de actividad económica (con un PIB sectorial de casi 187.000 millones de euros y un 12,8% de aportación al PIB nacional), récord de gasto turístico (con 108.000 millones de euros), récord de empleo, récord de llegadas de turistas internacionales con más de 84 millones...

Un boom que ha reabierto el debate sobre el impacto social del turismo y sobre la sostenibilidad de los crecimientos de un sector que pueden llegar a tener incidencia en la convivencia y que puede generar externalidades negativas en los destinos (encarecimiento del alquiler y de la vivienda, reconfiguración de la oferta comercial, expulsión de población residente...) por la saturación y la masificación.

Desde el Gobierno se defiende la «fortaleza del modelo turístico español» y la capacidad para seguir «defendiendo las marcas» obtenidas el año pasado, pero se advierte de la necesidad de apostar por fórmulas que acrecienten el impacto económico y **los ingresos del turismo, pero sin necesidad de mantener grandes incrementos en la afluencia de turistas en algunos destinos ya saturados.**

Apostar por calidad por encima de sacralizar la cantidad

«Hay que apostar por la calidad por encima de sacralizar la cantidad», ha resumido Hereu, defendiendo «más valor añadido que cantidad». **El ministro ha subrayado que el año pasado creció mucho más el gasto turístico (+17%) que las llegadas de turistas internacionales (+1%)**. «Este es el camino que debemos profundizar», ha sentenciado.

El Ministerio de Industria y Turismo defiende también como fórmulas para paliar los efectos de la masificación de algunas zonas y evitar el rechazo social impulsar la desestacionalización de la actividad, ampliando temporadas por y por diversificar los lugares de destino de los turistas, fomentando la España interior frente al 'sol y playa'.

Fuente. [Diario de Mallorca](#) (22/01/2024)

España cierra 2023 con más turistas extranjeros que antes de la pandemia

Más de 84 millones de turistas internacionales visitaron España en 2023, lo que supone un 19% más que en 2022 y un 1% más que en 2019, antes de la pandemia de la Covid, cuando se registraron 83,7 millones, según las estimaciones del **Ministerio de Industria y Turismo**, facilitadas este viernes por su titular, Jordi Hereu. Dichos viajeros realizaron un gasto en destino de **108.000 millones de euros**, un 23,8% más que en 2022, y un 17,4% que antes de la crisis sanitaria.

Teniendo en cuenta estas estimaciones del ministerio, basadas en datos oficiales hasta noviembre y en la proyección de diciembre, 2023 habría sido un «año récord» para el turismo en España, según ha destacado Hereu.

Estos datos demuestran que «ya se han superado» los niveles posCovid por lo que a partir del próximo año **ya no habrá que hacer ninguna referencia a 2019** -último ejercicio previo a la pandemia, según declaraciones del ministro recogidas por Efe.

El año 2023 fue también muy importante para la **creación de empleo**. El ministro ha recordado los datos de diciembre, cuando el empleo turístico subió un 5,4%. **El ejercicio logró el mayor número de afiliados de la serie histórica**. En concreto, los afiliados del sector superaron los 2,5 millones en diciembre y suponen ya el 12,5 % del total de la economía.

“España ha logrado **bajar la temporalidad y aumentar los salarios**, lo que demuestra que, en turismo, como en otros muchos sectores, se está dando ese círculo virtuoso por el que estamos generando prosperidad económica a la vez que ampliamos derechos laborales”, ha indicado.

Fuente. [Hosteltur](#) (19/01/2024)



El año 2024 apunta a España como primera potencia turística mundial

España cierra 2023 completamente recuperada de la pandemia. El sector turístico vive su mejor momento desde hace casi 4 años, cuando la propagación de la COVID-19 redujo drásticamente los viajeros en todo el mundo. **Durante el 2020 el país ibérico tan solo recibió 19 millones de visitantes**, casi un 80% menos que el año anterior.

Por suerte, nuestro país está de enhorabuena. No solo ha aumentado un 46,5% respecto a 2022, sino que además se consolida como el segundo país que más viajeros atrae, tan solo por detrás de Estados Unidos, según la empresa de viajes online Kiwi.com, y con la firme previsión de superar al país americano durante este nuevo año 2024.

