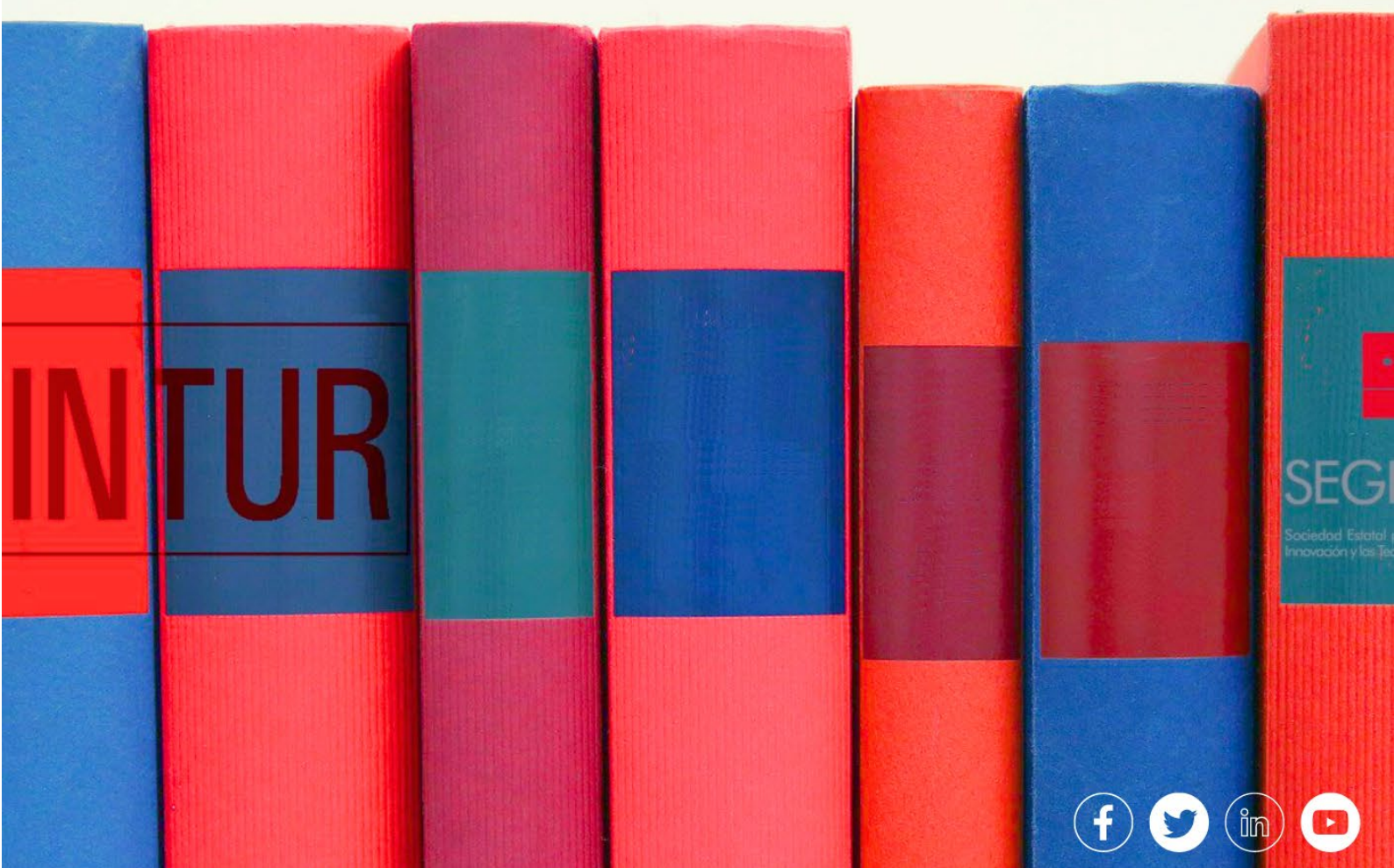


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 128 | MAYO 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

