

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 122 | NOVIEMBRE DE 2023

SICTUR



Editado por REDINTUR y en estrecha colaboración con la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), este boletín de la investigación turística en España tiene como objetivo compilar y poner a disposición de los profesionales y de los investigadores en turismo las últimas novedades de la producción científica e investigadora realizada por las Universidades españolas.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación



REDINTUR

Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libro



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



XIII FÓRUM REDINTUR

El pasado 23 de noviembre se ha celebrado en la Universidad de C.C. Sociales y de la Comunicación de Jerez de la Frontera, Universidad de Cádiz, una nueva edición del Fórum REDINTUR, la número 13. En esta edición se ha recibido el número de TFM's de masters de turismo de la red más alto hasta el momento, un total de 44.

De todos ellos, finalmente han sido 9 los nominados a la Distinción TFM REDINTUR y 3 al premio ICÁRION en Turismo Sostenible. Estos 13 alumnos han defendido sus trabajos en el fórum, siendo finalmente los premiados:

DISTINCIÓN TFM REDINTUR:

- TFM GANADOR: «Dualidad de roles: de turista a residente. Un estudio de autopercepción y comportamiento», de María Soledad Canetti.
- ACCÉSIT: «Análisis de la elasticidad de precio de la demanda de alojamientos en Málaga a través de la minería de datos», de Noel Fernández Cueria

PREMIO ICÁRION AL MEJOR TFM EN TURISMO SOSTENIBLE:

- «La relación entre La economía colaborativa y el racismo: casos Airbnb y Booking», de Ailende Eigbefoh-Addeh Imafidon.

Desde la REDINTUR queremos dar la enhorabuena a los 3 premiados y agradecer a todos l@s alumn@s que nos han hecho llegar sus TFM's para optar a dichos premios.

El día 24 de noviembre, se ha celebrado también la XLVII reunión de la REDINTUR, a la que han asistido representantes de las universidades de la red.



Las reservas hoteleras se disparan y anticipan una temporada de invierno récord para el turismo

La recuperación del turismo, que se ha convertido en uno de los motores de la economía española, no da signos de agotamiento. Ni la desaceleración ni el golpe que ha supuesto para los hogares la inflación y la subida de las hipotecas ha logrado trincar las buenas expectativas para este año, mientras que el sector avanza hacia una mayor desestacionalización. Este invierno se espera de récord, tras incrementarse las reservas hoteleras un 10% respecto a 2022, según las previsiones de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), presentadas este viernes en el congreso de la patronal en Palma de Mallorca. La patronal prevé un 2023 récord.

Las reservas se realizan cada vez con mayor antelación, en busca de los mejores precios, mientras bajan las cancelaciones. Para la temporada de invierno, el estudio Smart Observatory, realizado con la colaboración de la consultora PwC, señala que comenzará con una ocupación en cartera del 20% (2,5 puntos con respecto a los datos de 2022), “consolidando la tendencia de antelación de la demanda”. Destaca el incremento de Madrid: las reservas para el periodo de diciembre a febrero han crecido un 30% respecto al mismo periodo de 2022.

“Son cifras de récord, pero hay que ponerlo en contexto”, ha afirmado Jorge Marichal, presidente de Cehat, en una conferencia de prensa. “Vamos a cerrar un año muy bueno en ventas comerciales, pero también hay que tener en cuenta los incrementos de costes que hemos tenido, tanto los internos como los financieros por la subida de tipos de interés”, ha dicho. “Pero poco a poco vamos respirando, en invierno estamos muy por encima de 2019, que fue un año bueno”, ha indicado. Cayetano Soler, de PwC, ha añadido: “Salvo imprevistos, va a ser un año récord”. Las condiciones macroeconómicas son ahora más positivas que hace un año, sobre todo en dos países claves para el turismo español, Alemania y el Reino Unido. La inflación también va moderándose.