En la línea, y a nivel global, este crecimiento de viajeros es también extensible al resto de naciones, pues **a nivel global el turismo aumentó durante 2023 en un 36%**, mientras que a nivel europeo fue del 27,6%.

Con el año finalizado, Kiwi.com ha desvelado cuáles fueron los días con más afluencia de vuelos y turistas en los aeropuertos españoles, todos congregados en el tercer trimestre del año: 12 de octubre (coincidiendo con el día de la Fiesta Nacional de España), 1 de diciembre y 6 de diciembre (día de la Constitución).



España a lo clásico: Italia, Alemania y Reino Unido

España destaca como el segundo país que más viajeros atrae a nivel mundial después de Estados Unidos, según los datos de la empresa de viajes online Kiwi.com, que asegura que De cara a 2024 apuntan a que España se perfila como **el destino de viaje más popular a nivel global y europeo**. Italia es el segundo, y el tercer destino favorito a nivel global por ahora es Tailandia, mientras que a nivel europeo es el Reino Unido. El primer destino para los españoles en 2024 (excluyendo destinos locales) es Italia, seguido de Reino Unido y Hungría.

España en su conjunto ha sido en 2023, globalmente, el segundo destino más popular después de Estados Unidos. Italia ocupa el tercer lugar en esta clasificación. A nivel europeo, España es el país favorito, seguido de Italia y Reino Unido, por este orden, según datos de Kiwi.com. **España ha recibido viajeros de más de 200 nacionalidades en 2023**, mientras que los españoles han visitado 189 países diferentes.

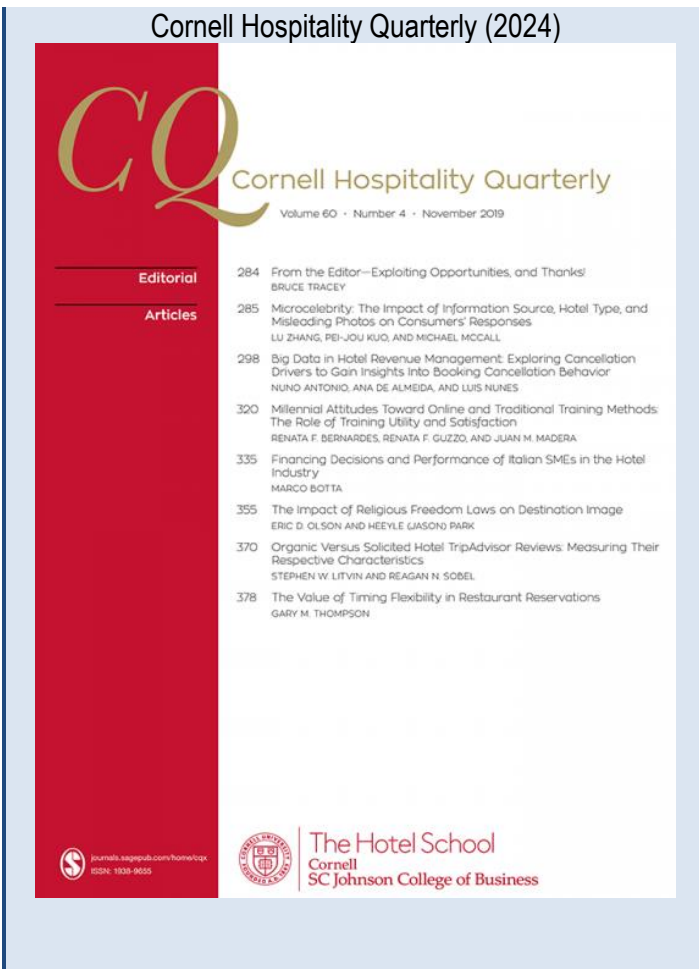
Fuente. [El Economista](#) (29/12/2023)



