

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 129 | JUNIO 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.

Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libros



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores

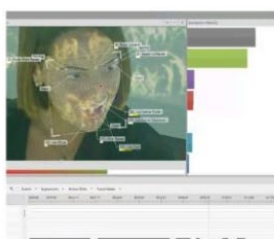


El neuroturismo ha dado un gran paso adelante con la apertura del primer laboratorio en el mundo en España

Aflorar las emociones, la atención, el interés o el recuerdo del turista antes, durante y después de sus vacaciones, que hasta ahora permanecían ocultos. El primer laboratorio de neuroturismo del mundo se ha inaugurado en España, concretamente en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. EMOTUR Lab pretende liderar la revolución en neurociencia aplicada al turismo con su reciente inauguración. Este hito marca una nueva era en la comprensión y mejora de la experiencia del turista, la comunicación turística y el desarrollo de productos, aprovechando tecnologías de vanguardia, el conocimiento turístico especializado y un enfoque multidisciplinario para desentrañar los misterios de la mente y el corazón del viajero.

EMOTUR Lab, ubicado en la sede del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES), en la ULPGC, aplica el «neuroturismo» con cuatro áreas especializadas, a través de diferentes salas.

- Sala de Experimentación y Control: un entorno de investigación pionero donde se utilizan tecnologías de vanguardia como seguimiento ocular, electroencefalogramas y análisis de emociones faciales para comprender la mente y las emociones del turista.
- Emofood: una sala inmersiva de cinco sentidos para analizar la experiencia gastronómica y la interacción del turista con el destino turístico.
- Metaverso y Realidad Extendida: una sala que permite adentrarse en el mundo virtual y explorar nuevos horizontes turísticos y el metaverso mientras se analizan entornos recreados o de realidad extendida, y sus impactos en la experiencia del viajero.
- Open Lab: laboratorio abierto donde se estudia la experiencia del turista en entornos reales utilizando dispositivos portátiles y sensores innovadores.



Sala de experimentación y control



Emofood



Sala de Metaverso y realidad extendida



Open LAB

EMOTUR Lab lidera diversos proyectos de investigación en el ámbito turístico. El trabajo conjunto de casi cien investigadores de la ULPGC, junto con expertos externos, ha despertado interés en la comunidad científica y en el sector turístico. EMOTUR ha sido reconocido por la Unión Europea como Centro Tecnológico en Turismo, consolidándose como un referente mundial en investigación turística.

¡Descubre más sobre el fascinante mundo del Neuroturismo en su página web [Emotur](https://emotur.com)!

Fuente. [REDINTUR](https://redintur.es) (18/06/2024)

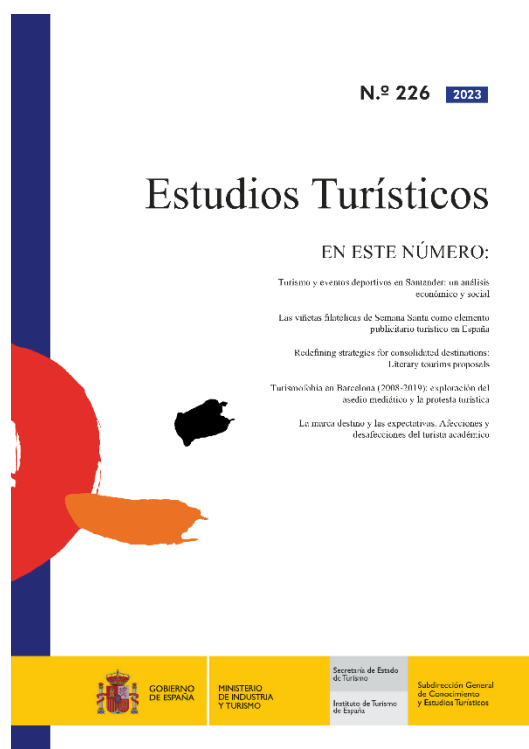
Revista de Estudios Turísticos- Call for papers

Nº229. GOBERNANZA Y PERSPECTIVA DE LOS RESIDENTES FRENTE AL TURISMO

Es un placer anunciar que Estudios Turísticos, la revista decana del turismo español va a dedicar un número monográfico al tema de la «Gobernanza y perspectiva de los residentes frente al turismo». Este número será publicado en junio de 2025 y nos encantaría contar con tu aportación.

Nos invitan a presentar textos, tanto teóricos como empíricos, que aborden los temas relacionados con:

- Gobernanza turística en relación con la sostenibilidad social de los residentes.
- Desarrollo del turismo y sus impactos en la gestión pública.
- Alternativas de planificación en colaboración con distintos actores sociales, económicos y gubernamentales en la gestión del turismo.
- Estudios de caso con una base crítica.