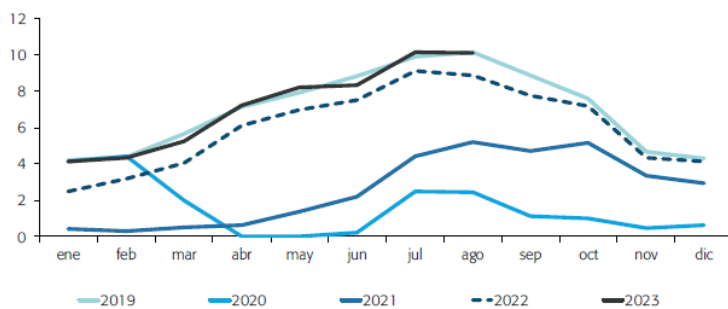


Fuente. [El País](#) (24/11/2023)

El turismo internacional acaricia los niveles prepandemia

Parece que este año, por fin, el turismo internacional dejará atrás el colapso provocado por la pandemia. En principio, grosso modo, estas buenas expectativas parecen haberse cumplido en verano y, comparando con el año 2022, el discurso es triunfalista. Pero dependiendo de cuál sea el período de referencia el discurso cambia sensiblemente. El objetivo aquí es evaluar si el sector turístico está ya en niveles prepandemia. Por tanto, las conclusiones se extraen en base a la comparación con lo ocurrido en 2019.

Gráfico 1
Llegada de turistas internacionales a España
(En millones de personas)



Fuente: Frontur (INE).

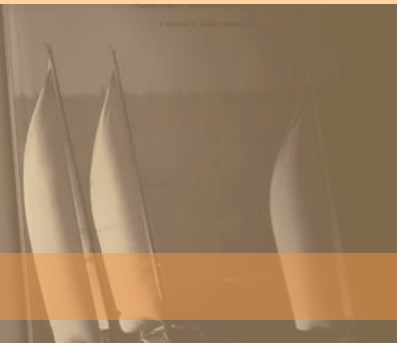
El primer paso es recordar qué supuso la pandemia sobre la llegada de turistas internacionales a España, para después analizar cómo se ha retomado la actividad. El gráfico 1 muestra la evolución mensual de la llegada de turistas a España en los últimos cinco años. Entre julio y septiembre de 2021, los turistas internacionales solo llegaron al 50 % de los recibidos en esos meses de 2019. Se ha tenido que esperar a octubre de 2022 para ver cierta estabilización. En los primeros ocho

meses de 2023 el total de turistas internacionales que han venido a España sí está muy cercano al registro de 2019, tan solo un 0,7 % por debajo. A continuación, se analizará cómo ha sido la recuperación en relación con los destinos elegidos, los mercados emisores, el tipo de viaje y el gasto realizado.

Es de sobra conocido que el turismo de sol y playa es el producto estrella en España, con lo cual, existe una fuerte concentración en cinco comunidades autónomas que, en 2019, acogieron al 81,6 % de los turistas internacionales. Estas regiones fueron, en este orden, Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía y Valencia. Si, además, se suma la Comunidad de Madrid esta cifra llega al 90,2 %. La recuperación mantiene esa concentración al acaparar el 90,3 % de los turistas internacionales llegados en 2023. Sin embargo, no todas las regiones han recuperado la actividad por igual. Cataluña solo ha alcanzado el 90,5 % de las llegadas que recibió en 2019, produciéndose una bajada en su cuota de mercado (del 23,5 % al 21,4 %). De las otras cinco comunidades autónomas, solo Madrid se queda ligeramente por debajo (en el 98,9 %), mientras que en la Comunidad Valenciana los turistas han aumentado un 5,7 %. Luego la primera conclusión es que los principales destinos recuperan los niveles prepandemia, excepto Cataluña.

Entre las regiones que reciben menos turistas no residentes destaca el intenso crecimiento de la zona del Cantábrico. Asturias, País Vasco y Cantabria han registrado incrementos del 34,7 %, 23,3 % y 9,3 %, respectivamente, subiendo su cuota conjunta hasta el 3,5 % del total. Dado que el turismo de sol y playa mantiene su cuota, esta evidencia sugiere un desplazamiento desde el turismo rural de interior hacia las zonas costeras del litoral Cantábrico que ofrecen un turismo de naturaleza junto con la posibilidad de disfrutar de la playa a temperaturas menos elevadas a las del Mediterráneo o los archipiélagos.

Fuente. [Funcas](#) (22/11/23)



ARTÍCULOS ACADÉMICOS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

Leadership inclusion theory: a grounded theory study on hotel executives

El propósito de este estudio es desarrollar una teoría que explique cómo las organizaciones pueden crear una atmósfera más inclusiva a nivel individual, organizacional y social. Posteriormente se desarrollaron y exploraron las consecuencias de un entorno inclusivo.

Diseño/metodología/enfoque

Se utilizaron métodos de teoría fundamentada constructivista para recopilar y analizar datos de entrevistas con 20 ejecutivos de hoteles y los sitios web de sus empresas.