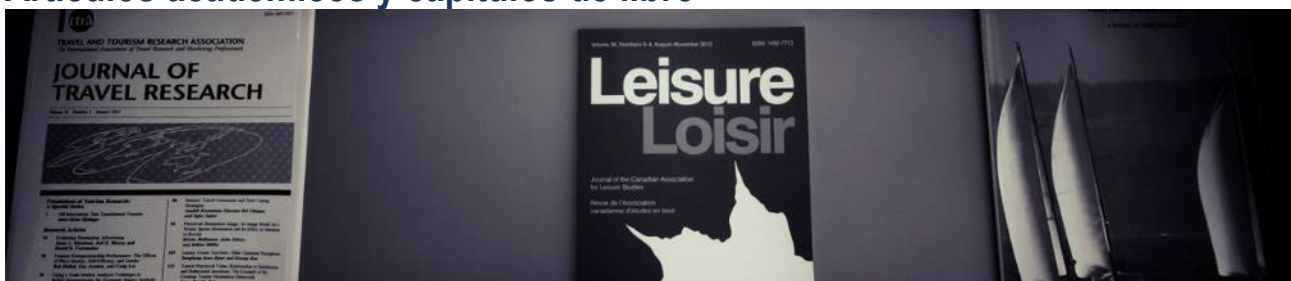


REDINTUR

Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libros



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



Observatorio Auren de Turismo Sostenible



El pasado 22 de mayo de 2024 se ha presentado en Madrid el **Observatorio Auren de Turismo Sostenible**. La finalidad de dicho observatorio está íntimamente ligada a las actuales políticas españolas y europeas de sostenibilidad turística vinculadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, teniendo como propósito principal monitorear y evaluar la sostenibilidad en los destinos turísticos españoles, brindando una visión detallada y comparativa que permita identificar y difundir las mejores prácticas, y a su vez, inspirar la innovación en la industria turística.

La investigación llevada a cabo para el desarrollo del presente **Observatorio Auren de Turismo Sostenible** en España, ha sido desarrollada de forma conjunta por Auren y el Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo en la sede de la Universidad de Málaga con la colaboración de la **REDINTUR**, y la participación de más de 77 destinos turísticos repartidos por todo el territorio nacional.

Tras la apertura del acto por parte de **D. Mario Alonso Ayala**, Presidente de Auren y las palabras de **D^a María Velasco González**, Vocal Asesora de la Secretaria de Estado de Turismo – Ministerio de Industria y Turismo, ha intervenido en representación de la REDINTUR **D. Antonio Guevara Plaza**.



Fuente. REDINTUR (22/05/2024)

Conferencia «Turismo Solidario y Comunitario: el caso de Icáron y Sawa Mara en Kenia»

La próxima semana ponemos fin al CICLO DE CONFERENCIAS REDINTUR, curso 2023/2024, ofertando la séptima actividad de esta iniciativa organizada por la red.

Como broche final del ciclo, serán tres los expertos que compartirán su visión sobre el turismo solidario y comunitario:

- Gina del Rey. Delegada Comercial de Icáron
- Pedro López. Director de Sawa Mara – The Masai Eco Lodge by ADCAM ONG
- Ricardo Pastor. Doctor en Turismo y Delegado Comercial de Icáron

Se celebrará el **28 de mayo a las 16.00 horas**, de modo online, al igual que el resto de conferencias de este ciclo.

