BOLETÍN
DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 116 | MAYO DE 2023

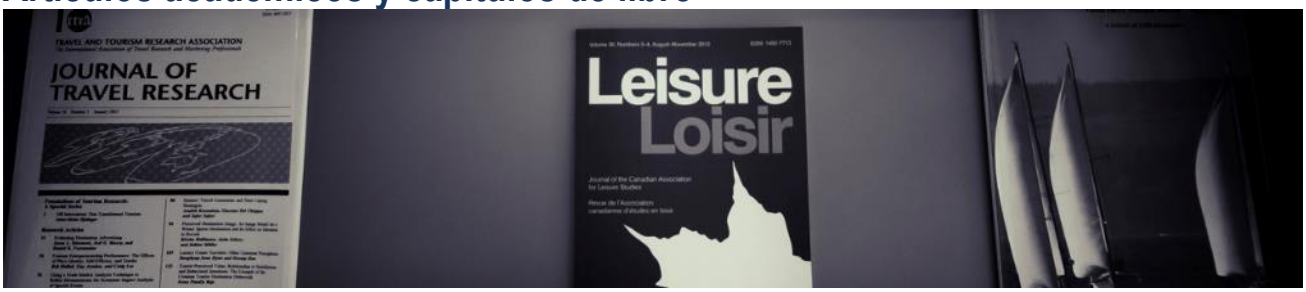
SICTUR

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
RED INTUR

Noticias

Artículos académicos y capítulos de libro



Libro

Tesis doctoral

Congresos científicos

Llamada a autores

Proyectos como el de enoturismo de Montilla dan “un plus” al destino España

El ministro de Industria, Comercio y Turismo, Héctor Gómez, ha destacado en Montilla (Córdoba) que el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino denominado 'Amontíllate: vivir la experiencia del vino en Córdoba', que se desarrollará en dicho municipio con una inversión del Gobierno central de 2,7 millones de euros de los fondos de recuperación, es del tipo de proyectos "que le dan un plus, un valor añadido al destino a España".

En este sentido y en declaraciones a los periodistas, poco antes de visitar las Bodegas Pérez Barquero junto a la secretaria general del PSOE de Córdoba, Rafi Crespín, y el alcalde de Montilla y candidato socialista a la reelección, Rafael Llamas, el ministro ha señalado "España es una referencia mundial como destino turístico" y "estamos en una fase de análisis del sector" en la que "estamos superando, mejorando los datos prepandemia, en cuanto a gasto en destino".

Es más, según ha añadido, "Andalucía tiene un potencial enorme, que hay que trabajar", con el que "hay que ir de la mano de la iniciativa privada, para tener un destino mejor, un destino más sostenible, en la línea de lo que representa hoy España", y "somos muy optimistas", ya que, "a pesar de todas las dificultades que hemos tenido en estos últimos cuatro años, España sigue siendo un país muy competitivo". En concreto, según ha resaltado Héctor Gómez, "estamos en una línea de crecimiento prácticamente doblando la media europea, estamos a la cola de la inflación en Europa y los datos turísticos son magníficos, pero nuestra vocación, nuestra orientación en la política turística tiene que ser precisamente en materia de sostenibilidad". "Estamos en un escenario de transición y, por lo tanto --ha proseguido--, desde el municipalismo, proyectos como este, que se incorpora dentro del Plan de Sostenibilidad de los fondos europeos, son los que realmente nos dan un plus, y en ese plus siempre va a estar el Gobierno de España, apoyando proyectos de presente y, sobre todo, de futuro, generando sinergias que, desde luego, nos posicionan, y van a ser también un impulso potente para Andalucía, no solo para Córdoba y Montilla, sino para el conjunto de la comunidad".

Se pretende "ampliar la dimensión de la experiencia turística para dar cabida a toda la cadena de valor enogastronómica, lo que permitirá a los visitantes profundizar en el conocimiento del origen de esas materias primas, sus procesos de recolección y transformación, entre otros" vinculados al sector vitivinícola.

Fuente. La Vanguardia (22/05/2023)

España promocionará su oferta turística en la India por primera vez tras la pandemia

Turespaña ha abierto la convocatoria para las Jornadas Directas para el Mercado de India, que se celebrarán del 4 al 6 de octubre, en las ciudades de Delhi, Bangalore y Bombay y están dirigidas a entidades de promoción turística y empresas españolas.