Recomendaciones

Los hallazgos de este estudio produjeron un marco teórico para la inclusión en el liderazgo hotelero: la teoría de la inclusión del liderazgo (LIT). Las organizaciones de los estados LIT deben abordar las diferencias individuales, las políticas organizativas y la cultura y las normas sociales para desarrollar un entorno inclusivo. La equidad sigue a la inclusión, ya que el valor de las diferencias individuales facilita el trato equitativo. Finalmente, la diversidad aumenta a través de una mayor inclusión y equidad.

Implicaciones prácticas

La LIT describe los pasos que deben seguir los gerentes para desarrollar un entorno inclusivo, establecer prácticas equitativas y aumentar la diversidad dentro de una organización.

Implicaciones sociales

La LIT destaca varias prácticas de exclusión no intencionadas y actitudes generacionales que son comunes entre las organizaciones. Al hacer esfuerzos conscientes, los gerentes pueden tomar acciones deliberadas para establecer un entorno percibido de igualdad.

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 35, No. 11 (2023)



Journal of Hospitality and Tourism Technology, Vol. 14, No. 5 (2023)



Objetivo

Este estudio tiene como objetivo investigar cómo los diferentes tipos de menú desencadenan las intenciones de comportamiento de los comensales en la difusión de la innovación de los restaurantes desde los menús en papel a los digitales.

Diseño/metodología/enfoque

Cuatro tipos de menú, a saber, menús en papel con solo texto, menús en papel con texto e imágenes, menús digitales que muestran texto e imágenes o texto y video con funcionalidad tecnológica de autoservicio, están diseñados para examinar empíricamente un proceso mental a través del cual se percibe la calidad de la información, la calidad percibida de los alimentos y la calidad percibida del servicio influyen en las intenciones de comportamiento de los comensales.

Recomendaciones

Según los datos de una encuesta online realizada a 502 comensales, los resultados muestran que el diseño del menú influye en las percepciones de los clientes. El menú digital en vídeo es el más eficaz para generar las intenciones de comportamiento de los comensales, seguido de un menú en papel con texto e imágenes.

Limitaciones / implicaciones de la investigación

Este estudio contribuye a la teoría de la difusión de la innovación y la teoría estímulo-organismo-respuesta para fomentar el uso conjunto de canales auditivos y visuales para el diseño de menús digitales en restaurantes.

The Intuitive and Counterintuitive Effects of Supportive and Abusive Supervision on Hotel Employees

Cuando se estudian de forma independiente, el apoyo percibido por los supervisores y la supervisión abusiva tienen efectos inequívocamente contrarios en los resultados subordinados que son críticos para el desempeño de las organizaciones hoteleras. Aunque en la relación de intercambio subordinado-supervisor directo ocurren comportamientos de supervisor tanto de apoyo como de abuso, los efectos simultáneos de estos dos constructos aún no se han esclarecido. Basándonos en la hipótesis de la exacerbación dentro del dominio y el efecto látigazo, proponemos un marco conceptual que captura los efectos independientes e interactivos del apoyo percibido del supervisor subordinado y la supervisión abusiva sobre los empleados del hotel. Utilizando una muestra compuesta por 194 pares de supervisores subordinados directos de 119 departamentos de propiedades hoteleras y 18 propiedades hoteleras chinas, iluminamos los efectos contrarios, relativos e interactivos del apoyo percibido del supervisor y la supervisión abusiva sobre el estrés laboral de los empleados subordinados del hotel, así como su Comportamiento de ciudadanía organizacional orientado al individuo (calificado por supervisores). Se discuten las implicaciones y limitaciones del estudio actual y las vías para futuras investigaciones.



Toward a circular tourism industry: the importance of a start-up ecosystem

Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 15,
No. 6 (2023)



Objetivo

Este artículo contribuye a abordar la brecha de investigación relacionada con la ausencia de un análisis sistemático sobre cómo las nuevas tecnologías pueden apoyar la aplicación de principios de economía circular en la industria del turismo a través de la promoción y articulación de un ecosistema de nueva creación capaz de alimentar a las organizaciones turísticas con Soluciones de economía circular.

Diseño/metodología/enfoque

Se recopiló y analizó una muestra de una población de startups, principalmente españolas, vinculadas a la economía circular; Además de los datos secundarios, se diseñó y administró una encuesta con el fin de recopilar datos primarios de la industria turística.

