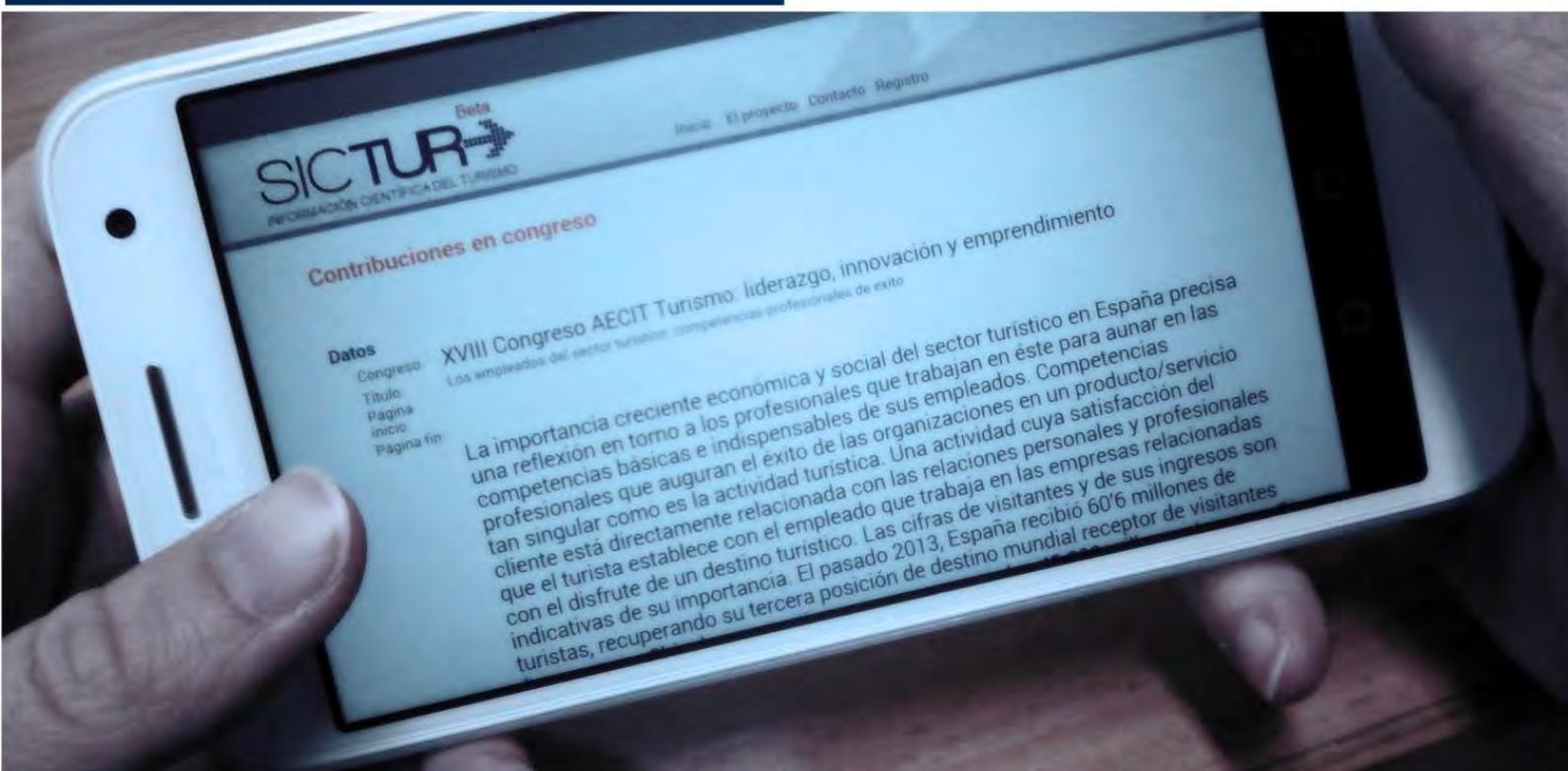


BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

TURÍSTICA



Nº 99 diciembre de 2021



Sigue la actividad científica en turismo
en los medios sociales



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.

Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



La Universidad de Oviedo pone en marcha la Cátedra de Turismo “Oviedo origen del Camino”

Cátedra | OOC



El pasado mes de septiembre la Universidad de Oviedo creó la Cátedra de Turismo “Oviedo origen del Camino”, en colaboración con el Ayuntamiento de Oviedo, por un plazo de 2 años, renovables en periodos iguales, y con una partida económica inicial de 15.000€ para este año 2021. El rector de la Universidad de Oviedo nombró, como Director de la Cátedra, al Dr. D. Francisco Javier de la Ballina Ballina, profesor de esta Universidad con una fuerte especialización turística, tanto

profesional (fue Director General de Turismo de Asturias, Miembro del Consejo General de Turismo de España, Responsable del programa España Verde), como investigadora (con publicaciones en varias revistas de impacto, como Journal of Destination Marketing, International Journal of Tourist Cities; Journal of Quality Tourism, Journal of Tourism Futures) y docente (en Másteres de Turismo de universidades españolas y latinoamericanas).