El objetivo de estas Jornadas en la India es reactivar y favorecer la comercialización del sector turístico español en este país emisor, y posicionar a España como un destino turístico de "calidad, seguro y sostenible". Las jornadas, cuyo plazo de inscripción finaliza el próximo 21 de junio, congregarán a más de 400 agentes de viajes y turoperadores indios, seleccionados previamente por la Consejería de Bombay.

Se desarrollarán en las tres principales ciudades emisoras de la India, Delhi, Bangalore y Bombay, de forma que los asistentes españoles tengan la oportunidad de interactuar y mantener reuniones bilaterales con los agentes invitados de este país, a fin de profundizar en la extensa oferta turística española.

Estas celebraciones son las primeras que se celebran en el mercado indio tras la pandemia y la apertura total de los flujos turísticos internacionales en la India, a finales de marzo de 2022.

En 2022, el gasto medio por persona y la estancia media de los turistas indios han superado los niveles de 2019, con 2.423 euros y 9 días, respectivamente. En ese año, el gasto total fue de 361 millones de euros efectuados por los 145.000 turistas indios que visitaron España.

En 2019, último año de referencia global, el turista indio en España realizó un gasto total de más de 584 millones de euros, con gasto medio diario de 357 euros (202 euros más alto que el medio de toda España); un gasto medio por persona de 1.857 euros, muy por encima de la media internacional en España (1.101 euros) y una estancia media de 5,5 días.

Fuente. EuropaPress Turismo (23/05/2023)

España, el primer destino turístico de festivales de música a nivel mundial

Si todo el sector de eventos ha salido escopeteado tras la pandemia, los festivales posiblemente sea la parte de la industria que más activa está, convirtiéndose en un gran reclamo en España: cada año surgen y se celebran más eventos musicales, dato reflejado en el libro Festivales de España de David Saavedra, en el que se prevé un aumento en España para la temporada primavera-verano, superando los más de 900 festivales realizados en 2022. ¡Vamos!

Los festivales de música son eventos que atraen cada vez a más de personas. Son un generador de turismo en España, ya que muchos extranjeros planifican sus viajes para asistir a estos eventos de música, y de paso, descubrir la cultura española, y creadores de puestos de trabajo relacionado con la música y la producción audiovisual.

Los festivales no solo tienen un impacto positivo en el turismo, sino que también generan importantes beneficios económicos a nivel local y nacional. Los festivales de música crean empleos temporales y permanentes, y generan ingresos en la industria de la hostelería, el transporte de las ciudades que los acogen. Según el Anuario de la Música en Directo, presentado por la Asociación de Promotores Musicales (APM), en 2022 la industria de la música en directo rompió un récord histórico de facturación en venta de entradas con 459,2 millones de euros. Cabe destacar que, en términos de empleo, se prevé una recuperación de la ocupación acorde a la recuperación del sector, rondando los 300.000 empleos generados pre pandemia.

Con la llegada del verano y la temporada de festivales, se abren numerosas oportunidades de trabajo relacionadas con la organización y producción para técnicos de sonido, productores audiovisuales, diseñadores gráficos, fotógrafos, personal de coordinación, DJs, etc. En resumen, los festivales traen consigo oportunidades de trabajo en diferentes áreas relacionadas con la producción visual y sonora.

Fuente. Eventoplus.com (23/05/23)

Exploring the gendered tourism entrepreneurial ecosystem in Barcelona and responses required: a feminist ethic of care

Barcelona es un lugar atractivo en España para el emprendimiento turístico; sin embargo, las mujeres están significativamente subrepresentadas.

Este estudio adopta una perspectiva de base local y un lente teórico feminista de la ética del cuidado para dar voz a las mujeres emprendedoras del turismo y miembros del ecosistema emprendedor en Barcelona. El objetivo del análisis es comprender la cultura del ecosistema emprendedor y busca responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo un ecosistema emprendedor que opera en un contexto de emprendimiento turístico caracterizado por barreras de género encuentra apoyo a través de recursos y políticas de equidad de género? Para abordar esta cuestión, se ha aplicado la teoría feminista para analizar las entrevistas semiestructuradas con mujeres emprendedoras y personas comprometidas con el ecosistema emprendedor de Barcelona.

i.) Caza y cuidado: División de Emprendimiento de Género ; ii.) Condicionamiento social y normas de género: reforzamiento de las desigualdades de género y iii.) Emprendimiento y penalización de la maternidad.