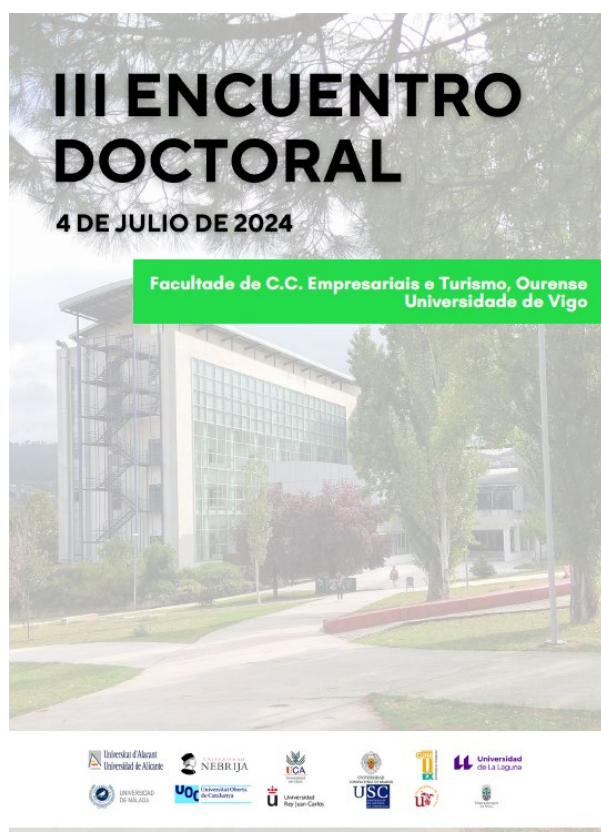
Las personas interesadas en contribuir deben enviar un resumen de su artículo, a modo de avance, antes del 1 de septiembre de 2024, el cual será aceptado o rechazado antes de que finalice el mes de octubre. El artículo completo tendrá que ser recibido antes del 30 de noviembre de 2024 para su revisión. Todos los documentos se enviarán al correo electrónico: estudioturisticos@tourspain.es.

Las normas de publicación se encuentran en la web de la revista.

Esperan con interés recibir tus contribuciones y colaborar en la creación de un cuerpo de conocimiento que impulse el turismo hacia un futuro más equitativo.

Fuente: [REDINTUR](https://www.redintur.es/) (17/06/2024)

III Encuentro Doctoral



PROGRAMA RESUMIDO	
4 DE JULIO DE 2024	
12.30 H.	REUNIÓN DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DEL PROGRAMA DE DOCTORADO Sesión limitada a los miembros de la Comisión Salón de Grados- Presencial/Online
14.00 H.	ALMUERZO
16.00 H.	PRESENTACIÓN DEL ENCUENTRO DOCTORAL Aula Magna - Presencial Seminario 01.- Online https://camousematovigo.gal/faculty/104 Clave acceso como estudiante: 74rdXjdu
16.15 H.	PRESENTACIÓN DE LA VÍA DE LA PLATA, ITINERARIO JACOBEO VERTEBRADOR DE LA PROVINCIA DE OURENSE Aula Magna - Presencial Seminario 01.- Online https://camousematovigo.gal/faculty/104 Clave acceso como estudiante: 74rdXjdu
16.35 H.	CONFERENCIA PLENARIA: ESTRATEGIAS PARA LA PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS EN REVISTAS DE ALTO IMPACTO: LA PERSPECTIVA DE UN EDITOR Dr. José Antonio C. Santos. Universidade do Algarve. Editor of Tourism & Management Studies Aula Magna - Presencial Seminario 01.- Online https://camousematovigo.gal/faculty/104 Clave acceso como estudiante: 74rdXjdu
17.30 - 19.30 H.	PRESENTACIONES DE LOS/AS DOCTORANDOS/AS

La **Facultade de C.C. Empresariais e Turismo** (fcetou) del **Campus de Ourense** (Universidade de Vigo) organiza el III Encuentro Doctoral del Programa Interuniversitario en Turismo en formato virtual y presencial.

El objetivo de este Encuentro es reunir al alumnado del programa de doctorado para presentar, difundir y compartir los avances de su tesis doctoral, en un debate abierto y de rigor sobre sus investigaciones. El Encuentro adopta la forma del seminario de trabajo conjunto entre estudiantes y profesores, siendo una actividad de realización obligatoria para el alumnado de segundo y tercer curso del programa de doctorado.

[DESCARGAR PROGRAMA DETALLADO](#)

Los/as doctorandos/as que defienden trabajo deben subir su **presentación en formato pdf** al enlace de drive que se les ha mandado vía mail **antes del 28 de junio de 2024**.

Mail de contacto para dudas: info@masterturismoourense.es

Fuente. [REDINTUR](#) (11/06/2024)

IV Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla



Del 9 al 11 de octubre tendrá lugar el [IV Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla](#). Este foro, que reúne a un amplio conjunto de profesionales, trata sobre turismo y deporte, cruceros, inteligencia artificial para dar servicio al turista, promoción turística y cine, turismo para colectivos con demandas específicas y proyectos de investigación en turismo, entre otros temas. Es presencial y sus fechas más importantes son:

- Fechas de inscripción: desde el **01 de junio** hasta el **31 de julio**, el precio será de 90€ (precio reducido). Entre el **01 de agosto** y el **30 de septiembre** el precio será de 120€
- Fecha límite envío de comunicaciones: **30 de junio de 2024**.
- Comunicación de aceptación de trabajos: A partir del **16 de julio de 2024**.
- Fecha límite inscripción: **30 de septiembre de 2024**.