La inscripción estará abierta hasta el 25 de mayo o aforo completo: **INSCRIPCIÓN**

REDINTUR
CONFERENCIA ONLINE

**TURISMO SOLIDARIO Y COMUNITARIO:
EL CASO DE ICÁRON Y SAWA MARA
EN KENIA**

GINA DEL REY
Delegada Comercial de Icáron

PEDRO LÓPEZ
Director de Sawa Mara – The Masai
Eco Lodge by ADCAM ONG

RICARDO PASTOR
Doctor en Turismo y Delegado
Comercial de Icáron

FECHA
28 DE MAYO 2024

HORA
16.00-18.00 HORAS

<https://forms.gle/5QnVc6FcQd2b1Db58>

SAWA MARA
The Masai Eco Lodge
by
ADCAM

ICÁRON

Fuente. [REDINTUR](#) (23/05/2024)

Generación Z: Impulsando un cambio inesperado en la industria hotelera

En los últimos años, la industria hotelera ha experimentado una transformación significativa, en parte gracias a la influencia de la Generación Z. Este grupo demográfico, conocido por su afinidad con la tecnología y su enfoque en experiencias auténticas, está redefiniendo lo que significa viajar y hospedarse en hoteles.

Influencia creciente de la Generación Z

La Generación Z, compuesta por jóvenes nacidos entre mediados de los 90 y principios de los 2000, ha comenzado a destacar en el mercado laboral y, por ende, en el sector turístico.

Impacto en la reserva y estadia en hoteles

Los hoteles que han sabido adaptarse a estas expectativas han visto un aumento significativo en sus reservas por parte de esta generación. El uso de aplicaciones móviles para el check-in y check-out, así como para controlar aspectos de la habitación como la iluminación y la temperatura, se ha convertido en un atractivo destacado.



Tecnología y personalización

El manejo de la tecnología no es solo una comodidad para la Generación Z, sino una expectativa. Los hoteles que ofrecen servicios personalizados a través de tecnología avanzada, como realidad aumentada y asistentes virtuales inteligentes, han logrado captar la atención de este grupo demográfico.

Sostenibilidad: Un factor decisivo

La sostenibilidad es otro factor crucial para atraer a la Generación Z. Los hoteles que demuestran un compromiso genuino con prácticas ecológicas, como el uso de energías renovables, programas de reciclaje efectivos y reducción del desperdicio de alimentos, se ganan el respeto y la fidelidad de estos jóvenes viajeros.

Fuente. [Smarttavel.news](https://www.smarttavel.news) (18/05/2024)

España vuelve a posicionarse como uno de los destinos favoritos para el turismo internacional en el verano 2024

El Ministerio de Industria, a través de Turespaña, ha hecho públicos los Informes de Tendencias de Verano, elaborados por la red de consejerías de turismo situadas en diferentes países del mundo. Se trata de un conjunto de 25 informes con análisis y conclusiones sobre los principales indicadores de coyuntura económica, los factores político-sociales, la evolución reciente de la demanda turística y los indicadores de prospectiva de cada mercado que anticipan las tendencias de cara al verano 2024. Estos informes suponen una herramienta muy útil para el sector a la hora evaluar el volumen de actividad turística de los meses venideros y gestionar mejor sus capacidades.

En líneas generales, España sigue destacando como uno de los destinos favoritos de los turistas para los meses de verano de 2024 para la mayoría de los mercados analizados. Además, y en lo referente a los principales mercados recogidos en el informe (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y EEUU), nuestro país se sitúa claramente por encima de sus más directos competidores.

En el caso de Reino Unido -nuestro principal mercado turístico- las capacidades aéreas programadas para los meses estivales presentan tasas de crecimiento superiores al 8 % con respecto al verano de 2023.