Los hallazgos llaman la atención sobre los sesgos de género y las oportunidades para mejorar la equidad en el ecosistema emprendedor en Barcelona mediante el empleo de una ética del cuidado y el compromiso con la diversificación.

Journal of Sustainable Tourism
(2023)

Next generation employability and career sustainability in the hospitality industry 5.0

Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 15, No. 3 (2023)

Con una revolución de la industria 5.0 en la industria hotelera, se anticipa un cambio del trabajo manual al cognitivo, caracterizado por una mayor sostenibilidad, resiliencia y un enfoque centrado en el ser humano. En este sentido, la capacidad y la voluntad de los educadores de hotelería para enseñar temas novedosos como la automatización en el trabajo, la mejora de las habilidades de los empleados, la interacción hombre-máquina y los robots de servicio se han vuelto más importantes que nunca. Este estudio tiene como objetivo interpretar las perspectivas de los educadores de hostelería sobre cerrar la brecha en las habilidades de empleabilidad de los graduados de hostelería y turismo (de próxima generación) y las preocupaciones relacionadas con la sostenibilidad de la carrera en tiempos de transición.

Peer Regulation in a Peer-to-Peer Business Model

Los negocios peer-to-peer (P2P) en la industria de la hospitalidad y el turismo plantean un desafío regulatorio que ha interrumpido los esquemas regulatorios tradicionales. Este artículo propone la regulación entre pares como una forma de regulación que complementa y complementa la regulación de mando y control y la autorregulación de plataformas en un modelo de negocio P2P. Utilizando el marco de corregulación policéntrica y la teoría del manejo de la impresión como base teórica, este estudio explora sistemáticamente la regulación entre pares en intrapeer (es decir, comportamientos prosociales y de autocontrol), entre pares (es decir, mecanismo de refuerzo de la confianza y mecanismo de mejora de la pertenencia) y LA plataforma. El artículo también analiza cuestiones críticas de regulación entre pares, como la evaluación de P2P y los sistemas de reputación en un entorno regulatorio múltiple, el empleo de P2P y el aprovechamiento de la autorregulación de la plataforma y la regulación jurisdiccional.

Journal of Hospitality & Tourism Research, Vol. 47, No. 5 (2023)

Females' customer engagement with eco-friendly restaurants in Instagram: the role of past visits

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 35, No. 6 (2023)

El propósito de este estudio es examinar el efecto sobre el compromiso de marca del cliente (CBE) de los seguidores de un restaurante ecológico y de sus percepciones de la originalidad del contenido generado por la empresa publicado en línea por el restaurante y el efecto de CBE en la marca. Las hipótesis se probaron utilizando modelos de ecuaciones estructurales con una muestra de 491 usuarias de Instagram que siguen la cuenta en línea de un restaurante ecológico en particular. Se realizaron dos comparaciones de grupos para probar los efectos moderadores en las relaciones entre CBE y las interacciones entre el consumidor y la marca (intenciones de comportamiento para visitar el restaurante y defensa de la marca).

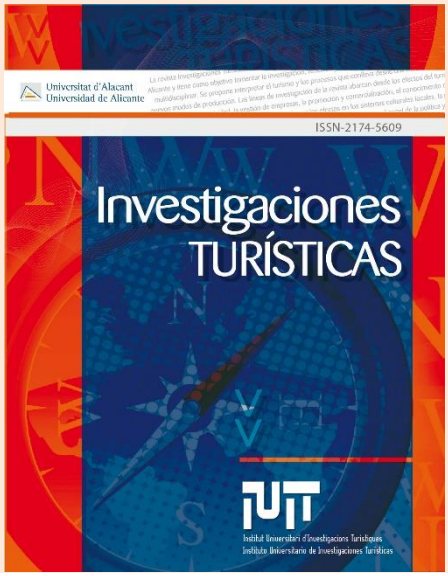
The Ethical Attitudes of Generation Z in Spain Toward Animal-Based Tourism Attractions

La investigación en ética animal y Generación Z en el campo del turismo es un tema poco explorado. Con un enfoque en el desarrollo de ambos campos de investigación, el objetivo de este estudio fue determinar si la Generación Z en España justifica o rechaza el uso de animales en las atracciones turísticas, y establecer qué atracciones específicas con animales son aceptables para la Generación Z y cuáles son no. Los resultados indicaron que la Generación Z no justifica ninguna de las atracciones animales presentadas en el cuestionario. La Generación Z no acepta ninguna de las posibles justificaciones para la existencia de atracciones basadas en animales, y todas las condiciones bajo las cuales los animales deben ser tratados en esas atracciones son importantes para los encuestados de la Generación Z.