El objetivo de esta Cátedra será trabajar en investigación y divulgación científica y técnica en torno al Turismo Cultural en España. Los informes estadísticos de los distintos organismos, nacionales e internacionales, ofrecen datos concluyentes: el turismo cultural representó, en el año 2019, el 37% de los viajeros internacionales, para España apenas se llega al 12% de los mismos. Países históricos europeos, como Italia y Francia, superan ampliamente el umbral del 50% de turismo cultural en su industria turística. El primer recurso cultural español más conocido internacionalmente se sitúa en la posición 11 del mundo, en tanto que la Torre Eiffel está en primer lugar y los monumentos griegos y romanos entre los cinco primeros. No hace mucho, FITUR del 2020 (pre-pandemia), dirigentes turísticos internacionales llegaron a manifestar que “el turismo cultural es la asignatura pendiente de un país con uno de los mejores patrimonios del mundo” (ABC, 2020). Además, las recomendaciones más recientes de la OMT (2021) destacan este tipo de turismo como un factor clave y crítico para acelerar la recuperación de la actividad turística post-pandemia. Todos los estudios realizados; a nivel nacional e internacional, destacan el alto valor del perfil de turista cultural: de mayor gasto por turista, más formado y responsable, y, sobre todo, un viajero mucho más frecuente. Si las dos primeras características son importantes, más aún lo es la tercera: la desestacionalización, una estrategia con escasos resultados positivos en el turismo español.

Dentro de su agenda de actividades se encuentran tanto la realización de estudios empíricos propios como la celebración de jornadas y encuentros, virtuales y presenciales, sobre el turismo cultural en sus diversas facetas, comenzando por el caso de los eventos religiosos para el turismo para llegar, también, al recurso de las nuevas tecnologías para la co-creación de experiencias de turismo cultural. Para más información al respecto: catedraooc@uniovi.es

Un estudio del impacto de las viviendas turísticas en el mercado residencial condicionará la concesión de licencias en Lanzarote



El nuevo grupo de gobierno del Cabildo de Lanzarote ha pactado un estudio del impacto de la vivienda vacacional en el mercado residencial de la isla. El último estudio del que dispone la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias data de 2019, momento en el que Lanzarote contaba con 5.211 viviendas vacaciones o lo que es lo mismo, casi 24.000 camas, lo que representaba un tercio de la oferta reglada de alojamiento.

De acuerdo con el programa de gobierno pactado entre los grupos políticos, el estudio de la vivienda vacacional servirá para crear un índice de alerta cuando se sobrepasen determinados límites en distintos parámetros, lo que permitirá declarar la situación de emergencia habitacional. A partir de ese momento se suspendería la concesión de licencia de viviendas vacacionales.

El acuerdo por la gobernabilidad de Lanzarote también incluye contempla la creación del Instituto de Investigación Turística de Lanzarote, a través de la Escuela universitaria de Turismo de Lanzarote (EUTL), adscrita a la Universidad de Las Palmas (ULPGC), un hecho que permitiría a la isla contar con la adecuada capacidad de generar conocimiento turístico para responder a las necesidades de la Isla como destino turístico.

Administración de Empresas y Marketing



ADEMAR

Grupo de investigación Administración de Empresas y Marketing

El grupo Administración de Empresas y Marketing (ADEMAR) comienza su andadura a principios de la década de los 90. Se formaliza en 1993 como primer grupo de investigación de economía de la empresa de la Universidad de Granada compuesto por investigadores e investigadoras de las áreas de Comercialización e Investigación de Mercados y de Organización de Empresas.

Entre sus líneas de investigación de carácter sectorial se encuentra el marketing turístico, de ciudad y desarrollo territorial. En este marco de trabajo, cuatro miembros del grupo abordan temas como el análisis y diagnóstico del sector turístico, ciudad y territorio; efectos de la adopción de estrategias empresariales y desarrollo de las TIC en el mercado; comportamiento del turista en la búsqueda de información y compra de servicios turísticos en el mercado tradicional y en Internet.

