

Organiza:



Patrocinadores:



Instituto de Estudios Turísticos

Colaboradores:



XIV Congreso AECIT

RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL. CAMBIO DE PARADIGMA

RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL. CAMBIO DE PARADIGMA

XIV Congreso AECIT

GIJÓN, 18, 19 Y 20 NOVIEMBRE 2009



XIV CONGRESO AECIT

**RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL
CAMBIO DE PARADIGMA**

Gijón, 18, 19 y 20 de noviembre de 2009

XIV CONGRESO AECIT

RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL CAMBIO DE PARADIGMA

Gijón, 18, 19 y 20 de noviembre de 2009

Directores:

**LUIS VALDÉS PELÁEZ
EDUARDO A. DEL VALLE TUERO
JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ**

Coordinadores:

**JAVIER BUSTAMANTE MORENO
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA
VICENTE M. MONFORT MIR
GUILLERMO MORALES MATOS
M^a JESÚS SUCH DEVESA
LETICIA SUÁREZ ÁLVAREZ
ENRIQUE TORRES BERNIER
RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES**

© Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

© Autores

Depósito Legal: As-183-2010

ISBN: 978-84-692-8725-5

Impreso por: I. Narcea, S.L.

ÍNDICE

PRÓLOGO	15
ENRIQUE TORRES BERNIER <i>Presidente de AECIT</i>	
CONCLUSIONES XIV CONGRESO AECIT	17
JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ <i>Secretario General de AECIT</i>	
15 años de la investigación y análisis del turismo en España. Retos y desafíos de futuro	21
VICENTE M. MONFORT MIR <i>Director del Instituto de Estudios Turísticos</i>	
Perspectivas del turismo internacional	35
AUGUSTO HUÉSCAR MARTÍNEZ <i>Ex Director del Departamento de Estudios de Mercado y Representante de la Organización Mundial del Turismo para las Américas</i>	
Retos y posibilidades del turismo español	47
ISABEL GARAÑA CORCES <i>Secretaria General del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)</i>	
I.- NUEVO PARADIGMA DE DESARROLLO TURÍSTICO	
Presentación	59
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>	
La complejidad: un reto para el futuro del turismo	63
EUGENI AGUILÓ PÉREZ <i>Universidad de las Illes Balears</i>	

Cambio global y sostenibilidad turística en España. 10 ideas y un caso para debatir sobre el cambio de modelo turístico	73
<p>FERNANDO PRATS PALAZUELO <i>Coordinador del Área de Sostenibilidad del Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020</i></p>	
Nuevo paradigma en turismo: un análisis desde la administración de empresas a partir de las publicaciones en revistas especializadas	91
<p>M^a CONCEPCIÓN LÓPEZ FERNÁNDEZ <i>Universidad de Cantabria</i></p>	
Innovaciones organizativas en la expansión internacional de las empresas hoteleras.....	103
<p>CRISTINA LÓPEZ DUARTE MARTA M^a VIDAL SUÁREZ <i>Universidad de Oviedo</i></p>	
La perspectiva de género como nuevo elemento de diferenciación en el turismo: el caso de España	121
<p>MÓNICA SEGOVIA PÉREZ CRISTINA FIGUEROA DOMEQ <i>Universidad Rey Juan Carlos</i></p>	
La responsabilidad social corporativa en la industria hotelera española: un análisis de casos	139
<p>EUGENIA SUÁREZ SERRANO <i>Universidad de Oviedo</i></p>	
Difusión de la investigación española sobre turismo en revistas internacionales	153
<p>CARLOS ANTONIO ALBACETE SÁEZ MARÍA DEL MAR FUENTES FUENTES <i>Universidad de Granada</i></p>	
Análisis de la productividad de la industria hotelera	179
<p>MARÍA RUBIO MISAS JUAN LUÍS CRESPO MUÑOZ <i>Universidad de Málaga</i></p>	
De la hiperrealidad a la autenticidad. Cambio de paradigma.....	195
<p>M^a ELENA PUIGGRÒS ROMÁN <i>EUT Mediterrani, Universidad de Girona</i></p>	