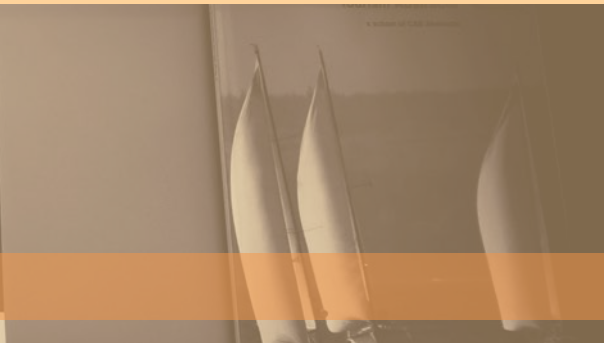


Respecto a Francia, España vuelve a confirmarse como el primer destino vacacional para los franceses después de su propio país. Por lo que se colige de los indicadores recogidos en el informe elaborado por Turespaña respecto al país galo, la temporada de verano será muy positiva en lo relativo a la llegada de turistas de esta nacionalidad. Y con relación a Alemania, a pesar de la débil situación económica que atraviesa el país germano, las proyecciones indican que sus nacionales seguirán viajando en verano y que España estará entre los países preferidos para pasar sus vacaciones.

España, además, sigue teniendo los índices más altos en consideración e intención de viaje para los turistas italianos, otro de los mercados fundamentales para nuestro país. Las capacidades aéreas entre Italia y España programadas para la temporada de verano han experimentado un aumento del 13,8 % respecto al año pasado, ofreciendo unas conexiones variadas con valores por encima de sus competidores, a los que también supera en búsquedas de vuelos a través de Skyscanner o Google.

El informe señala que en el caso de EEUU -un mercado de largo radio y alta rentabilidad que en 2023 y lo que llevamos de 2024 ha experimentado un auge extraordinario- la previsión de asientos y los datos de frecuencias de vuelos directos a nuestro país experimentarán incrementos superiores al 16 % para este verano.

Fuente. [La Moncloa](#) (01/05/2024)



ARTÍCULOS ACADÉMICOS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

Hospitality Front-line Employees: A Meta-Analysis of Emotion Management at Work

Objetivo

El propósito de este estudio es aprovechar la literatura sobre psicología positiva y la teoría del derrame afectivo para obtener una comprensión integral de los efectos de la diversión percibida en el lugar de trabajo (WF) en los comportamientos de los empleados de la industria hotelera dentro y fuera del trabajo.

Diseño/metodología/enfoque

Los datos de múltiples evaluadores se recopilieron mediante encuestas a 247 empleados de hotelería y sus supervisores directos y cónyuges. Los datos se analizaron utilizando los procesos AMOS y Macro en SPSS.

Recomendaciones

Los resultados revelaron que el afecto positivo de los empleados en el trabajo media la relación entre la WF percibida y los comportamientos de ciudadanía organizacional (OCB) de los empleados y los comportamientos sociales relacionados con la familia (es decir, participación en actividades sociales fuera del trabajo con sus cónyuges). Las actitudes personales hacia la diversión en el trabajo moderan la asociación indirecta entre la WF percibida y los resultados del estudio (OCB y comportamientos sociales relacionados con la familia).

Implicaciones sociales

Al fomentar un entorno laboral que priorice la percepción de disfrute, las organizaciones pueden estimular eficazmente una mayor participación de los empleados en los OCB y promover interacciones sociales positivas más allá del lugar de trabajo. Subraya la importancia de un entorno agradable que beneficie a los empleados, las organizaciones y la sociedad.

Cornell Hospitality Quarterly (2024)



How has blended learning impacted tourism and hospitality graduates in employability? Feedback from graduates and tourism industry employers

Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol.16,
No. 1 (2024)



Objetivo

El objetivo de esta investigación empírica es definir el aprendizaje combinado (BL) en el contexto de la educación turística y discutir su efectividad en el aprendizaje y, una vez finalizado, la empleabilidad de los graduados con la debida causa.

Diseño/metodología/enfoque

La investigación cualitativa consta de 22 entrevistas en profundidad a expertos de la industria turística y egresados. El método de muestreo fue intencional (jurídico) y se hicieron preguntas abiertas para alentar al entrevistado a ser expresivo y compartir sus puntos de vista y opiniones sobre cuál ha sido el impacto del programa BL.

Recomendaciones

El estudio encontró que los obstáculos más importantes eran la falta de financiación, la falta de cooperación del gobierno local y de varios niveles y la falta de conocimiento sobre el desarrollo de productos turísticos sostenibles entre los residentes locales.