La línea de investigación en marketing turístico ha permitido al grupo desarrollar los siguientes proyectos I+D+i en los últimos años:

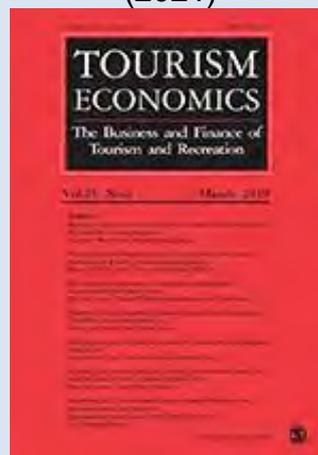
- Contribución de la comunicación integrada y la autenticidad basada en la identidad territorial al posicionamiento de la marca turística de Andalucía (2021-22).
- Aplicación de la neurociencia para la comprensión de los mecanismos cognitivos y afectivos en el procesamiento de la comunicación turística. Un enfoque intercultural (2018-21).
- Estrategias de Comunicación en Redes Sociales Virtuales para el Sector Hotelero en Andalucía. Una Perspectiva Cross-Cultural (2014-18).
- Contribución de Internet al Posicionamiento de España como Destino Turístico (2013-16).

ARTÍCULOS ACADÉMICOS

Modelling dependence between daily tourist expenditure and length of stay

En este artículo, la elección por parte de los turistas del número de noches (duración de la estancia, una variable discreta) y del gasto diario (una variable continua) se modela empleando una forma estructural. Los autores proponen la familia de distribuciones Farlie-Gumbel-Morgenstern, para construir una distribución bivalente con una estructura de covarianza flexible y una dependencia débil. Además, se pueden introducir covariables para estudiar los factores que afectan a ambas variables simultáneamente. Utilizando los datos de la Encuesta de Gasto Turístico de Canarias, los resultados de estimación obtenidos indican una correlación negativa y una estructura de dependencia débil entre el número de noches de estancia y el gasto diario. Los signos de los coeficientes de las variables socioeconómicas y de las características vacacionales coinciden en general con los resultados de la literatura empírica.

Tourism Economics
Vol 27
(2021)



Can a Mature Sun & Beach Tourist Destination Change Its Image Among Tourists? The Case Study of Lloret de Mar

Tourism: An International Interdisciplinary
Journal
Vol. 69 No. 4 (2021)



Este estudio se centra en el impacto de las estrategias turísticas y cómo éstas cambian la imagen percibida del destino por los turistas. Se analiza el caso de estudio de Lloret de Mar, un destino maduro con un nuevo plan estratégico para cambiar su imagen, mediante el seguimiento de los comentarios realizados por los turistas en las redes sociales durante tres años. Más de 600.000 comentarios de Twitter e Instagram fueron analizados a partir de un software desarrollado por Mabrian para comprobar si los esfuerzos de Lloret de mar estaban dando resultados en sus principales mercados. Los resultados muestran un cambio en la percepción de imagen del destino.

Exploring travel selfies: the case of Barcelona

Este trabajo tiene como objetivo explorar la relación entre las características de los que realizan selfies y la imagen del destino representada en el fondo de las fotografías. A través de un análisis de contenido basado en una muestra de 1.537 selfies tomados en los lugares más visitados de Barcelona y compartidos en Instagram, los autores han podido identificar los elementos y escenarios turísticos más relevantes que intervienen en estas fotografías, así como la relación que existe entre determinados rasgos del perfil de los que hacen selfies. El estudio revela que los selfies de viaje son una herramienta viable, que contribuye a la imagen del destino y está alineada con la imagen que promueven las organizaciones de gestión de destinos.

Enlightening Tourism: a pathmaking journal
Vol 11 No 2 (2021)



El uso de las plataformas tecnológicas turísticas como instrumento de control tributario

Turismo & Desarrollo.
Vol 37 (2021)



Las plataformas de intercambio de bienes y servicios, en particular, los turísticos, se han convertido en uno de los instrumentos tecnológicos más versátiles para el desarrollo de la economía digital y con ella para la provisión de actividades turísticas. Las autoridades fiscales no han permanecido extrañas a este desarrollo y han avanzado métodos, no sólo para obtener información de interés tributario de estas plataformas, sino para utilizarlas como herramientas de control fiscal. Nuestro documento expone diversos planteamientos e iniciativas internacionales para la utilización de estas plataformas como mecanismos de control fiscal, teniendo en cuenta las diferentes iniciativas internacionales al respecto, en particular, las derivadas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y de la Unión Europea (UE).