El Foro incluye una convocatoria de 40 ayudas (hasta 500€ en transporte y alojamiento) para los asistentes que presenten una comunicación o para los que participen en el doctoral colloquium. Toda la información está disponible en el [documento adjunto](#).

Fuente. [REDINTUR](#) (7/06/2024)

El turismo nacional aumenta un 52% con mayor anticipación de reservas

El turismo en España sigue mostrando señales de crecimiento positivo a medida que nos adentramos en los meses de verano de 2024. Según datos recientes de la agencia de viajes [Destinia](#), **las reservas para destinos en España han aumentado un 32%** en comparación con las mismas fechas del año pasado, continuando la tendencia alcista observada en los últimos años.



Una característica destacable de este año es la **anticipación en las reservas por parte del turista nacional**, lo que ha hecho que controlen más el gasto frente a las continuas subidas de precios. A diferencia del año pasado, cuando se observó un pico significativo a finales de mayo y principios de junio, este año muchas de estas reservas se realizaron con mayor antelación. Esto ha llevado a una suavización del pico estacional, con cifras que se estabilizan poco a poco. **Se espera que el porcentaje de aumento de reservas disminuya ligeramente en las próximas semanas debido a esta tendencia de anticipación.**

El turismo nacional ha experimentado un notable aumento del 52% y el número de turistas extranjeros también ha subido un 7%, aunque este incremento es menos pronunciado en comparación con los turistas nacionales debido a que los extranjeros suelen reservar con mayor antelación.

Entre los principales mercados **emisores de turistas extranjeros** hacia España se encuentran **Portugal, Italia, Francia, Estados Unidos y Alemania**. No obstante, se ha registrado una bajada en el número de clientes procedentes del Reino Unido. Estos países continúan siendo fundamentales para el sector turístico español, aportando un flujo constante de visitantes que dinamizan la economía local. Por otro lado, **el número de españoles que viajan al extranjero ha disminuido un 2%** en comparación con 2023.

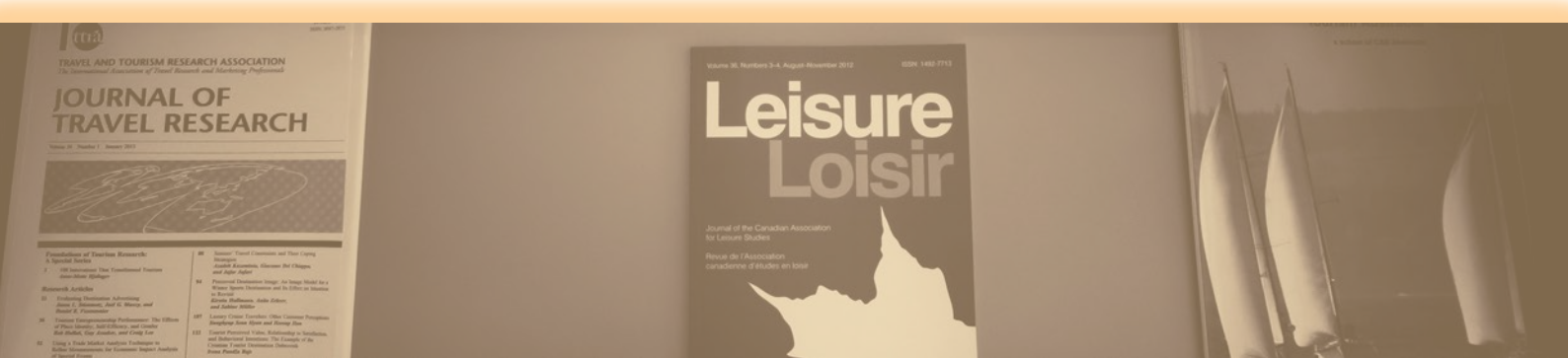
Destinos populares para el verano 2024

En cuanto a los destinos más populares, se observan diferencias notables entre las preferencias de los turistas nacionales y los extranjeros. **Para los españoles, Almería** ha subido significativamente en popularidad, posicionándose como el destino número uno, seguido por **Tarragona, Gran Canaria, Málaga, Alicante y Cádiz**. En el ámbito de **los turistas extranjeros, Mallorca** sigue liderando con un 31% de las reservas, seguida por **Barcelona, Tenerife, Tarragona, Madrid y Gerona**.

A nivel de ciudades concretas, los destinos favoritos para los turistas españoles son **Mojácar, Salou, Benidorm, Roquetas de Mar, Chipiona y Playa del Inglés**. Por otro lado, los extranjeros prefieren Playa de Palma, Barcelona, El Arenal, Palma de Mallorca, Madrid y Salou.

