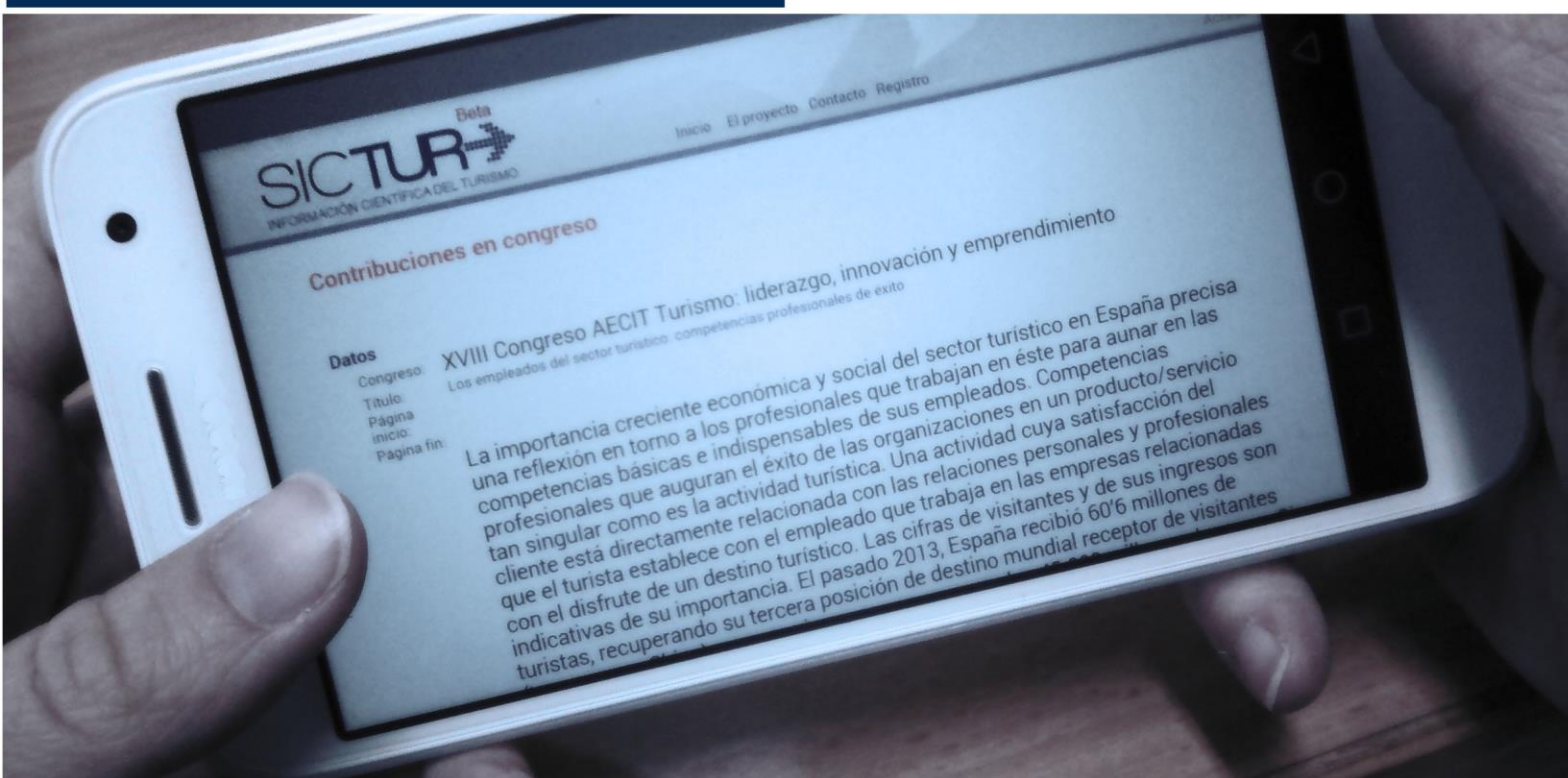


BOLETÍN DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

SICTUR 
INFORMACIÓN CIENTÍFICA DEL TURISMO

TURÍSTICA



Nº 96 septiembre 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.

Noticias



Grupo de investigación



Artículos académicos



Libro



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



Más de 30 investigaciones sobre turismo y TICs y una decena de soluciones tecnológicas configuran TURITEC 2021.