Recomendaciones

Está tomando forma un ecosistema holístico de puesta en marcha para el turismo circular, facilitado por las interacciones entre el turismo y otras actividades económicas, con el objetivo de abordar una diversidad de objetivos económicos circulares. El interés de las startups por la economía circular para el turismo parece estar aumentando, prestándose atención a determinadas tecnologías en línea con la tendencia hacia la digitalización y los procesos de automatización. Sin embargo, el potencial de crecimiento en la aplicación de la Tecnología 4.0 sigue siendo significativo. Finalmente, el principio circular de reducción (energía y desperdicio de alimentos) se ha convertido en un objetivo clave en el turismo.

Efecto del gasto y la estancia en la composición del mercado de turistas internacionales en las denominaciones de origen de AOVE en Andalucía

La estacionalidad y volatilidad del sector primario hace que muchas regiones hayan visto al turismo como una actividad clave para el desarrollo de estas zonas situadas principalmente en el interior de Andalucía. En este sentido, las denominaciones de origen protegidas ofrecen una mayor percepción de seguridad y calidad para los turistas que visitan una zona por motivos gastronómicos. El objetivo de esta investigación es conocer los distintos perfiles de los turistas internacionales para ayudar a establecer en estas zonas una oferta de turismo estable que complemente sus ingresos a través de la identificación de diferentes segmentos que pueden resultar atractivos para ellos. Para ello, se ha utilizado una regresión de clases latentes, donde se han encontrado cuatro segmentos (jóvenes solitarios, mayores tradicionales, mayores culturales y jóvenes gourmet) que difieren respecto de su gasto y estancia. Finalmente, se recogen una serie de recomendaciones en base a estos grupos identificados.

Journal of Regional Research,
Vol. 57 (2023)



The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay

Journal of Hospitality and Tourism Research, Vol.
47, No. 8 (2023)



Los servicios de hostelería sin contacto son una tarea costosa con un retorno de la inversión incierto. Este estudio explora estos servicios desde la perspectiva de la disposición a pagar (DAP) de los huéspedes del hotel. Con este fin, se realizaron diez experimentos de elección discreta en 1.939 huéspedes de hoteles chinos para probar un modelo de elección híbrida. Los hallazgos indican que la DAP de los huéspedes del hotel está influenciada por los atributos del hotel, la escala del hotel, la demografía de los clientes, las variables relacionadas con los viajes, la preparación tecnológica y las preocupaciones de salud. En general, existe una heterogeneidad significativa en la DAP para diferentes servicios sin contacto, como la entrada sin contacto a la habitación, el sistema de pago sin contacto, el servicio de ascensor sin contacto, los servicios robóticos, una habitación inteligente y los servicios de recepción sin contacto. Este estudio contribuye al conocimiento sobre la implementación de tecnología en la industria hotelera y la DAP por los servicios hoteleros. Además, orienta a los profesionales hoteleros a invertir de manera inteligente y racional en servicios sin contacto.

Números publicados por revistas españolas

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



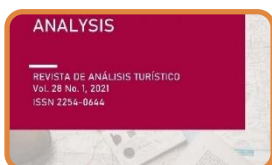
ROTUR. Revista de Ocio y Turismo. Vol 17 N° 2 (2023)



Investigaciones Turísticas. N° 26 (2023)



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



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



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 7 N° 1 (2023)



Cuadernos de turismo. N° 51 (2023)



Ara Journal. Vol 13 N° 1 (2023)



Estudios Turísticos. N° 225 (2023)



La Economía del Turismo

Estamos ante un texto riguroso que aborda la Economía del Turismo a través de una lectura comprensiva de



todas las áreas que cubre la industria turística, con ejemplos del mundo real. Se trata de una obra colectiva cuyos autores y autoras, profesores de Economía Aplicada pertenecientes a diferentes instituciones universitarias españolas, realizan un gran trabajo con un lenguaje comprensible que beneficia a los estudiantes de las diferentes titulaciones de grado y postgrado que abordan contenidos relacionados con la economía del turismo en diversas asignaturas. Trata los fundamentos de la economía de la industria turística, con un estilo atractivo y aplicado a un amplio espectro de temas relacionados con el sector turístico, que concierne a consumidores, oferentes y al conjunto de los stakeholders a nivel nacional e internacional, utilizando ejemplos básicos para contextualizar la teoría en el mundo real. Está ricamente ilustrado con figuras y gráficos con datos y realidades económicas recientes. Contiene casos de estudio internacionales y actualizados, cuestiones para la revisión de los aprendizajes y para la reflexión en aras de una mejor comprensión del conocimiento turístico. Aporta diferentes miradas de la actividad del turismo, su contribución a la innovación y al avance de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible. Constituye un abordaje que debería ser de interés para todos aquellos que tengan algo que ver con el turismo, desde la

academia y desde la profesión. Plantea una síntesis brillante del turismo y su marco económico, conformándose como una guía clara para comprender una de las principales industrias de nuestro tiempo.