El panorama de precios también ha mostrado variaciones importantes. **El precio medio por persona y por noche en 2024 se sitúa en 64€, lo que representa una variación del 7% respecto a 2023.**

Fuente. [Tecnohotelnews](#) (06/06/2024)



What Makes Consumers Purchase Social Media Influencers Endorsed Organic Food Products

Dado el creciente interés por un consumo saludable y sostenible, los alimentos orgánicos han ganado mucha atención por parte de restaurantes y mercados con el objetivo de lograr una ventaja competitiva. Como una nueva forma de boca a boca, el respaldo de personas influyentes ayuda a los especialistas en marketing de alimentos orgánicos a llegar y atraer a consumidores potenciales. Sin embargo, se sabe poco sobre la capacidad de persuasión del marketing de influencers en entornos de alimentos orgánicos. Basándose en la teoría de la credibilidad de la fuente, este estudio propone la credibilidad de los influencers como la clave del marketing de influencers y examina su impacto en las respuestas de los consumidores. Utilizando datos de una encuesta en línea, el modelado de ecuaciones estructurales reveló una relación significativa y positiva entre todas las dimensiones de credibilidad (experiencia, confiabilidad, atractivo e interactividad) y la calidad de la información percibida que conduce a la intención de comportamiento. Además, se encontró una moderación significativa del comportamiento gregario en la relación entre la credibilidad y la calidad de la información. Estos hallazgos proporcionarán información útil para que los especialistas en marketing de alimentos orgánicos desarrollen estrategias efectivas de marketing de influencers.

Cornell Hospitality Quarterly (2024)

 Cornell Hospitality Quarterly Volume 60 • Number 4 • November 2019	
Editorial	284 From the Editor—Exploiting Opportunities, and Thanks! BRUCE TRACEY
Articles	285 Microcelebrity: The Impact of Information Source, Hotel Type, and Misleading Photos on Consumers' Responses LU ZHANG, PEI-JOU KUO, AND MICHAEL MCCALL
	298 Big Data in Hotel Revenue Management: Exploring Cancellation Drivers to Gain Insights Into Booking Cancellation Behavior NUNO ANTONIO, ANA DE ALMEIDA, AND LUIS NUNES
	320 Millennial Attitudes Toward Online and Traditional Training Methods: The Role of Training Utility and Satisfaction RENATA F. BERNARDES, RENATA F. GUZZO, AND JUAN M. MADERA
	335 Financing Decisions and Performance of Italian SMEs in the Hotel Industry MARCO BOTTA
	355 The Impact of Religious Freedom Laws on Destination Image ERIC D. OLSON AND HEEYLE (JASON) PARK
	370 Organic Versus Solicited Hotel TripAdvisor Reviews: Measuring Their Respective Characteristics STEPHEN W. LITVIN AND REAGAN N. SOBEL
	378 The Value of Timing Flexibility in Restaurant Reservations GARY M. THOMPSON
 journals.sagepub.com/home/hqj ISSN: 1938-9655  The Hotel School Cornell SC Johnson College of Business	

From tourists to nomads: unveiling the transformative potential of digital nomads in travel and tourism

Worldwide Hospitality and Tourism Themes,
Vol.16, No. 3 (2024)



Objetivo

El objetivo principal del presente estudio es revelar este fenómeno relativamente nuevo en el contexto de los viajes y el turismo. De acuerdo con este propósito, el estudio proporciona una visión integral del concepto de nomadismo digital a través de una perspectiva turística, analiza la relación entre el nomadismo digital, los viajes y el turismo, examina las oportunidades y amenazas del nomadismo digital y, finalmente, descubre su impacto transformador.

Diseño/metodología/enfoque

Este estudio conceptual examinó datos secundarios, es decir, literatura existente. En estos datos, la atención se ha centrado en el aspecto turístico del fenómeno nómada digital.

Recomendaciones

Los resultados sugieren que el nomadismo digital introduce una perspectiva novedosa sobre la naturaleza de los viajes y la movilidad turística, junto con una tipología turística distinta caracterizada por rasgos únicos. Además, los resultados indican que, si bien el nomadismo digital contribuye a la economía local y al cambio cultural, por un lado, plantea desafíos en términos de regulaciones e impuestos, por el otro. En este contexto, se puede concluir que los legisladores deberían establecer regulaciones para el empleo de nómadas digitales.

Originalidad/valor

El estudio revisa exhaustivamente la literatura relevante de diversas maneras, realiza una conceptualización de los turistas nómadas digitales y hace una contribución teórica notable dentro del contexto del turismo. Aborda las lagunas en la literatura existente, particularmente en contextos específicos como el estatus legal de los nómadas digitales, los impuestos, la prevención de la gentrificación, los intercambios culturales, la transformación de la identidad y el impacto en los viajes y el turismo.

A 30-year journey of hospitality and tourism research: a comprehensive topic modelling analysis

Objetivo

El propósito de este estudio es proporcionar una descripción general de la investigación realizada sobre artículos de hotelería y turismo publicados en revistas de categoría Q1 desde 1990 hasta 2023. Este estudio también tiene como objetivo medir la prevalencia del tema en revistas seleccionadas a lo largo de los años, su cambio a lo largo del tiempo y Similitudes de las revistas.

Diseño/metodología/enfoque

El algoritmo de asignación de Dirichlet latente se utiliza como método de modelado de temas para identificar y analizar temas en la investigación en hotelería y turismo durante los últimos 30 años.