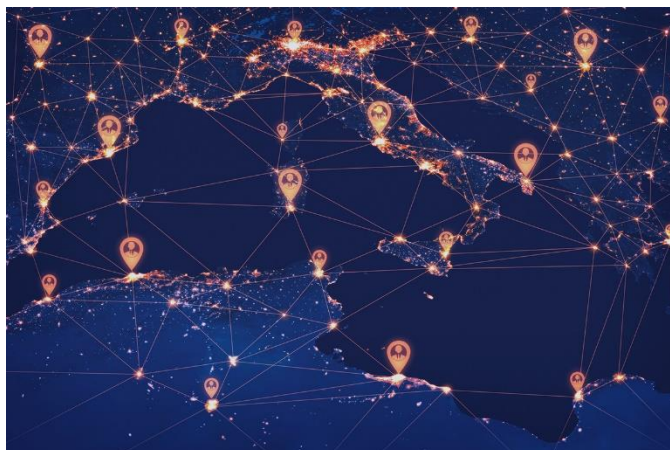


Durante el 25 y 26 de octubre el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga acogerá la celebración de **TURITEC 2021**, XIII Congreso Internacional de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El evento, organizado por la Facultad de Turismo y el Instituto universitario de investigación de inteligencia e innovación turística de la Universidad de Málaga y patrocinado por Turismo y Planificación Costa del Sol, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía y el Ayuntamiento de Málaga, se realiza de forma presencial y también podrá seguirse de forma virtual para aquellos que no puedan visitar Málaga.

Desde 1999 se viene celebrando el congreso TURITEC, cuya temática principal es la aplicación de las TIC al turismo, la innovación y la transferencia de conocimiento y tecnologías como factores clave para la competitividad turística. Desde el punto de vista académico, en esta edición, investigadores de más de 25 universidades, pondrán el acento en las TICs como elemento para la recuperación tras el COVID-19, en los destinos turísticos inteligentes, en las economías de plataforma y el turismo y en la reputación digital. Igualmente, la transformación digital, la innovación, la ciencia de datos aplicada al turismo y los nuevos modelos de distribución y conectividad turística en el futuro post-COVID serán abordados en diferentes ponencias y mesas redondas, configurando así un completo **programa científico-técnico**.

Como principal novedad, TURITEC 2021 dispondrá de una sesión específica donde las empresas darán a conocer soluciones tecnológicas para destinos turísticos inteligentes. El congreso será clausurado por el Profesor de Virginia Tech, Zheng Xiang, presidente de la Federación Internacional para IT, Turismo y Viajes (IFITT).

La UE abre una convocatoria en busca de potenciales destinos inteligentes



El proyecto europeo **Destinos Turísticos Inteligentes** tiene como objetivo apoyar al ecosistema turístico de la UE para que afronte de forma proactiva sus retos actuales y futuros, fomentando la adopción de nuevas tecnologías y la aplicación de soluciones digitales innovadoras. La adopción de enfoques basados en datos apoyará la toma de decisiones y liberará todo el potencial del sector turístico de la UE, garantizando la competitividad futura, aumentando la sostenibilidad y la accesibilidad, y fomentando nuevas formas de empleo y la valorización del patrimonio cultural local.

Acaba de abrirse una llamada de interés a los gestores de destinos de la UE, con el objetivo principal de seleccionar un grupo de 50 gestores de destinos europeos que tendrán la oportunidad de embarcarse en un viaje a medida para mejorar el uso que hacen de los datos para el turismo.

A través de una amplia gama de eventos dedicados dirigidos por expertos de primera línea - como talleres participativos, eventos de aprendizaje entre pares y sesiones de coaching- los gestores aprenderán a transformar su destino en un destino turístico inteligente.

Además, los destinos de los gestores seleccionados también pasarán a formar parte de una comunidad que permitirá compartir información, conocer de primera mano el ecosistema de los destinos turísticos seleccionados, difundir buenas prácticas, trabajar en proyectos comunes y aprender unos de otros.

¿Te interesa esta oportunidad? Infórmate y presenta tu candidatura aquí:
https://lnkd.in/ew_csD_v

Gestión pública del turismo - APERTURISM



Aperturisme es un grupo de investigación de la Universitat de València que nace con el objetivo general de analizar, profundizar y reflexionar acerca de la gestión pública del turismo, con especial atención en el ámbito local.