Las manifestaciones territoriales y urbanísticas de las migraciones turístico-residenciales en la provincia de Almería. El Valle del Almanzora como caso de estudio

Esta tesis ha sido defendida en la Universidad de Málaga el 16 de junio de 2023. Su autor es Antonio Castilla Polo y ha sido dirigida por los doctores Carlos Jesús Rosa y Enrique Navarro.

A pesar de que las migraciones turístico-residenciales han sido ampliamente estudiadas desde múltiples disciplinas como la sociología, la geografía, la economía o la urbanística, este ámbito de estudio sigue planteando numerosas

TESIS DOCTORAL  | uma.es

Las manifestaciones territoriales y urbanísticas de las migraciones turístico-residenciales en la provincia de Almería. El Valle del Almanzora como caso de estudio

ANTONIO CASTILLA POLO
DIRIGIDA POR: DR. CARLOS JESÚS ROSA Y DR.
ENRIQUE NAVARRO



líneas de trabajo de gran interés para la comunidad académica. Desde esta tesis doctoral se pretende avanzar hacia la caracterización de este fenómeno a través de tres acercamientos diferenciados y complementarios que permiten arrojar información significativa dentro de este complejo campo de estudio entre la migración y el turismo.

La primera fase de esta investigación se dedica a la clarificación del marco conceptual vinculado al fenómeno turístico-residencial, mientras que las siguientes fases se ocupan de la caracterización del fenómeno turístico-residencial a través del estudio de sus principales manifestaciones en la provincia de Almería, enclave de justificada relevancia para el estudio de este fenómeno, y atendiendo a dos acercamientos diferenciados, la perspectiva territorial y la urbanística.

En el campo terminológico, esta tesis avanza hacia la clarificación de un dificultoso marco conceptual y ofrece una visión general y concisa del uso terminológico asociado a este fenómeno según las áreas geográficas estudiadas, las metodologías que se han empleado y las áreas temáticas abordadas.


En cuanto al acercamiento territorial, se detectan los principales focos del fenómeno turístico-residencial en la provincia de Almería y se confirma la tendencia hacia la dispersión de los tejidos urbanos asociados a estos asentamientos, con los consecuentes impactos sobre el paisaje que sus manifestaciones físicas generan sobre el territorio.

Por último, el acercamiento urbanístico se centra en el principal foco del fenómeno turístico-residencial en la provincia de Almería, el valle medio del río Almanzora. En este último acercamiento se detectan diferentes modelos de ocupación urbanística, que además se enfrentan a complejas problemáticas en lo que respecta a su regularización, y se confirma que la limitada productividad agrícola del suelo es un factor que facilita la proliferación de los asentamientos turístico-residenciales.

CONGRESOS / CONFERENCES

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

Tourism conferences							
Today	◀	▶	December 2023				▼
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun	
27	28	29	30	1 Dec	2	3	
4	5	6	7	8	9	10	
				The 7th World Research Summit for Hospita			
11	12	13	14	15	16	17	
The 7th Wor 16:00 INTRODU							
17th World Leisure Congress - Dunedin, Nueva Zelanda							
18	19	20	21	22	23	24	
25	26	27	28	29	30	31	





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

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

ICMTT'24 – The 2024 International Conference on Management, Tourism and Technologies – 08/12/2023

BARCELONA: CULTURAL PASTS – URBAN FUTURES – 10/12/2023

BURLINGTON 24 – TTRA ANNUAL CONFERENCE – 12/01/2024

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

Revistas

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

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

International Journal of Tourism Research – Sustainable Transport and Mobility for Tourism in Non-urban Areas – 29/12/2023

Social media influencer marketing in the food and beverage industry – British Food Journal – 31/12/2023

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

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

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

Libros

Corporate Cybersecurity in the Aviation, Tourism, and Hospitality Sector – 10/12/2023

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