Originalidad/valor

Durante la pandemia de COVID-19, la mayoría de las escuelas de turismo y departamentos universitarios han desarrollado una combinación de aprendizaje mixto para incluir experiencia en línea, presencial y sectorial, que se puede resumir como BL. Esta investigación sugiere que el BL ha proporcionado una combinación de habilidades y, como resultado, graduados empleables.

Exploring the effect of perceived fun at work on hospitality employees' behaviors in and out of work

Objetivo

El propósito de este estudio es aprovechar la literatura sobre psicología positiva y la teoría del derrame afectivo para obtener una comprensión integral de los efectos de la diversión percibida en el lugar de trabajo (WF) en los comportamientos de los empleados de la industria hotelera dentro y fuera del trabajo.

Diseño/metodología/enfoque

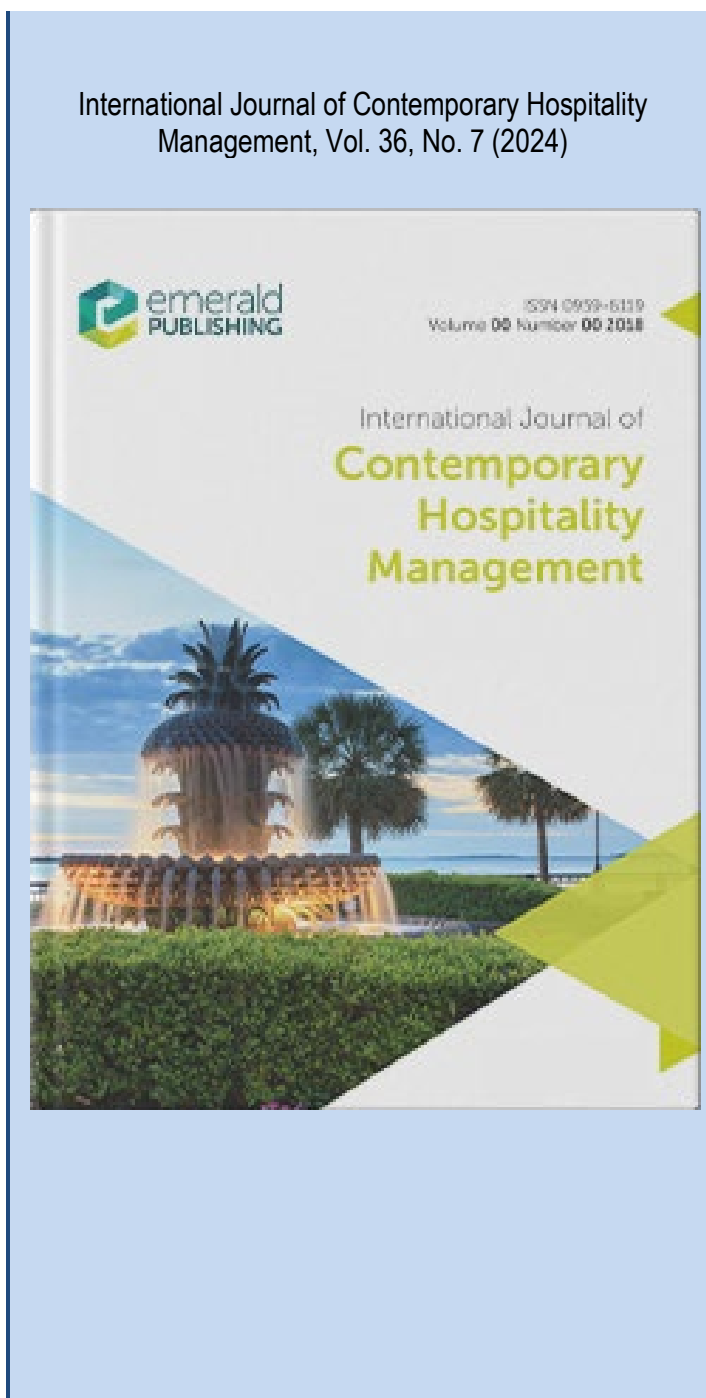
Los datos de múltiples evaluadores se recopilaron mediante encuestas a 247 empleados de hotelería y sus supervisores directos y cónyuges. Los datos se analizaron utilizando los procesos AMOS y Macro en SPSS.