ARTÍCULOS ACADÉMICOS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

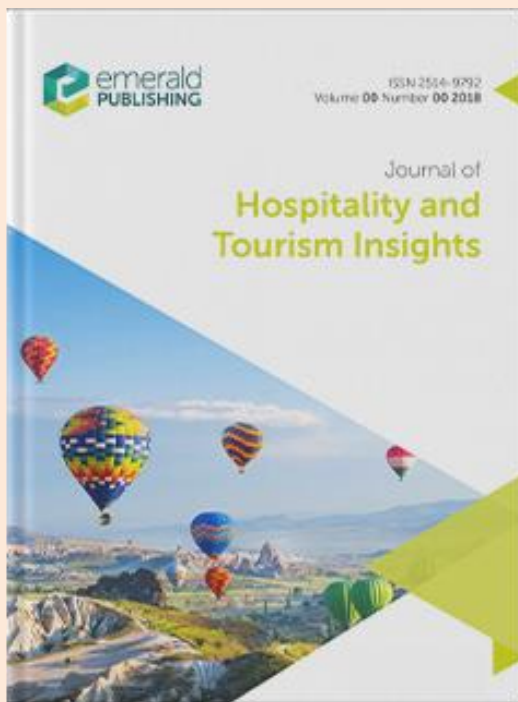
The Technology Acceptance Model and Hospitality and Tourism Consumers' Intention to Use Mobile Technologies: Meta-Analysis and Structural Equation Modeling

Lo que impulsa a los consumidores a adoptar tecnologías móviles ha sido un tema de investigación importante en la literatura sobre hotelería y turismo. El Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) ha sido ampliamente adoptado para examinar este tema. Se realizó un modelo metanalítico de ecuaciones estructurales (MASEM) para evaluar la eficacia del TAM en la estimación de la intención de los consumidores de adoptar estas tecnologías en contextos de hotelería y turismo. También se examinaron los efectos moderadores de las diferencias culturales (oriental versus occidental) y los contextos de investigación (hospitalidad versus turismo). Con base A 33 muestras individuales (N = 13,635), los resultados indicaron que: la “utilidad percibida” (PU) tiene el impacto más fuerte, la “facilidad de uso percibida” (PEOU) tiene efectos más fuertes sobre la PU y la actitud en el contexto de la cultura oriental en comparación con la cultura occidental, y la relación entre “actitud” e “intención” era más fuerte en el contexto de la hospitalidad que en el contexto del turismo. A partir de estos hallazgos se discuten las implicaciones para los investigadores y profesionales de la hotelería y el turismo.



Why some call the “worst” what most consider the “best”?: an analysis of tourist complaints at the wonders of the world

Journal of Hospitality and Tourism Insights (2023)



Esta investigación explora por qué los turistas están insatisfechos en lugares considerados “maravillas del mundo”. Los autores se preguntan si el lugar no cumple con las expectativas de los visitantes o si otros factores arruinan la experiencia.

Los autores analizaron las reseñas peor valoradas sobre estas maravillas en TripAdvisor. Los autores identificaron las principales causas de las quejas y los problemas que enfrentaban los turistas. Los autores agruparon las quejas en categorías y utilizaron CoDa.

Los resultados indican que la insatisfacción no surge de expectativas insatisfechas respecto al monumento en sí, sino de otros factores relacionados con la calidad del servicio turístico.

Los hallazgos de esta investigación se pueden implementar en aquellos lugares turísticos que, a pesar de su popularidad global, tienen proporciones considerables de visitantes descontentos, no debido a la atracción en sí, sino a deficiencias en su administración.

Este estudio profundiza en las causas de las quejas sobre algunos de los monumentos más renombrados, considerados lugares extraordinarios, donde se esperaría un alto nivel de satisfacción. También contribuye teóricamente a la literatura sobre quejas de clientes en lugares turísticos.

Trust the Facts: The Impact of Reviews' Written Style and Subject-Focus on Peer-to-Peer Accommodation Consumption

Aplicando la teoría del proceso dual, la investigación actual examina el impacto del estilo escrito (es decir, basado en hechos versus emociones) y el enfoque temático de las reseñas en línea (es decir, centradas en la propiedad versus centradas en el anfitrión) en la confianza y las reservas del cliente. intención en el contexto de alojamiento entre pares (P2P). Siguiendo una conceptualización basada en la teoría de la confianza del cliente en el contexto del alojamiento P2P, se llevan a cabo una serie de tres estudios experimentales basados en escenarios para examinar las hipótesis propuestas. Los resultados del estudio muestran que las reseñas basadas en hechos (frente a emociones) sobre la propiedad/anfitrión mejoran la intención de reserva de los clientes, que está mediada por la confianza en la propiedad/anfitrión, respectivamente. Además, entre las reseñas basadas en hechos, las reseñas centradas en el anfitrión (frente a las centradas en la propiedad) conducen a un mayor nivel de intención de reserva entre las clientas, pero los clientes masculinos no muestran diferencias significativas en la intención de reserva cuando leen las reseñas centradas en el anfitrión o en la propiedad. revisiones enfocadas. Los hallazgos de la presente investigación tienen importantes implicaciones teóricas y de gestión tanto para los investigadores como para los profesionales del alojamiento P2P, que se analizan al final.

Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 48, No. 2
(2024)

VOLUME 47 ■ NUMBER 8 ■ NOVEMBER 2023

Journal of Hospitality & Tourism Research

The Professional Journal of the
International Council on Hotel,
Restaurant and Institutional Education

S Sage
www.sagepub.com

CHRIE
The Hospitality &
Tourism Educators

Tips and trips: a structural model of guests' intentions to stay and tip for AI-based services in hotels

Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol. 15,
No. 1 (2024)



Dado el rápido desarrollo de la inteligencia artificial (IA), la industria hotelera está implementando sistemas basados en IA. En línea con este importante desarrollo, este estudio tiene como objetivo examinar el impacto de la confianza en el hotel y la ambigüedad del desempeño relacionada con la IA en el compromiso de los consumidores con los sistemas basados en IA. En última instancia, este estudio examinó el impacto del compromiso en las intenciones de los consumidores de alojarse en hoteles que ofrecen dichos sistemas y en las intenciones de dar propina.

Este estudio desarrolló un modelo conceptual basado en la teoría de la cognición social. El estudio utilizó una metodología de encuesta en línea y recopiló datos de una muestra nacional de 400 consumidores de hoteles de EE. UU. El análisis de los datos se realizó con modelos de ecuaciones estructurales.

El compromiso de los consumidores está fuertemente influenciado por su confianza en el hotel, pero no por la ambigüedad en el desempeño asociada con la IA. A su vez, el compromiso influyó fuertemente en las intenciones de los consumidores de alojarse en hoteles que cuentan con dichos sistemas y en sus intenciones de dar propina.

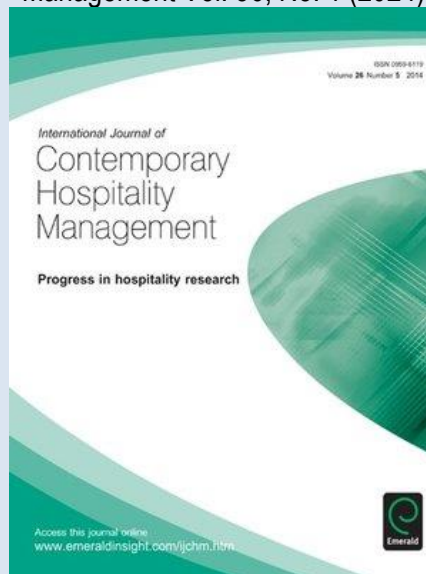
A medida que los sistemas de inteligencia artificial capaces de tomar decisiones por los consumidores están cada vez más presentes en los hoteles, se sabe poco sobre la forma en que los consumidores interactúan con dichos sistemas y si su participación genera un impacto económico. Este es el primer estudio que valida un modelo que explica las intenciones de quedarse y las propinas por servicios facilitados por sistemas autónomos basados en IA que pueden tomar decisiones por los consumidores.

Building “causal realism” in experimental studies within hospitality and tourism

El propósito de este artículo es discutir el estado actual de la investigación experimental en hotelería y turismo. Este artículo pretende además desarrollar ideas prácticas para mejorar la adopción de una mentalidad de causa y efecto en los investigadores.

Se llevó a cabo una mini revisión del nivel de diseños experimentales e ideas de mejores prácticas publicadas por las 12 principales revistas de hotelería y turismo durante un período de cinco años.

International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol. 36, No. 1 (2024)



The sexual exploitation of children in travel and tourism: a critical literature review

Child Welfare Journal (2024)



Se realizó una revisión de la literatura fuera después de seleccionar 107 manuscritos publicados en o después de 1993 para determinar el estado de la investigación académica sobre la explotación sexual de los niños en viajes y turismo.

Los resultados resaltaron la importancia de abordar prácticas medidas de prevención y protección infantil. La investigación debe centrar la atención en los individuos responsables de estas acciones, las sociedades patriarcales que facilitan dicha conducta, y aquellos que no comprenden plenamente la gravedad de la explotación sexual infantil a través de fronteras internacionales.