Sus principales líneas de investigación son:

Planificación del turismo. Los instrumentos en la planificación del turismo y su vinculación con la gestión sostenible: estructuras de gestión, adecuación de los marcos globales de desarrollo, políticas públicas y territorio en la planificación, eficiencia de los objetivos estratégicos, los recursos como motor de desarrollo.

Gobernanza. Estructura, medición y análisis de la gobernanza en la performance de los destinos turísticos: esta línea tiene por objeto el estudio de los marcos de colaboración público-privada, los sistemas de participación en la toma de decisiones, el estudio de relaciones entre actores.

El grupo persigue los siguientes objetivos científico-técnicos:

Estudiar las estructuras de gestión y los procesos en los que se toman las decisiones.

Observar las escalas de intervención de la gestión pública y los instrumentos de aplicación.

Profundizar en los recursos (económicos, humanos, naturales, culturales...) y su papel en la gestión pública del turismo.

Analizar las relaciones entre los actores, sus conflictos e intereses y, en especial, la participación de los agentes privados y civiles en la esfera.



ARTÍCULOS ACADÉMICOS

Tourist's rational and emotional engagement across events: a multi-event integration view

El objetivo de este estudio es investigar y comparar el papel de los elementos comunicativos, estructurales e intangibles en el compromiso racional y emocional de los turistas en cinco tipos de eventos diferentes (naturaleza, gastronomía, religión, teatro y música). A diferencia de la mayoría de estudios, este provee de una imagen completa sobre el compromiso del turista en los eventos al no centrarse en una sola tipología de evento. Los resultados permiten a los gestores turísticos comprender los mecanismos de compromiso de los turistas en un escenario de eventos múltiples, así como poder seleccionar estratégicamente, utilizar y comunicar cada tipo de atractivo a la hora de planificar y comunicar eventos a públicos específicos.

International Journal of Contemporary Hospitality Management Vol 33 Nº 7 (2021)



Mapping gender in tourist behaviour based on instagram

Journal of outdoor recreation and tourism Vol 35 (2021)



La presente investigación evalúa la viabilidad de utilizar Instagram como herramienta para identificar diferencias de comportamiento de los turistas según el género y viajan solos o acompañados. Para ello el estudio se basa en los contenidos generados por los usuarios y utiliza la cartografía para analizar las diferencias. El trabajo analiza 1114 fotografías tomadas por 100 usuarios de Instagram (50 hombres y 50 mujeres) que visitaron la ciudad de Barcelona para observar las diferencias en el comportamiento de los turistas. Los resultados de este análisis de Instagram ponen de manifiesto un comportamiento espacialmente diferenciado.

Las viñetas filatélicas como elemento publicitario: el caso de la hotelería española

El presente artículo se centra en el análisis histórico de las viñetas de los establecimientos hoteleros como herramienta de publicidad, estudiando diversos ejemplos nacionales de viñetas sin circular y circuladas. Además, se detallan las diferencias existentes entre las viñetas y otros elementos publicitarios usados que, actualmente, forman parte de la denominada imagen corporativa, como son los sobres publicitarios y las etiquetas para maletas, principalmente. Para lograr este objetivo, en primer lugar, se realiza una aproximación al concepto de las viñetas; en segundo lugar, se expone los orígenes y la evolución de la publicidad turística; en tercer lugar, se analiza la evolución histórica de las viñetas en la publicidad hotelera; en cuarto lugar, se estudian otras publicidades coincidentes.

Estudios Turísticos Nº 221 (2021)



The influence of website quality and star rating signals on booking intention: Analyzing the moderating effect of variety seeking

Spanish Journal of Marketing - ESIC
Vol 25 Nº 1 (2021)



Este trabajo analiza la importancia de las señales de calidad en la relación de los viajeros con los hoteles en un entorno de compra electrónica. Además, se estudia la influencia de la búsqueda de variedad de los viajeros en el sector hotelero en particular. Un mejor conocimiento de este rasgo de la personalidad puede ayudar a los gerentes de hotel a aplicar estrategias de segmentación exitosas. Para ello, se llevó a cabo un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) y un análisis multi-grupo para probar el efecto moderador de la búsqueda de variedad del viajero. Los resultados señalan que tanto la calidad del sitio web de reserva como las estrellas favorecen la satisfacción del cliente con la experiencia concreta en el hotel y, finalmente, las intenciones de comportamiento hacia el hotel. Además, el análisis muestra que el nivel de búsqueda de variedad del viajero (bajo/alto) ejerce un efecto moderador en su relación global con el hotel y que las señales parecen ser más relevantes para los individuos con menor tendencia a buscar variedad en sus experiencias de viaje.