Tourism: An International Interdisciplinary Journal Vol. 71, No. 2 (2023)

«Smart Beaches»: análisis del concepto de gestión inteligente aplicado a las playas

Investigaciones Turísticas
Nº 25 (2023)



El presente trabajo analiza las estrategias de gestión turística implantadas en las denominadas *Playas Inteligentes* existentes en España. Esta revisión toma como referencia los conceptos de Ciudad y Destino Inteligente, para proponer una metodología dividida en dos fases: la primera de ellas conceptual, considerando los criterios de gestión en las normas de gestión de playas más empleadas en el país; y en segundo lugar calibradora, extrayendo las mejores prácticas. Así, se presenta una serie de requisitos, con sus respectivas definiciones y experiencias nacionales, que constatan el importante papel de España en el contexto de la inteligencia turística internacional.

Can hotel employees arise internal whistleblowing intentions? Leader ethics, workplace virtues and moral courage

Este estudio investiga la relación entre los comportamientos éticos de los líderes y la denuncia interna entre los empleados del hotel a través del papel de mediación de la virtud organizacional. De acuerdo con el marco conceptual, el liderazgo ético crea un lugar de trabajo virtuoso y fomenta la denuncia de irregularidades.

Para ello Se utilizó un enfoque de encuesta con respuestas de 442 empleados de hoteles egipcios de cinco estrellas. Se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para probar las hipótesis propuestas con base en las teorías de intercambio líder-miembro (LMX) y liderazgo ético.

European Journal of Management and Business Economics
Vol. 32, No. 2 (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 Nº 1 (2023)

Investigaciones Turísticas. Nº 25 (2023)

Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 21 Nº 2 (2023)

Journal of Tourism Analysis. Revista de Análisis Turístico. Vol 30 Nº 1 (2023)

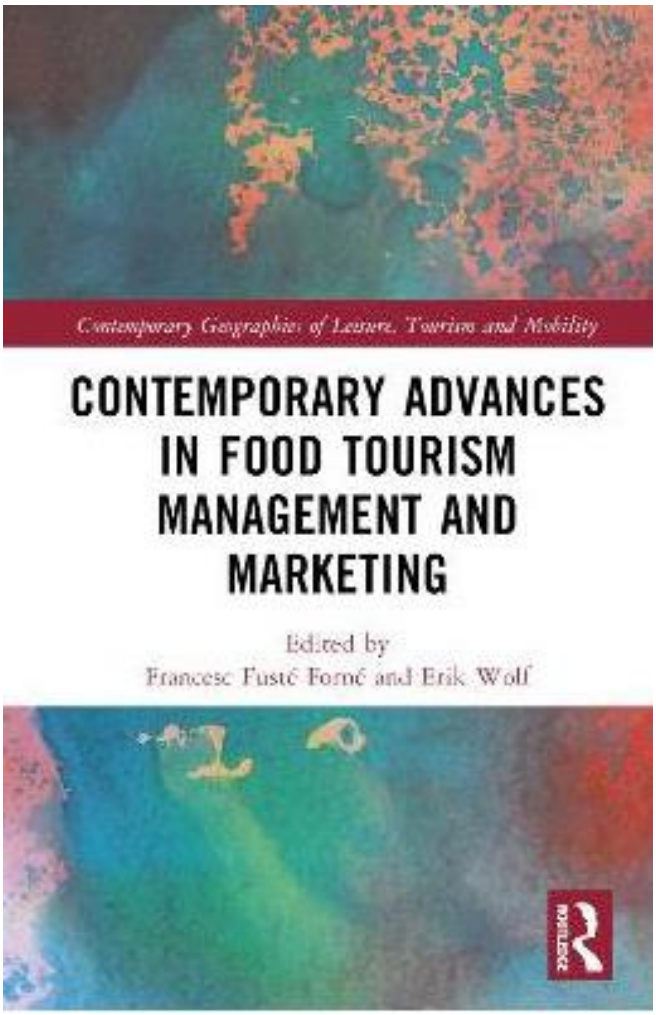
Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 6 Nº 2 (2022)

Cuadernos de turismo. Nº 50 (2022)

Ara Journal. Vol 13 Nº 1 (2023)

Estudios Turísticos. Nº 224. Dedicaco al II Simposio internacional "paradores, turismo y territorio, rumbo al centenario" (2022)

Contemporary advances in food tourism management and marketing



Este libro integral, multidisciplinario y dirigido por expertos brinda información sobre los temas más actuales y perspicaces dentro de la práctica y la investigación del turismo de alimentos y bebidas, elaborado por investigadores y profesionales líderes en el campo.