Números publicados por revistas españolas

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



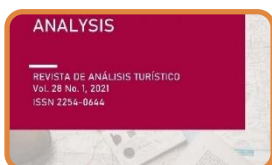
ROTUR. Revista de Ocio y Turismo. Vol 17 N° 2 (2023)



Investigaciones Turísticas. N° 27 (2024)



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



Journal of Tourism Analysis. Revista de Análisis Turístico. Vol 30 N° 2 (2023)



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 7 N° 2 (2023)



Cuadernos de turismo. N° 52 (2023)



Ara Journal. Vol 13 N° 1 (2023)



Estudios Turísticos. N° 226 (2023)

La actividad turística española en 2022 (Edición 2023)

La actividad turística española en 2022

Edición 2023



Esta nueva edición del libro *La actividad turística española* de AECIT presenta los aspectos más relevantes de la evolución del sector turístico durante el año 2022. En ella se retoma la estructura de pasadas ediciones, ya que en 2021 se adaptó a los bloques temáticos definidos en el XXII Congreso AECIT. Sin duda, el año 2022 puede considerarse para el sector turístico, el año de la recuperación, tras los efectos negativos de la pandemia. Así se constata a lo largo de las páginas que siguen, tanto en destinos turísticos, como en la empresa privada, en la administración pública, o en lo que respecta a la demanda. El libro se estructura en cinco partes: Dinámicas Sectoriales y Estrategias Empresariales; Gestión Pública del Turismo; Coyuntura de las Comunidades Autónomas; Tipologías Turísticas y, Diccionario.

La primera parte, Dinámicas Sectoriales y Estrategias Empresariales se compone de seis capítulos. La segunda parte del libro titulada Gestión Pública del Turismo se compone de cuatro capítulos. La tercera parte es la que ocupa mayor espacio del libro y corresponde a la coyuntura de las diecisiete Comunidades Autónomas y las dos Ciudades Autónomas. A lo largo de los 19 capítulos que integran este apartado, se analiza la evolución de la oferta y la demanda durante el año 2022 a través de sus

distintos indicadores, y se explican los motivos de esta evolución.

En la cuarta parte del libro se analiza el sector desde el punto de vista de las Tipologías Turísticas. Se compone de cuatro capítulos. La última parte del libro se dedica a nuevos conceptos relevantes para el sector y que se incluyen en el Diccionario. Este apartado es de gran relevancia dado el entorno cambiante de la actividad que lleva a la aparición de nuevos términos. En esta edición se definen entradas relacionadas con el turismo nocturno y con los desafíos éticos y sociales de la aplicación de la Inteligencia Artificial.

Las sucesivas ediciones de *La actividad turística española* de AECIT, en las que se realiza un análisis exhaustivo de lo que ha sucedido dentro del año en España en todos sus ámbitos por expertos en la materia, son un referente dentro de la investigación turística en España. Su uso es común tanto desde una perspectiva empresarial como académica, y quizás sea necesario hacer un esfuerzo para su reconocimiento en el ámbito de administración pública. Además, la estabilidad temporal en la estructura del documento y de muchos de sus capítulos, facilitan una comparación que puede ser de gran interés para aquellos lectores que no tan solo deseen tener una perspectiva anual sino también su evolución temporal.

Desafíos do desenvolvemento turístico sustentábel (DTS) em territorios de baixa densidade: O caso de Lamego em tempos de incertezas



Esta tesis se ha defendido en la Universidad de Vigo el 20 de diciembre de 2023. Su autora es Isabel Cristina Pereira Vieira y sus directoras las doctoras Elisa Alén y Ana Paula Rodrigues.

Hoy en día, nos encontramos en un escenario desafiante e incierto en el que los cambios repentinos en los factores macroambientales pueden convertirse en grandes obstáculos para el Desarrollo Turístico Sostenible (DTS), especialmente en los territorios de baja densidad, que son aún más vulnerables. Ante esta realidad, es imperativo dar importancia a la planificación basada en el DTS. El modelo turístico tradicional, que priorizaba la cantidad, el flujo y los ingresos, ha

demostrado sus debilidades al descuidar los riesgos globales inherentes al turismo.