Recomendaciones

Los resultados revelaron que el afecto positivo de los empleados en el trabajo media la relación entre la WF percibida y los comportamientos de ciudadanía organizacional (OCB) de los empleados y los comportamientos sociales relacionados con la familia (es decir, participación en actividades sociales fuera del trabajo con sus cónyuges). Las actitudes personales hacia la diversión en el trabajo moderan la asociación indirecta entre la WF percibida y los resultados del estudio (OCB y comportamientos sociales relacionados con la familia).

Implicaciones sociales

Al fomentar un entorno laboral que priorice la percepción de disfrute, las organizaciones pueden estimular eficazmente una mayor participación de los empleados en los OCB y promover interacciones sociales positivas más allá del lugar de trabajo. Subraya la importancia de un entorno agradable que beneficie a los empleados, las organizaciones y la sociedad.



How Employees Experience Digital Transformation: A Dynamic And Multi-Layered Sensemaking Perspective

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

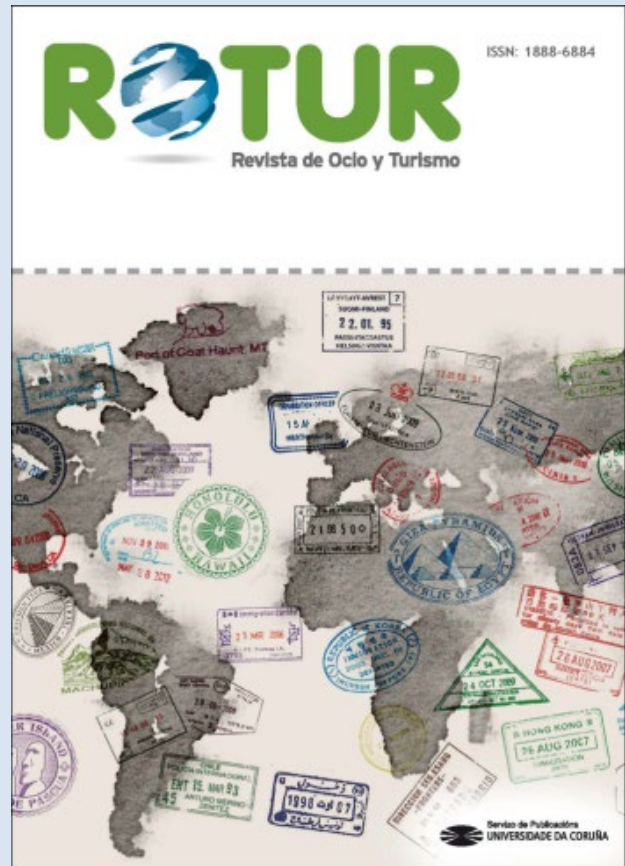


La capacidad de afrontar la transformación digital es un activo valioso para las organizaciones establecidas, y los empleados desempeñan un papel crucial en este proceso. Este estudio contribuye a la comprensión del sentido que tienen los empleados sobre la transformación digital en la industria de operadores turísticos. Utilizando investigaciones previas sobre transformación digital, teoría de nivel constructivo (CLT) y perspectivas de cambio dinámico, nuestro trabajo académico se centra en las complejidades del cambio organizacional en un contexto de transformación digital. Aunque los empleados generalmente apoyan la transformación digital, nuestros hallazgos muestran que sus percepciones cambian con el tiempo a través de una variedad de desafíos específicos experimentados durante el viaje de cambio de los empleados. Nuestros hallazgos enfatizan la importancia de adoptar una lente de intercambio social en el conocimiento de la transformación digital, ya que esto representa un cambio estructural profundo que podría causar que los procesos de transformación bien diseñados fracasen. Se discuten las implicaciones para la gestión hotelera y turística.