Las relaciones entre la comida y el turismo no solo han estado en el centro de las experiencias turísticas recientes, sino que se espera que sean cruciales en la transformación del futuro del turismo. Con un enfoque internacional, este libro analiza el fenómeno del turismo gastronómico desde la perspectiva de la oferta y la demanda, desde la salud y la política hasta el alto contacto y la alta tecnología, y reúne los temas relevantes que informan estos avances contemporáneos en la investigación y la práctica del turismo gastronómico. Proporcionando un enfoque holístico de las tendencias recientes y futuras, el libro se divide en 16 capítulos cuidadosamente seleccionados y especialmente encargados que analizan la importancia de la investigación del turismo gastronómico, la gestión y comercialización de las experiencias contemporáneas de alimentos y bebidas, el papel de la responsabilidad en la producción y consumo de turismo gastronómico, y la anticipación de las tendencias futuras en el turismo de alimentos y bebidas. Este volumen combina la investigación académica con la experiencia de los profesionales, lo que permite a los autores explorar, debatir y analizar los desafíos y soluciones futuros de nuestra industria.

Este libro es una lectura esencial para estudiantes e investigadores interesados en el turismo gastronómico, así como para profesionales.

Aportaciones para el desarrollo del necroturismo en la provincia de Málaga. La lápida funeraria: epigrafía, técnicas e iconografía

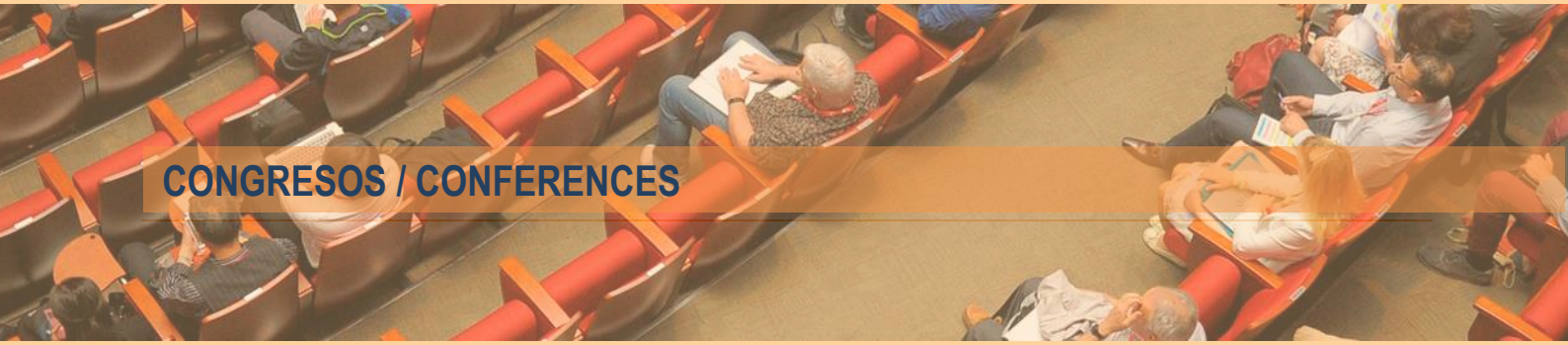
Este estudio surge por la inquietud de unir varias disciplinas que, en un principio, pudieran parecer independientes pero que confluyen en un elemento común: la lápida. Triple perspectiva: como patrimonio funerario, en cuanto patrimonio industrial, y desde su potencial turístico.

Comenzamos con un primer capítulo histórico y evolutivo de los numerosos modos de afrontar el fenómeno de la muerte, siendo diferentes en cada sociedad y época. Importante la producción de la lápida es importante en cuanto actividad artesanal o industrial, el elemento tradicional imprescindible para llegar a su elaboración es la piedra natural que procede de canteras. El proceso, desde su extracción hasta su comercialización, pasa por distintas etapas. Se accede a las canteras con máquinas y llevan a cabo la extracción del bloque primario, Su forma será paralelepípeda, y será sometido a sucesivas subdivisiones hasta llegar a tamaños comerciales. Una vez llegan las piezas a las empresas se procede al corte, con las medidas deseadas. A partir de este momento se inicia el proceso para convertir la piedra desnuda en una lápida funeraria.