En este contexto, resulta cada vez más crucial adoptar un enfoque más sostenible y resiliente para la gestión de los destinos emergentes, con el objetivo no sólo del éxito económico, sino también del bienestar de las comunidades locales y la preservación del patrimonio natural y cultural. Por ello, este estudio pretende profundizar en nuestra comprensión de la aplicación de las DTS en las ciudades históricas, especialmente las pequeñas, examinando el papel y la influencia dos grupos de interesados: la comunidad local y los gestores de alojamientos. Estos dos grupos fueron elegidos por su importante contribución a la DTS.

El trabajo analiza las perspectivas y actitudes de los residentes y los gestores de alojamientos ante lo DTS, teniendo en cuenta retos contemporáneos como las pandemias, el cambio climático, la inestabilidad económica y los conflictos armados. El objeto de estudio fue una zona de baja densidad de población, la ciudad histórica de Lamego, situada en la región vinícola del Alto Duero, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el norte de Portugal. Desde el punto de vista metodológico, esta investigación combina dos enfoques epistemológicos para abordar los dos grupos de interés estudiados, los residentes y los gestores de alojamientos. Para el análisis y tratamiento de los datos recogidos en las encuestas de los residentes se utilizó el software estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versión 21, y los datos se procesaron mediante procedimientos estadísticos univariantes, bivariantes y multivariantes. En el estudio de los gestores de alojamiento, se adoptó un enfoque de contenido basado en los principios fundamentales del método de Análisis Fenomenológico Interpretativo (AFI).

Los resultados de este estudio, en lo que respecta a los residentes, permiten concluir que el riesgo percibido afecta significativamente a los costes percibidos del turismo y que la gestión del gobierno local y la implicación de la comunidad tienen un impacto positivo en los beneficios percibidos. También fue posible, mediante un análisis de conglomerados, identificar tres grupos de residentes: "Defensores", "Desinteresados" y "Partidarios condicionales".

CONGRESOS / CONFERENCES

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

Tourism conferences

Today ◀ ▶ February 2024 ▾

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
29	30	31	1 Feb	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
			X edición del Congreso Inter			
26	27	28	29	1 Mar	2	3

+ 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

[ADM 2024 6th Advances in Destination Management Forum – 31/01/2024](#)

[International Conference on Cultural and Educational Tourism \(ICCAET\) – 03/02/2024](#)

[International Conference on Informatics in Smart Tourism \(ICIST\) – 06/02/2024](#)

[International Conference on Wellness Tourism and Destinations \(ICWTD\) – 06/02/2024](#)

[International Conference on Tourism Social Science \(ICOTSS\) – 07/02/2024](#)

[International Conference on Drug Tourism and Research \(ICDTR\) – 07/02/2024](#)

[International Conference on Domestic Tourism and Strategic Analysis \(ICDTSA\) – 14/02/2024](#)

[International Conference on Extreme, Adventure and Entertainment Tourism \(ICEAET\) – 16/02/2024](#)

[International Conference on Tourism Social Science \(ICOTSS\) – 20/02/2024](#)

[International Conference on Tourism and Hospitality \(ICTH\) – 20/02/2024](#)

[13th International Conference on Tourism and Hospitality \(ICT2024\) – 15/03/2024](#)

[International Conference on Food and Tourism \(ICFT\) – 16/03/2024](#)

[International Conference on Disaster Tourism and Management \(ICDTM\) – 16/03/2024](#)

[International Conference on Cultural and Educational Tourism \(ICCAET\) – 17/04/2024](#)

[International Conference on Virtual Tourism and Tourism Technology \(ICVTTT\) – 15/05/2024](#)

Revistas

Management Letters / Cuadernos de Gestión – 30/01/2024

Current Issues in Tourism. Special Issue on
Cybersecurity in travel, tourism, and hospitality – 31/01/2024

Management Letters / Cuadernos de Gestión -30/01/2024

Estudios Turísticos- 31/01/24

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

International Journal of Tourism Research – Technology Enabled Competitiveness and Experiences in Tourism –
16/03/2024

Current Social Sciences – Sustainable Tourism Marketing Practices and Visitor Experience -13/05/2024

Libros

Promoting Responsible Tourism With Digital Platforms - 31/01/2024

Global Food Safety and Security for a Sustainable Future – 24/04/2024