Recomendaciones

Los resultados del estudio indican que la investigación en hotelería y turismo se ha centrado recientemente en temas como el comportamiento de los empleados, la satisfacción del cliente, las reseñas en línea, el turismo médico y la experiencia turística. Sin embargo, los resultados también indican una tendencia negativa en temas como la gestión hotelera, la sostenibilidad, la profesión, el crecimiento económico y el destino turístico.

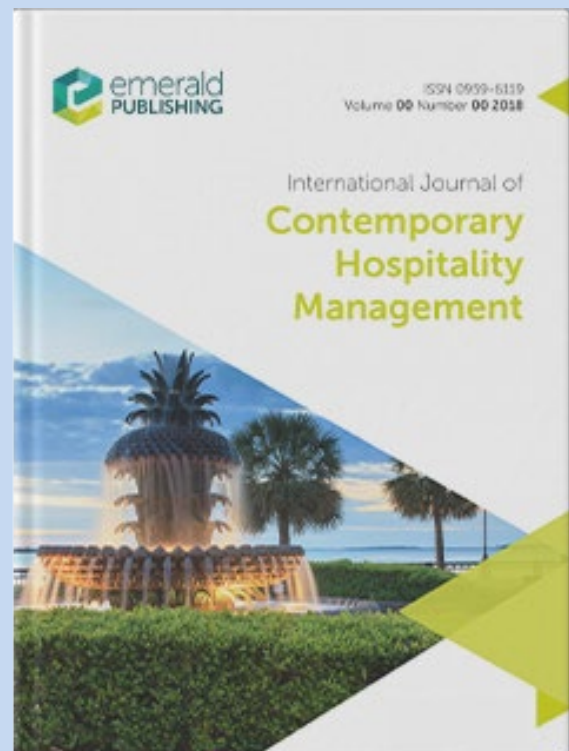
Implicaciones prácticas

Este estudio se puede utilizar para examinar la evolución de los patrones de investigación a lo largo del tiempo, encontrar temas fríos y calientes y descubrir áreas no explotadas o poco estudiadas. Esto puede ayudar a los académicos en sus investigaciones y a los profesionales a tomar decisiones estratégicas acertadas.

Originalidad/valor

Este estudio contribuye a la literatura existente al proporcionar un nuevo enfoque y un análisis integral de los temas de investigación en hotelería y turismo. Delinea una visión general de la progresión de la investigación en hotelería y turismo durante los últimos 30 años, identifica los temas de tendencia y explora los impactos potenciales que estos temas identificados pueden tener en estudios futuros.

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 36, No. 7 (2024)



Visit Intention Via Mobile App Usage in Pandemic Alleviation: Influences of Regulatory Focus and Risk

Journal of Hospitality and Tourism Research, Vol. 48,
No. 5 (2024)



Este estudio examina la relación entre el alivio de la pandemia y la intención de los turistas de visitar sitios turísticos y hoteleros. Identifica que el enfoque regulatorio de los turistas afecta su percepción de riesgo al visitar sitios turísticos y hoteleros a través del uso de aplicaciones móviles durante la etapa de alivio de la pandemia. Se adoptaron métodos mixtos que combinan modelado cuantitativo y experimentación. Se analizó un total de seis conjuntos de datos de panel sobre el uso de aplicaciones móviles en Corea del Sur durante y después de la primera ola de la pandemia, respaldados por un estudio experimental para probar el efecto causal. Los resultados revelan una intención cada vez mayor de participar en actividades turísticas y hoteleras in situ durante el período de alivio de una ola pandémica. Esta tendencia es más fuerte para los turistas centrados en la promoción (frente a los centrados en la prevención). El estudio experimental también confirma que la percepción del riesgo media la relación entre el alivio de la pandemia y la intención de visita. Esta investigación proporciona información para facilitar la recuperación de la industria de viajes y hotelería.

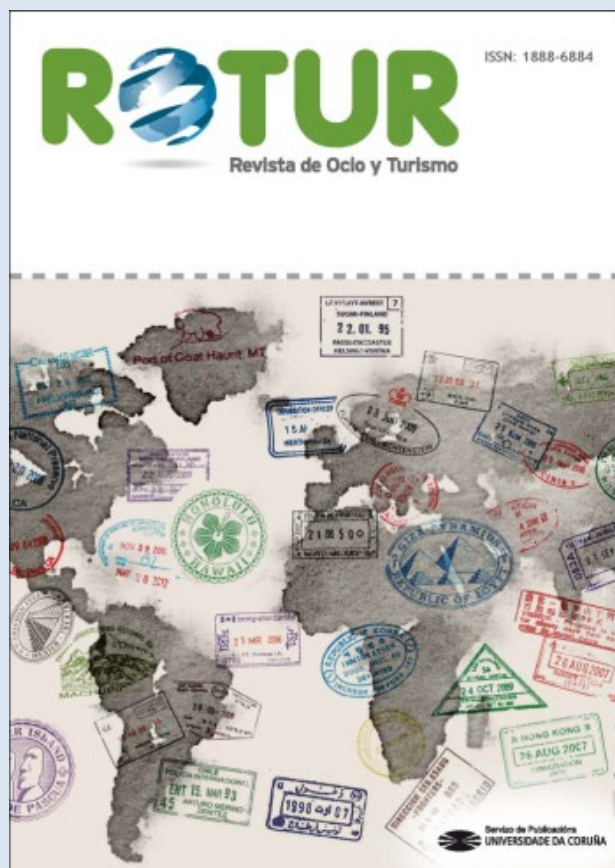
Puntos destacados:

- Los registros de uso de aplicaciones móviles reflejan la intención de visita a sitios turísticos durante la pandemia.
- El riesgo percibido media el efecto del alivio de la pandemia en la intención de visita.
- Las personas centradas en la promoción muestran una mayor intención de visitar cuando las olas pandémicas disminuyen.
- Se adoptó un enfoque de métodos mixtos para examinar los efectos antes mencionados.