Vacation rental management firms: Check-in practices and online rating

El check-in es un proceso clave para las empresas de gestión de alquiler vacacional, dado que es uno de los pocos momentos en los que se produce una interacción personal entre el cliente y la empresa. Sin embargo, hay poca evidencia sobre cuáles son las mejores prácticas que se pueden aplicar en este proceso. Por ello, este estudio examina la relación entre tres tipos de prácticas en el check-in y su relación con la valoración online que las empresas de alquiler vacacional obtienen. Los resultados establecen tres implicaciones para la gestión: (1) pedir buenas valoraciones durante el check-in no tiene ningún efecto, (2) los huéspedes obtienen una satisfacción positiva cuando el agente de check-in domina su lengua materna, y (3) los huéspedes prefieren el check-in en persona antes que en remoto.

European Journal of Tourism Research
Vol. 30 (2022)



Public opinion and tourism in Spanish destinations. The cases of Gran Canaria, Andalusia and Malaga

Journal for tourism Analysis. Revista de
Análisis Turístico
Vol 28 Nº 2 (2021)



Esta investigación analiza los impactos positivos y negativos del turismo a partir de las opiniones de los residentes de tres destinos españoles. A partir de la estadística descriptiva de dos encuestas desarrolladas por centros de investigación ubicados en Canarias y Andalucía, se observa que las opiniones de los residentes son más homogéneas y críticas en Gran Canaria que en Málaga y Andalucía. Parece que el desarrollo turístico del lugar de residencia está alineado con el hecho de que los residentes tengan opiniones más formadas, tanto sobre los beneficios como de las externalidades negativas del turismo. Se trata de un estudio novedoso dada la escasez de estudios comparativos en la materia

Números publicados por revistas españolas
(Haz clic en la imagen de la revista y accede a la tabla de contenidos del número)



Revista Internacional de Turismo,
Empresa y Territorio. Vol 5 Nº 1 (2021)



Investigaciones Turísticas. Nº 22
(2021)



Pasos. Revista de Turismo y
Patrimonio cultural. Vol 19 Nº 4 (2021)



Gran Tour. Revista de investigaciones
turísticas Nº 23 (2021)



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo.
Vol 15 Nº 2 (2021)



Revista de Análisis Turístico. Vol 28
Nº 2 (2022)

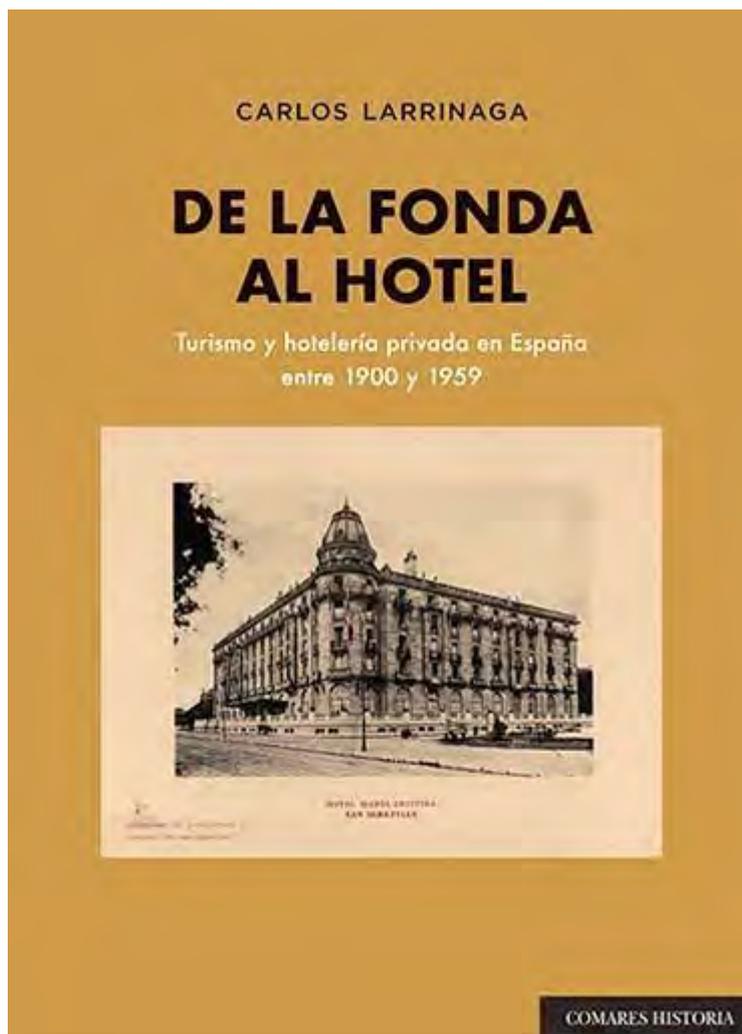


Cuadernos de turismo. Nº 47 (2021)