Peregrinas modernas. Las motivaciones de las mujeres que realizan solas el Camino Inglés

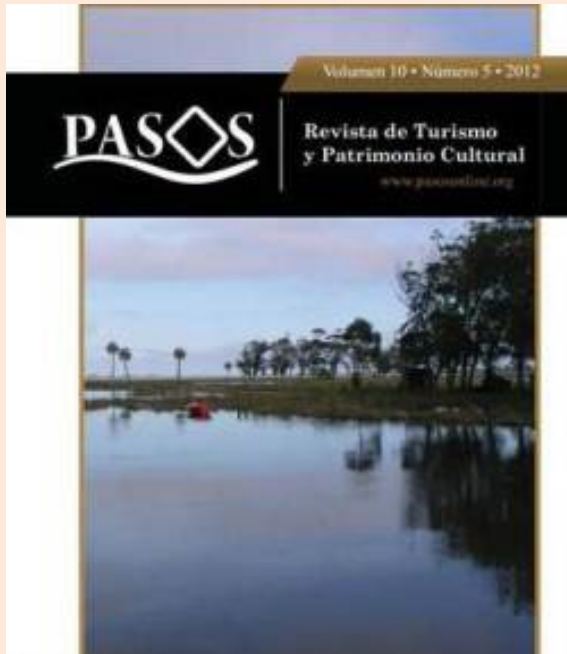
Desde la peregrinación a Santiago de Compostela de Jimena de Asturias junto a su esposo Alfonso III el Magno hasta la actualidad, las diferentes Rutas Xacobeas han contado con la presencia de mujeres. En los últimos años el número de mujeres ha superado al de varones entre las personas que recorren el Camino Inglés, indicando el alto grado de popularidad que la peregrinación ha alcanzado en la actualidad entre el género femenino. El objetivo del presente estudio consiste en determinar las principales motivaciones de las mujeres que realizan el Camino Inglés solas mediante el análisis de los factores push y pull de la experiencia durante la peregrinación. La investigación se ha basado en 699 encuestas efectuadas a personas que se encontraban realizando el Camino Inglés durante el año Xacobeo 2022. De la mencionada muestra se ha efectuado un análisis en profundidad respecto a las mujeres que realizaron el Camino solas, comparando en ciertos casos con las mujeres que viajan acompañadas o con el total de la muestra, para hallar similitudes y contrastes. Se ha continuado con un análisis exploratorio del gasto que estas mujeres tienen y, por último, se ha buscado conocer el nivel de satisfacción de dichas mujeres respecto a factores clave como son la hospitalidad y la seguridad.

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



Neurocomunicación y sostenibilidad: grandes retos del turismo

Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 22,
No 2 (2024)



La pandemia de la covid-19 ha impulsado la digitalización y la necesidad de actualización en varios sectores para mantener su competitividad. Este estudio se centra en la interacción entre turismo, neurocomunicación y sostenibilidad, y su influencia en la imagen de España en el exterior. Se analiza a España como una entidad que combina aspectos económicos, sociales, culturales y tecnológicos, con un énfasis particular en el turismo. A través de una recopilación y análisis detallado de literatura en Ciencias Sociales, Turismo, Sostenibilidad y Neurociencia, el estudio busca entender cómo la comunicación turística afecta la percepción y decisiones de los turistas, contribuyendo al progreso social. Empleando descriptores específicos para seleccionar fuentes académicas, formando un corpus de datos que respalda las conclusiones: que el turismo sigue siendo un pilar económico clave para España, afectado por la estacionalidad pero con potencial de crecimiento a través de estrategias de marketing y comunicación sostenibles basadas en técnicas neurocomunicativas.