Dark leadership: una aproximación al estudio de liderazgos tóxicos y su impacto en la industria hotelera

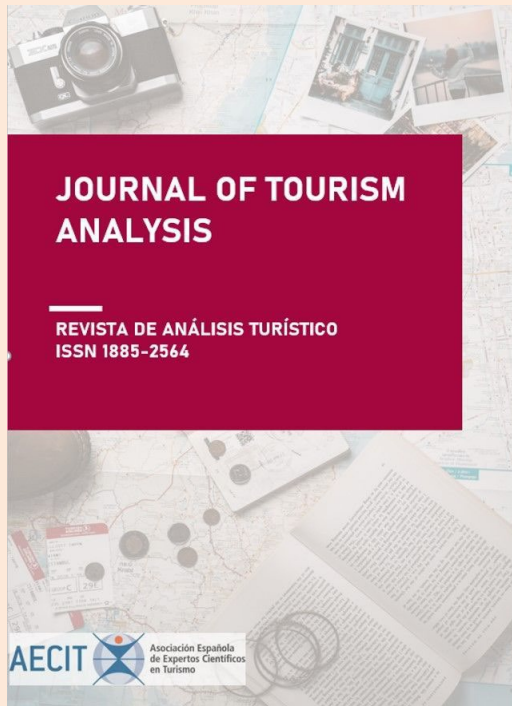
El liderazgo puede constituir un factor diferencial clave para lograr el éxito empresarial. Por ello, su estudio ha cobrado una creciente importancia con la intención de discernir aquellos estilos de liderazgo que generan mayores efectos positivos en los entornos organizativos. Sin embargo, no todos los jefes adoptan liderazgos positivos, demostrando distintos estudios que en determinados sectores — como la industria hotelera— es frecuente encontrar los denominados “liderazgos destructivos”, los cuales pueden generar importantes efectos negativos para las organizaciones y sus miembros. El presente trabajo pretende revisar determinados estilos *negativos* de liderazgo, analizando algunos de sus efectos en trabajadores de hotel. En concreto, se presenta un estudio en el que se analizan los efectos de dos liderazgos destructivos (la supervisión abusiva y el liderazgo despótico) en la *intención de permanecer en la empresa* en una muestra de empleados de hoteles certificados con la Q de Calidad del Instituto de Calidad Turística Española (ICTE). Este estudio pretende ofrecer una explicación a las altas tasas de absentismo y rotación habituales en el sector, que han derivado en un problema actual para las empresas hoteleras, las cuales enfrentan dificultades para captar y retener el talento. Los resultados de este estudio demuestran el impacto negativo de los liderazgos destructivos en la intención de continuar en el trabajo del empleado hotelero.

Rotur: Revista de Ocio y Turismo, Vol. 18, No. 1 (2024)



Análisis Fotográfico del Hashtag Solotravel y sus Implicaciones de Género

Journal of Tourism Analysis -Revista de Análisis Turístico,
Vol. 31, No. 1 (2024)



Solo Travel es uno de los tipos de turismo que más está creciendo en los últimos años, a pesar de ello, continúa siendo un área de investigación poco explorada en el campo del turismo, la hostelería y los eventos. El objetivo de este estudio es analizar las publicaciones de Instagram que contienen el hashtag #solotravel mediante un análisis fotográfico. El primer paso ha sido organizar las publicaciones en torno al hashtag #solotravel. Después se ha realizado un análisis de contenido de esas publicaciones basado en dimensiones temporales, geográficas, demográficas e idiomáticas. Posteriormente, se ha realizado un análisis semiótico para ver cómo las dimensiones anteriores están relacionadas con las imágenes. Del análisis realizado se puede inferir que muchas de las publicaciones que utilizan el hashtag #solotravel lo hacen para llegar a una mayor audiencia; los hombres publican con el hashtag #solotravel casi en la misma proporción que las mujeres; la experiencia, el logro, el empoderamiento, la autorrealización, salir de la zona de confort o la superación de los límites, son las mayores motivaciones y recompensas de viajar solo/a y, por último, que la seguridad ocupa la mayor parte de los consejos que ofrecen las personas que ya han viajado solas, especialmente entre las mujeres.