Enlightening Tourism. A pathmaking
journal. Vol 11 nº 1 (2021)

De la fonda al hotel: Turismo y hotelería privada en España entre 1900 y 1959



Este libro que se centra en los orígenes de la hotelería turística en España, es decir, uno de los elementos más importantes del negocio turístico, el del alojamiento formal, entendiéndose por tal aquel cuyos propietarios pagaban impuestos y estaban sujetos a determinadas normas de salud e higiene. Es cierto que existió toda una oferta de alojamiento informal (villas, pisos, etc.), pero esta obra no se centra en esa tipología, por lo demás muy frecuente en centros de playa o de montaña y en los centros termales, por ejemplo. En concreto, la investigación, publicada por la editorial Comares, se centra en la hotelería turística privada, es decir, en aquellos establecimientos hoteleros pensados para los turistas y que respondieron a iniciativas privadas, por lo que los establecimientos públicos (red de paradores) quedan fuera de este trabajo.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es analizar cómo nació esta hotelería, cómo se fue conformando desde finales del siglo XIX un alojamiento cada vez más especializado en la atención al turista,

qué iniciativas estuvieron detrás de estos negocios y qué avatares padecieron a lo largo de estas décadas de estudio, hasta 1959, cuando, con el Plan de Estabilización, España se convirtió en un destino turístico de primer orden en un nuevo contexto marcado por el turismo de masas. El lector, en definitiva, podrá analizar los orígenes de una industria fundamental para el desarrollo turístico español a partir de los distintos momentos o ciclos turísticos vividos por el país desde finales del siglo XIX hasta 1959..

Análisis de la rentabilidad de los restaurantes europeos: factores determinantes y variables de predicción



Universidad de Málaga
Facultad de Turismo
Programa de Doctorado en Turismo

ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DE LOS RESTAURANTES EUROPEOS: FACTORES DETERMINANTES Y VARIABLES DE PREDICCIÓN

Tesis Doctoral

Doctorando:

Miguel Díaz Puche

Dirigida por:

Dr. Manuel Ángel Fernández Gámez
Dr. Juan Antonio Campos Soria

Aunque los estudios sobre la rentabilidad en la industria de la restauración han proporcionado importantes avances, aún presentan limitaciones, especialmente debido al uso de muestras localizadas en un solo segmento o en un solo país, siendo necesarias nuevas investigaciones que aporten conocimientos sobre el comportamiento global de la industria, utilizando muestras supranacionales de países.

Para cubrir estas carencias en la literatura, en la presente tesis doctoral se ha realizado un análisis de los factores que condicionan la rentabilidad de los restaurantes europeos, utilizando para ello microeconómica y contextual correspondiente a una muestra de 959 corporaciones procedentes de 18 países de Europa, y que han desarrollado su actividad en la industria de la restauración en 2018. Con la información de la muestra, se han construido diferentes modelos de regresión que han tratado de determinar los factores que explican tanto los niveles de Rentabilidad Financiera y de Rentabilidad Económica, así como la heterogeneidad existente entre los países analizados. Así mismo, se han aplicado técnicas de redes neuronales artificiales con objeto de

clasificar los restaurantes de la muestra y conocer si es posible predecir la situación de rentabilidad de un restaurante a partir de las variables independientes utilizadas en la investigación.

Con ello se trata de dar respuesta a varias cuestiones de investigación relacionadas con los niveles de rentabilidad de una gran muestra de restaurantes en el ámbito europeo, analizando las variables más significativas que influyen en la misma, lo que nos va a permitir predecir la rentabilidad de un restaurante a partir de variables microeconómicas de los establecimientos analizados y contextuales del país en el que operan.

CONGRESOS / CONFERENCES

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

Congresos científicos de Turismo

Hoy ◀ ▶ julio de 2021 ▼

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
28	29	30	1 de jul	2	3	4
			The 27th Asia Pacific Tourism Association (APTA) Annual Conference First Annual I			
5	6	7	8	9	10	11
			TOSOK International Tourism Conference 2021			
12	13	14	15	16	17	18
			Shifting gears			
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1 de ago



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 / CONFERENCES

[10th EIASM International Conference on Tourism Management and Related Issues - 15/05/2022](#)

ARTÍCULOS / JOURNALS

[Ethical Consumption and Climate Change in Hospitality and Tourism: Challenges, Solutions, and Prospects - 31/03/2022](#)

LIBROS / BOOKS

[The Future of Dark Tourism: Enlightening New Horizons - 30/01/2022](#)