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 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)

Promoting Responsible Tourism with Digital Platforms

En la era de la transformación digital, la industria del turismo enfrenta un desafío apremiante: equilibrar la creciente demanda de viajes con el imperativo de proteger el medio ambiente y preservar las culturas locales. El auge de las plataformas digitales ha revolucionado la forma en que las personas planifican, reservan y experimentan los viajes, pero también ha intensificado las preocupaciones sobre el exceso de turismo, la mercantilización cultural y la degradación ambiental. Sin una intervención reflexiva, estas tendencias amenazan con socavar los destinos que los viajeros buscan explorar.

El libro **Promoción del turismo responsable con plataformas digitales** ofrece una solución integral al explorar cómo se pueden aprovechar las plataformas digitales para promover prácticas de viajes responsables. Al examinar estudios de casos, marcos teóricos y los últimos avances tecnológicos, el libro proporciona conocimientos prácticos tanto para los encargados de formular políticas, como para los profesionales de la industria y los viajeros. Sirve como hoja de ruta para integrar los principios del turismo responsable en el panorama digital, garantizando que el turismo siga siendo sostenible y beneficioso para todas las partes interesadas.

El libro explora la gestión sostenible de destinos, la participación comunitaria a través de las redes sociales y la tecnología blockchain para prácticas de turismo ético. Proporciona a los lectores el conocimiento y las herramientas necesarios para navegar en la compleja intersección del turismo responsable y las plataformas digitales. Al promover una comprensión más profunda de estos temas, el libro **Promoviendo el turismo responsable con plataformas digitales** tiene como objetivo fomentar un enfoque más consciente y sostenible para viajar, asegurando que las generaciones futuras puedan continuar explorando las maravillas del mundo sin comprometer la integridad de las comunidades y ecosistemas locales.



Turismo e Innovación: Análisis de la Gobernanza de los Destinos Turísticos Inteligentes

- **Autor:** Adalberto dos Santos Júnior
- **Universidad:** Universidad de Málaga
- **Facultad:** Facultad de Turismo
- **Fecha de defensa:** abril 2024
- **Dirección:**
 - Dr. Fernando Almeida García (DIRECTOR)



La tesis doctoral ha tenido como objetivo general entender y describir el proceso de gobernanza turística en el ámbito de los destinos turísticos inteligentes, a través de la percepción de los agentes turísticos y comprender las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo y la calidad de vida. Se han realizado dos estudios piloto, incluyendo las ciudades de Marbella (España) y Florianópolis (Brasil) y Lisboa (Portugal).

En el ámbito de la inteligencia del turismo, cabe mencionar que la ciudad de Marbella ha sido diagnosticada como un destino turístico inteligente, por tanto, su elección como estudio piloto de la tesis, se justifica por ser una ciudad con una excelente calidad de servicios turísticos, y por el desarrollo de acciones de tecnología, innovación, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza. A través de realización de entrevistas con los agentes turísticos de Marbella, fue posible señalar algunas acciones del turismo inteligente: la importancia de infraestructuras y servicios de comunicación por medio de fibra óptica, la utilización de realidad aumentada, la existencia de Apps para dispositivos móviles, los puntos turísticos inteligentes (Marbella Street iBeacon) etc.



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 2024						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
27	28	29	30	31	1 Jun	2
3	4	5	6	7	8	9
	International	ADM 2024 6th Advances in Destination Man				
10	11	12	13	14	15	16
II Seminario						
17	18	19	20	21	22	23
		5th international conference on Tourism imaginaries - París,				
24	25	26	27	28	29	30
		LIVABLE CITIES – LONDON – Londres, Reino Ur				

+ 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

[XXIII Congreso AECIT - 15/06/2024](#)

[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](#)

[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

Handbook of Generative AI for Tourism and Hospitality - 31/05/2024

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