II.- EMPLEO Y CUALIFICACIÓN EN EL TURISMO: RETOS PARA EL SISTEMA EDUCATIVO ESPAÑOL

Presentación	207
LUIS VALDÉS PELÁEZ <i>Universidad de Oviedo</i>	
Retos para el sistema educativo en turismo	211
NURIA GALÍ ESPELT <i>Universidad de Girona</i>	
Empleo y cualificación en turismo	221
ANTONIO GARCÍA SÁNCHEZ <i>Universidad Politécnica de Cartagena</i>	
¿A quién ponemos de guía? Turismo de montaña y cualificaciones profesionales en España	235
ENRIQUE LOREDO FERNÁNDEZ NURIA LÓPEZ MIELGO <i>Universidad de Oviedo</i>	
Las competencias de los estudios de hostelería	245
FRANCESC SASTRE ALBERTÍ <i>Universidad de las Illes Balears</i>	
Crisis económica y turismo en España: oportunidades para la mejora del empleo y la formación turística	255
ADELA MARISCAL GALEANO <i>Consultora Turística. Sevilla</i>	
La científicidad en el discurso académico del turismo en México	273
SALVADOR GÓMEZ NIEVES <i>Universidad de Guadalajara. México</i>	

III.- CAMBIO TECNOLÓGICO, CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN

Presentación	301
JAVIER BUSTAMANTE MORENO <i>Presidente de SEGITTUR</i>	

Identificación de oportunidades de innovación y mejora de la competitividad en empresas del sector turístico mediante la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva	305
<p>EDUARDO PARRA LÓPEZ <i>Universidad de La Laguna</i></p>	
Innovación en la información integrada y territorializada del turismo: la aportación del atlas del turismo en Cataluña (2009)	319
<p>FRANCISCO LÓPEZ PALOMEQUE DOLORES SÁNCHEZ AGUILERA ANNA TORRES DELGADO <i>Universidad de Barcelona</i></p>	
Convergencias y divergencias del turista y excursionista Castellano-Manchego: un análisis de segmentación.....	335
<p>ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA CARLOTA LORENZO ROMERO M^a DEL CARMEN ALARCÓN DEL AMO <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i></p>	
Turismo creativo a través del patrimonio cultural inmaterial, una propuesta para el turismo rural en Galicia	353
<p>CARMEN GIL PEREIRAS JOSÉ ANTONIO FRAIZ BREA ANA GUEIMONDE CANTO <i>Universidad de Vigo</i></p>	
Precios y entornos virtuales de compra: evaluación dinámica del comportamiento del precio de un billete de avión en un contexto virtual	375
<p>MIGUEL ÁNGEL GÓMEZ BORJA JUAN ANTONIO MÓNDEJAR JIMÉNEZ M^a ENCARNACIÓN ANDRÉS MARTÍNEZ <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i></p>	
Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva: un análisis de la demanda tecnológica en alojamientos turísticos en Canarias	387
<p>FRANCISCO CALERO GARCÍA EDUARDO PARRA LÓPEZ AGUSTÍN SANTANA TALAVERA <i>Universidad de La Laguna</i></p>	

La teoría de señales y su aplicación en el sector turístico. Una revisión de la literatura 405

LAURA CASO FERNÁNDEZ-PACHECO
FRANCISCO JAVIER DE LA BALLINA BALLINA
VÍCTOR IGLESIAS ARGÜELLES
Universidad de Oviedo

IV.- IMAGEN DE DESTINOS TURÍSTICOS: NUEVAS ESTRATEGIAS

Presentación 421

RODOLFO VÁZQUEZ CASIELLES
Universidad de Oviedo

Nuevas estrategias de comunicación para la generación y proyección de la imagen de destinos turísticos..... 425

JOSÉ ANTONIO FRAIZ BREA
Universidad de Vigo

La imagen de los destinos turísticos y las marcas territorio: aportes para su medición 451

MARCELINO SÁNCHEZ RIVERO
Universidad de Extremadura

Un análisis del posicionamiento de marcas turísticas regionales 475

JUAN ANTONIO GARCÍA MARTÍN
MAR GÓMEZ RICO
ARTURO MOLINA COLLADO
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA
Universidad de Castilla-La Mancha

Un enfoque de gestión de la imagen de marca de los destinos turísticos basado en las características del turista 505

HÉCTOR SAN MARTÍN GUTIÉRREZ
IGNACIO RODRÍGUEZ DEL BOSQUE
Universidad de Cantabria