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 18 N° 1 (2023)



Investigaciones Turísticas. N° 27 (2024)



Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 22 N° 2 (2024)



Journal of Tourism Analysis. Revista de Análisis Turístico. Vol 31 N° 1 (2024)



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



Cuadernos de turismo. N° 52 (2023)



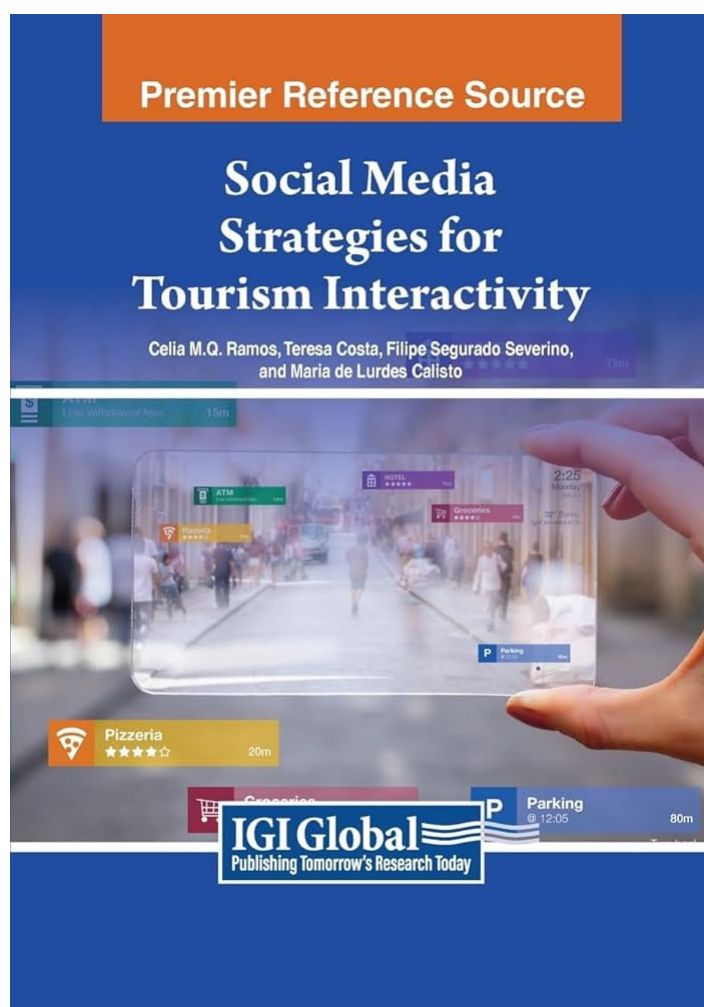
Ara Journal. Vol 13 N° 1 (2023)



Estudios Turísticos. N° 226 (2023)

Social Media Strategies for Tourism Interactivity

La industria turística mundial se encuentra en una encrucijada y enfrenta desafíos sin precedentes que exigen atención inmediata. A pesar de su innegable importancia económica, el sector ha resistido varias crisis, lo que ha provocado una reevaluación crítica de su *modus operandi* tradicional. Los tomadores de decisiones se enfrentan a la necesidad urgente de un enfoque transformador y se preguntan cuál es la mejor manera de navegar en la compleja red de problemas que amenazan la estabilidad de la industria. La convergencia de los comportamientos turísticos en evolución, las incertidumbres relacionadas con las nuevas tendencias y la creciente presión por la sostenibilidad crean una necesidad apremiante de estrategias colaborativas impulsadas por la tecnología para remodelar el futuro de la gestión turística.



Estrategias de redes sociales para el turismo La **interactividad** emerge como un recurso fundamental en este panorama tumultuoso. En las páginas de este libro se desarrolla una guía estratégica para los tomadores de decisiones que buscan prosperar frente a los desafíos. Al profundizar en las tendencias actuales de competencia cooperativa entre micro, pequeñas y medianas empresas (PYME) tradicionales, el libro aboga por un enfoque transformador que aproveche los avances tecnológicos y la digitalización. Explora cómo estas estrategias pueden conducir a una utilización más eficiente de los recursos, una rápida adaptación a las cambiantes demandas turísticas y un equilibrio sostenible que se alinee con las preocupaciones contemporáneas. En el contexto de cambios rápidos, este libro se convierte en una herramienta esencial, que ofrece soluciones prácticas y visionarias para los desafíos sustanciales de la industria del turismo.

Diseñado para una audiencia diversa de investigadores, profesores, estudiantes, formuladores de políticas, empresarios y otras partes interesadas en el turismo y la hotelería, el libro sirve como un recurso integral. Cubre una amplia gama de temas, que incluyen inteligencia artificial, análisis empresarial, economía circular y

turismo inteligente. Al abordar los desafíos matizados que enfrentan las MIPYME y brindar información práctica, el libro capacita a sus lectores no solo para comprender sino también para dar forma activa al futuro de la gestión turística. Como guía indispensable para navegar por la compleja interacción de las redes sociales y el turismo, prepara a sus lectores para aceptar el cambio, fomentar la colaboración y trazar un rumbo hacia un futuro sostenible y resiliente para la industria.