Así, se evolucionó hasta llegar al pantógrafo, chorro de arena y finalmente al láser, a base de puntos. Actualmente se está popularizando la porcelana, que tiene la novedad de permitir grandes formatos de impresión. Cabe destacar, no obstante, que el trabajo manual nunca se pierde por completo. A lo largo de todo el proceso, desde el principio hasta que se obtiene el resultado final, la mano del hombre siempre tiene que estar presente, en procesos que la máquina no puede llegar a realizar. La lápida, desde el punto de vista formal, se compone de texto e imagen. La parte textual se denomina «epitafio» y se dedica al difunto. Puede estar escrito en prosa o en verso, y puede tener carácter biográfico, descriptivo, de tributo o laudatorio.

En base a dichas recomendaciones se proponen itinerarios con contenido cultural y patrimonial material e inmaterial. Lo más interesante es que se ofrezca al turista potencial un itinerario razonablemente homogéneo en el que el cementerio propuesto forme parte del mismo de manera natural. Se ofrecerá información sobre alojamiento y restauración. En este punto, pueden aprovecharse las opiniones de los propios viajeros expresadas en internet a través de aplicaciones como Google Maps o TripAdvisor. En cualquier caso, no puede olvidarse que el cementerio es, sobre todo, un lugar donde yacen y son recordados los difuntos, por lo que cualquier promoción y desarrollo turístico debe tenerlo en cuenta a fin de evitar que un turismo desbocado y sin control le haga perder dicho significado.

En cualquier caso, no puede olvidarse que el cementerio es, sobre todo, un lugar donde yacen y son recordados los difuntos, por lo que cualquier promoción y desarrollo turístico debe tenerlo en cuenta a fin de evitar que un turismo desbocado y sin control le haga perder dicho significado.



CONGRESOS / CONFERENCES

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

Tourism conferences

Today June 2023

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
29	30	31	1 Jun	2	3	4
		AEDEM Congreso nacional - Vigo, Pontevedra, E AFMAT 2023 conference - Gerona, Girona, Espai Consumer Behaviour in Tourism Symposium DSOTT'23 | Diversity and Sustainability, Op	ourism, Memory and Heritag			
5	6	7	8	9	10	11
			Hospitality Robotics: Enginee			
12	13	14	15	16	17	18
	53rd Annual Travel and Tourism Research A	RSA Annual Conference 2023 Transforming Regions: Policie Bridging Cultures through Tr				
19	20	21	22	23	24	25
		14th Annual International Religious Tourism and Pilgrimage International Conference on Tourism (ICOT2023) - Nicosia, C				
26	27	28	29	30	1 Jul	2
TEBEC International Conference 2023 - Verc		5th International Conference on Advanced F QATEM Workshop and IATE PhD Workshop				

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

10th International Conference "Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences" – 03/06/2023

5th International Tourism and Retail Service Management Conference (TRMC 2023) – 05/06/2023

XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. TURITEC 2023. – 09/06/2023

The 7th World Research Summit for Hospitality and Tourism – 16/06/2023

III Congreso Internacional de Gestión Turística del Patrimonio Cultural y Natural en destinos de interior – 20/06/2023

7th International Conference on Sustainable Tourism Management (ICSTM) – 25/06/2023

I Congreso Internacional en Turismo Literario y Cinematográfico – 01/07/2023

Livable cities – London – 20/07/2023

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

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

Revistas

Call for Papers for a Curated Impact Collection in Annals of Tourism Research Empirical Insights on the topic of 'litter-free tourism' – 30/06/2023

Revista Galega de Economía. Circular Economy, Sustainability and Degrowth – 30/06/2023

Tourism Geographies on Antarctic Tourism – 30/06/2023

Food, Culture and Society special issue on food, gastronomy and creative economies – 30/06/2023

Information and Communication Technology and Economic Implications in Hospitality and Tourism – 01/07/2023

Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. Special Issue: Technologies of surveillance and control in travel and tourism – 31/07/2023

Journal of Hospitality & Tourism Education. Special Issue on Mindfulness and mental health in hospitality and tourism education and the workplace – 06/08/2023

The Future of the Tourism Profession – 20/12/2023

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

Technology Enabled Competitiveness and Experiences in Tourism – 16/03/2024

Libros

Metaverse marketing and business opportunities – 01/06/2023

Handbook of Tourism, Property and Real Estate – 30/11/2023