Turismo ornitológico y espacios protegidos: el caso de Extremadura 521

JUAN IGNACIO RENGIFO GALLEGO
Universidad de Extremadura

Grupos competitivos de hoteles dentro del enoturismo en España.....	533
<p>AGUSTÍN V. RUIZ VEGA JORGE PELEGRÍN BORONDO <i>Universidad de La Rioja</i></p>	
Nuevos retos para el turismo: formación de imágenes turísticas para el atractivo de los destinos	553
<p>MARÍA CORDENTE RODRÍGUEZ ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA JUAN ANTONIO MONDÉJAR JIMÉNEZ <i>Universidad de Castilla-La Mancha</i></p>	
La naturaleza multidimensional de la imagen de destino turístico. Conceptualización y componentes de la imagen percibida del turismo rural en Galicia	569
<p>MARÍA JOSÉ ANDRADE SUÁREZ <i>Universidad de A Coruña</i></p>	
La influencia de la red relacional del destino en la imagen turística inducida: el caso de Girona	591
<p>RAQUEL CAMPRUBÍ SUBIRANA <i>Universidad de Girona</i></p>	
Plan estratégico nacional de turismo (PENTUR) del Perú, como modelo de referencia para el desarrollo de destinos turísticos españoles	603
<p>IGNACIO SARRIEGO LÓPEZ <i>Universidad de Navarra</i></p>	
V.- POLÍTICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN DESTINOS URBANOS	
Presentación	617
<p>MARÍA JESÚS SUCH DEVESA <i>Universidad de Alcalá</i></p>	
La planificación estratégica en turismo en Gijón	621
<p>JOAQUÍN MIRANDA CORTINA <i>Director Sociedad Mixta de Turismo de Gijón</i></p>	
Diálogo turismo rural-turismo urbano. Apuntes para una reflexión	633
<p>JULIO GRANDE IBARRA <i>Director de Sepinum</i></p>	

Modelos innovadores de gestión y promo-comercialización turística en un entorno de competencia	645
JOSEP EJARQUE BERNET	
<i>Presidente de Four Tourism y de la Asociación Italiana de Profesionales y Managers de Turismo (AIPMT)</i>	
Satisfacción de la demanda turística en Castilla-La Mancha	663
ÁNGEL MILLÁN CAMPOS	
ESTRELLA DÍAZ SÁNCHEZ	
ÁGUEDA ESTEBAN TALAYA	
<i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>	
La (re) creación de la ciudad de Málaga en destino turístico cultural urbano	681
FRANÇOISE QUEIRÒZ	
<i>Universidad de Málaga</i>	
Cambio de paradigma en el marketing de destinos turísticos: el Plan CMA Experience	695
JOSÉ ANTONIO GARCÍA SUÁREZ	
MARÍA DEL MAR TORRES MONTESINOS	
<i>Red Turística CMA (Red de Ciudades Medias de Andalucía)</i>	
Análisis del gasto de los turistas en el Litoral Mediterráneo	719
ANTONIO GARCÍA SÁNCHEZ	
ESTER FERNÁNDEZ RUBIO	
<i>Universidad Politécnica de Cartagena</i>	
El turismo gastronómico en Asturias: análisis del gasto en alimentación según el tipo de turista	741
JOSÉ MANUEL MENÉNDEZ ESTÉBANEZ	
EMILIO TORRES MANZANERA	
LUIS VALDÉS PELÁEZ	
<i>Universidad de Oviedo</i>	
Elementos de análisis de la demanda en las ciudades de la eुरorregión Galicia-Norte de Portugal desde una perspectiva de destino conjunto	753
XULIO PARDELLAS DE BLAS	
<i>Universidad de Vigo</i>	

La actividad turística cultural en la ciudad. Un análisis de los factores que condicionan su implantación	771
MARTA MARTOS MOLINA	
JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ	
<i>LAInnTUR. Universidad de Jaén</i>	
Análisis del desarrollo turístico en los pueblos mágicos de México. Una revisión de los efectos de la política pública en los destinos mexicanos	797
ISMAEL M. RODRÍGUEZ HERRERA	
<i>Universidad Autónoma de Aguascalientes, México</i>	
JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ	
<i>Universidad de Jaén</i>	
La imagen del destino turístico Ourense: componentes cognitivos y afectivos	821
SUSANA DÍAZ BARREIROS	
ELISA ALÉN GONZÁLEZ	
<i>Universidad de Vigo</i>	
Arqueoturismo, modelo de rentabilización turística del patrimonio: el caso de la arqueología de Gijón	837
GRACIELA ÁLVAREZ FERNÁNDEZ	
<i>I+T Consultoría Turística</i>	
PANELES:	
Creación de la cátedra de turismo de Madrid en la Universidad Rey Juan Carlos: nuevo paso en la investigación, promoción y formación especializada de destinos turísticos urbanos	861
BLAS ESTEBAN BARRANCO	
<i>Universidad Rey Juan Carlos</i>	
Nuevas tecnologías en el grado de turismo de la UDIMA –Universidad a distancia de Madrid– en entornos virtuales como Second Life	865
ANTONIO RODRÍGUEZ RUIBAL	
<i>Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)</i>	
Periodismo turístico: una especialidad necesaria para las empresas del sector y para los medios de comunicación de información general	869
ANTONIO RODRÍGUEZ RUIBAL	
<i>Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)</i>	

PRÓLOGO

D. ENRIQUE TORRES BERNIER
Presidente de AECIT

La ciudad de Gijón acogió durante los días 18, 19 y 20 de noviembre en el *Recinto Ferial de Asturias Luis Adaro*, la celebración del **XIV Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)**, con el título **Retos para el Turismo Español. Cambio de paradigma**

Como en anteriores congresos, AECIT pretende que estos eventos sean foros de debate de los temas de actualidad que preocupan al turismo español, presentando a la sociedad los trabajos que en materia de investigación turística se están desarrollando en España y en Latinoamérica.