Empowering Women, Children, and Animals: Ecofeminism in Tourism Through the Inequalities of Female Hotel Housekeepers

- **Autor:** Almudena Otegui Carles
- **Universidad:** Universidade de Vigo
- **Facultad:** Facultad de C.C. Empresariales y Turismo
- **Fecha de defensa:** 7 de junio 2024
- **Dirección:** Dra. Noelia Araújo Vila y Dr. José Antonio Fraiz Brea



La sostenibilidad es un concepto que tiene diferentes significados (Hatipoglu et al., 2014) y, aunque su relación con la lucha por la igualdad de género no siempre está clara para todo el mundo, la sostenibilidad es inseparable de la igualdad de género ya que nunca se podrá alcanzar la sostenibilidad si la mitad de la población no tiene los mismos derechos y libertades que la otra mitad (United Nations, 2015). En esa lucha por alcanzar la igualdad de género surgen el feminismo y sus diferentes corrientes, confrontando al patriarcado y al silencio que su violencia produce (Jensen, 2021). Este movimiento, diverso y a veces discordante, aborda la desigualdad

de poder arraigada en las estructuras opresivas que afectan no solo a mujeres, también a otros grupos marginados por esas mismas estructuras en base a su clase, raza, etnia, edad, educación, orientación sexual o discapacidad (Sollund, 2020a). Ello conlleva múltiples formas de opresión y de violencia estructural, incluyendo las que sufren niños, niñas y animales, los cuales son víctimas de las acciones, ideologías y filosofías patriarcales, tratándoles frecuentemente como mercancía o recursos explotables más que como seres con derecho a la libertad y libres de cualquier abuso físico o psicológico (Gruen, 1993; Sollund, 2020a). En el intento de incluir en la lucha feminista los derechos de las niñas y niños, de los animales y la protección de la naturaleza, surge el ecofeminismo (Cragnolini, 2019).

En este escenario, el objetivo de esta tesis es analizar, profundizar y entender las condiciones de trabajo de las camareras de piso en España, cómo esas condiciones impactan en su salud y en su vida, y cómo se podrían mejorar, explorando posibles soluciones y mejoras.

Overtourism en destinos urbanos: alcance y medidas de contención

- **Autora:** Sofía Mendoza de Miguel
- **Universidad:** Universidad Complutense de Madrid
- **Facultad:** Facultad de Geografía e Historia
- **Fecha de defensa:** marzo de 2024
- **Dirección:** Dra. María García Hernández y Dr. Manuel de la Calle Vaquero



La tesis se ocupa del estudio del overtourism en destinos urbanos; su objetivo es determinar el alcance del fenómeno en diez ciudades españolas (Barcelona, Madrid, València, Donostia/San Sebastián, Málaga, Sevilla, Palma, Bilbao, Santiago de Compostela y Gijón/Xixón) y analizar las medidas de contención que se están aplicando en ellas, así como otras estrategias que se pueden adoptar para evitar o mitigar los impactos negativos del fenómeno.

Para ello se ha partido de la conceptualización del overtourism, que, tal y como se define en esta

tesis, consiste en el fenómeno por el cual la turistificación de un territorio genera unos impactos negativos que son percibidos por los residentes como superiores a los beneficios que reporta. Por otro lado, se han identificado un conjunto de objetivos centrales –descongestión, descentralización, desestacionalización, diversificación y concienciación o sensibilización de residentes y turistas–, en torno a los cuales se han organizado las estrategias y medidas examinadas.

Los resultados muestran que el alcance del overtourism depende de muchas variables y no está en relación directa con los datos cuantitativos, lo que apoya la concepción de overtourism defendida en esta tesis.

El análisis de las medidas y estrategias ya implementadas revela que los destinos analizados están trabajando en cierta medida para controlar el fenómeno, aunque sigue predominando un enfoque de crecimiento. Las acciones más habituales son las relacionadas con la aplicación de soluciones inteligentes, el demarketing, la regulación urbana de la actividad turística (control del alojamiento, de la ocupación del espacio público y de la movilidad) y la implantación de tasas turísticas, encaminadas en su mayoría a la descongestión del espacio y la descentralización.

CONGRESOS / CONFERENCES

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

Tourism conferences						
Today	◀	▶	July 2024			
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
1 Jul	2	3	4	5	6	7
			III Encuentro			
8	9	10	11	12	13	14
			5TH CITUR INTERNATIONAL			
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1 Aug	2	3	4

+ 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

IV Congreso Internacional de Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural en destinos de interior – 20/06/2024

5th International Conference on Tourism and Business (ICTB) – 30/06/2024

Travel and Tourism – 30/06/2024

IV Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla – 30/06/2024

XXIII Congreso AECIT – 08/07/2024

ICOTTS'24 – The 6th International Conference on Tourism, Technology & Systems – 15/07/2024

International Conference on Disaster Tourism and Management (ICDTM) – 17/07/2024

SUMAC 2024 – 19/07/2024

ENTER 2024

Revistas

International Journal of Event and Festival Management – Fostering belonging through event design – 01/07/2024

Tourism Economics – Wine, tourism and Hospitality Economics – 30/08/2024

Tourism Recreation Research – 31/08/2024

Journal of Hospitality and Tourism Insights -Sustainability Management from a Behavioral Perspective in Hospitality and Tourism – 30/09/2024

International Journal of Contemporary Hospitality Management- Corporate Digital Responsibility in Hospitality and Tourism – 31/12/2024

Libros

Artificial Intelligence and Data Science for Sustainability: Applications and Methods - 31/07/2024