Higher education and the sustainable tourism pedagogy: Are tourism students ready to lead change in the post pandemic era?

Este trabajo pretende evaluar los Grados de Turismo en España para mostrar hasta qué punto los estudiantes están capacitados para afrontar los retos que requiere el sector turístico para hacer frente al COVID-19 y otras crisis. Para ello se ha recurrido a la Pedagogía del Turismo Sostenible (PTS), un marco para el análisis crítico de los estudios de turismo basado en seis áreas de alfabetización básicas, que han sido evaluadas en un cuestionario. Los resultados muestran i) que las titulaciones de Turismo no responden a las necesidades de los estudiantes actuales, especialmente por la gran falta de temas de sostenibilidad, ii) las importantes diferencias entre la percepción de los profesores y los estudiantes, iii) que se reclama una pedagogía del turismo más sostenible en la Educación Superior. Este trabajo reclama la urgente necesidad de revisar los programas oficiales nacionales.

Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education Vol. 29 (2021)



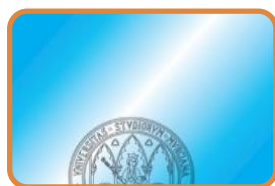
Aproximación al perfil sociodemográfico y comportamiento del asistente a rallies

Investigaciones Turísticas Nº 22 (2021)



El objetivo del presente trabajo es conocer el comportamiento de los asistentes a rallies de asfalto (rally disputado en vías asfaltadas, en carreteras que son utilizadas de manera cotidiana y frecuente). Para ello se realiza en primer lugar una revisión teórica de los términos turismo deportivo, eventos deportivos y turismo automovilístico. A continuación, se matizan los objetivos del estudio y metodología utilizada en la parte empírica, optando por el uso de la técnica cuantitativa del cuestionario (n=504), a través de la cual se analizará el comportamiento de los asistentes a rallies de asfalto dentro de la Comunidad Autónoma de Galicia. SE identifican dos clústers en este estudio, diferenciando entre los que muestran interés en practicar turismo y a los que solo les interesa el rally.

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



Cuadernos de turismo. N° 47 (2021)



Investigaciones Turísticas. N° 22 (2021)



Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 19 N° 3 (2021)



Gran Tour. Revista de investigaciones turísticas N° 23 (2021)



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo. Vol 15 N° 2 (2021)



Revista de Análisis Turístico. N° 28 (2021)



Revista General de derecho del turismo. N° 3 (2021)



Enlightening Tourism. A pathmaking journal. Vol 11 n° 1 (2021)

Women's voices in tourism research. Contributions to knowledge and letters to future generations



Se trata de un libro de acceso libre y gratuito que persigue una doble finalidad. En primer lugar, mostrar las numerosas contribuciones que las mujeres han hecho a la investigación turística (entre las que se encuentran varias colegas de universidades españolas), y en segundo, servir de plataforma colectiva de orientación y tutoría en la que la generación actual de mujeres investigadoras del turismo pueda compartir sus experiencias, observaciones y consejos con las generaciones futuras.

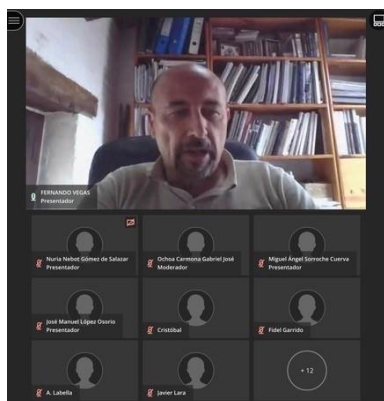
La creación conjunta de "Las voces de las mujeres en la investigación turística" ha sido una experiencia verdaderamente inspiradora para las editoras. A través de la lectura de esta obra es posible conocer las numerosas y sorprendentes formas en que las mujeres han ampliado los límites del conocimiento turístico. El lector podrá también leer conmovedoras cartas, en las que las investigadoras

comparten generosamente algunas experiencias muy personales de su trayectoria académicas en turismo.

Este libro se concibe como una obra viva y por tanto irá creciendo a partir de nuevas contribuciones y cartas de forma continua.

Si eres una mujer que contribuye al conocimiento del turismo y te gustaría participar en esta iniciativa, no dudes en contactar con las editoras. Son bienvenidas las contribuciones en cualquier formato: texto, vídeo, audio, visual... casi no hay límites a la forma en que puedes contar tu trabajo al mundo y compartir tus pensamientos con las generaciones futuras.

El valle del Mgoun, Marruecos. Las arquitecturas del turismo en el contexto de un paisaje en evolución



Este trabajo de investigación se centra en el Mgoun, un valle presahariano situado en la vertiente sur del Alto Atlas de Marruecos. El trabajo se plantea con el objetivo principal de estudiar, en qué medida, los agentes externos están afectando a los valores patrimoniales del territorio del valle del Mgoun, analizando las vulnerabilidades que se están produciendo, especialmente en el campo de las arquitecturas del turismo, así como las oportunidades de progreso que aportan. Se trata de un territorio antropizado de gran valor paisajístico y cultural que se presenta como un auténtico contenedor de identidad. No obstante, en las últimas décadas del pasado siglo XX han comenzado una serie de procesos de transformación, propiciados fundamentalmente por la globalización, la entrada de capital del exterior proveniente de la emigración y por un turismo cada vez más creciente e invasivo.

El trabajo se desarrolla siguiendo la línea del tiempo, abarcando desde los primeros pobladores nómadas hasta los recientes procesos de evolución y transformaciones que están sucediendo, que están acelerando los cambios y alterando el ecosistema en un periodo de tiempo relativamente corto. La investigación se estructura en cuatro partes. La primera, “GÉNESIS DE UN PAISAJE”, presenta a modo introductorio las características de este territorio y su proceso de formación. Se estudia el territorio a partir de las primeras ocupaciones, origen del proceso de antropización, fenómeno de bajo impacto en la transformación del paisaje. Aborda las características del hábitat nómada, que actualmente pervive como forma de vida, describiendo sus costumbres y desarrollo espacial, arquitectónico y constructivo.

La segunda parte, titulada “EL PROCESO DE SEDENTARIZACIÓN” se centra en la etapa que arranca con las primeras formas de sedentarización y la transformación del paisaje consecuente, propiciadas por la incorporación de la agricultura como nueva base de la economía de subsistencia. Se recogen las características del hábitat sedentario: su organización social y costumbres, el desarrollo agrícola a partir de la creación del oasis y su desarrollo urbano, arquitectónico y constructivo.

La tercera parte, “PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN. UN PAISAJE EN EVOLUCIÓN”, expone los valores del paisaje descrito anteriormente, profundizando en su definición, pasando después a determinar cuáles son los agentes de transformación que, desde hace pocas décadas, están alterando ese orden secular. En este bloque se pone de manifiesto los desequilibrios que se están produciendo y describe las consecuencias, a nivel paisajístico y arquitectónico, mostrando un paisaje y una arquitectura en evolución.

La cuarta y última parte, “LAS ARQUITECTURAS DEL TURISMO” se centra en el hecho turístico, como uno de los motores de transformación. Presenta los cambios o consecuencias que aparentemente está introduciendo el turismo, desde múltiples aspectos como su evolución histórica, la resiliencia del sistema, las relaciones entre turistas y locales, las nuevas arquitecturas asociadas al turismo, la recuperación de símbolos, la construcción de un nuevo imaginario y la formación de la imagen que se pretende proyectar y la que se recibe por parte del turista.

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

[XVI Coloquio de Geografía Urbana. Procesos urbanos y turísticos en escenarios post-pandemia. Visiones sobre dos continentes](#) - 31/10/2021

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

ARTÍCULOS / JOURNALS

[Management Letters / Cuadernos de Gestión. Special Issue: Consumer behavior on sustainability issues](#) - 10/11/2021

LIBROS / BOOKS

[Routledge Handbook of Trends and Issues in Global Tourism](#) - 31/12/2021

PROYECTOS / EU PROJECTS

[Call for EU destination managers](#) – 31/10/2021