En este periodo actual, de crisis económica y de incertidumbre futura, que ha supuesto una inflexión en la evolución de las principales magnitudes turísticas mundiales, nacionales y regionales, se pone de manifiesto aún más, la necesidad de contar con estudios que permitan a los agentes sociales establecer sus políticas de desarrollo turístico de cara al futuro. Estamos ante un entorno cada vez más globalizado, en donde el turismo tiene un mayor peso en las economías de los diferentes países, regiones y territorios, por lo que es necesario contar con los instrumentos, técnicas y estudios que permitan planificar la actividad turística de una forma sostenida y sostenible en el tiempo.

Con este planteamiento, el programa del Congreso se estructuró en cinco sesiones:

- Nuevo Paradigma de desarrollo turístico
- Empleo y cualificación en el turismo: retos para el sistema educativo español
- Cambio tecnológico, conocimiento e innovación
- Imagen de destinos turísticos: nuevas estrategias
- Políticas de desarrollo turístico en destinos urbanos

Al coincidir con los XV años de AECIT, previo al congreso se realizó un acto de celebración con dos conferencias de alto nivel que venían a resumir el trabajo realizado por la Asociación en materia de investigación turística y la situación actual del turismo mundial.

Un congreso que contó en su inauguración con la Secretaria del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) Isabel Garaña, la Alcaldesa de Gijón, D^a Paz Fernandez Felgueroso, la Directora General de Turismo del Principado de Asturias, D^a Elisa Llana y el Presidente de la Cámara de Comercio de Gijón, D Luis Arias de Velasco.

Por último, destacar las más de cuarenta comunicaciones presentadas y agradecer el trabajo desarrollado por los diferentes comités, científico y organizador, así como el patrocinio de las entidades que financiaron este Congreso y que permitieron su realización: Ayuntamiento de Gijón, Turesspaña, Instituto de Estudios Turísticos, Segittur, Cámara de Comercio de Gijón, Cajastur y Gobierno del Principado de Asturias, además de la colaboración de la Universidad de Oviedo y de la Fundación Turística y Cultural del Oriente de Asturias.

CONCLUSIONES XIV CONGRESO AECIT

JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ

Secretario General de AECIT

1. Asistimos a un profundo cambio global que, por supuesto, está afectando a las condiciones de desarrollo del turismo para los próximos años. El cambio es, a la vez, un reto y una oportunidad, y está conformando un nuevo paradigma turístico caracterizado por su complejidad, globalidad y multidimensionalidad.
2. Para el caso de España, las bases del nuevo paradigma implican el reposicionamiento del país en un entorno cada vez más competitivo, la revalorización integral de los destinos y una menor carga ambiental local y global. Ello requiere nuevos modelos y herramientas de planificación turística integral que consideren en su conjunto este complejo entramado de relaciones multidimensionales.
3. El cambio de paradigma afectará al mercado de trabajo, convirtiéndose en uno de los grandes retos del turismo español, que genera 2,5 millones de ocupados en nuestro país. El sector turístico, en general, asume serias deficiencias en materia formativa, si bien es cierto que, salvo la “formación continua”, que requiere una ingente adaptación a las nuevas necesidades, el resto está mejorando notablemente en los últimos años.
4. En tal contexto, y dado el carácter de este Congreso, cabría preguntarse por la situación de la educación superior en Turismo, en pleno proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior. El proceso de adaptación está suponiendo una auténtica revolución para los estudios de Turismo, que hace escasamente década y media entraban con derechos plenos en el ámbito universitario. Sin embargo, desde el sector empresarial se nos exige un mejor aprovechamiento de los entornos tecnológicos, el fomento de las prácticas y la experiencia internacional y el acercamiento de los estudiantes a la realidad empresarial y del mercado.

5. Otro de los grandes retos a los que nos enfrenta el cambio de paradigma turístico es la asunción de los procesos de innovación y la rapidez con la que actualmente penetra la tecnología en la sociedad. Ambas variables han revolucionado el mundo del turismo, y especialmente del turista, que ha pasado de ser un mero sujeto pasivo, destinatario de paquetes cerrados impuestos por los operadores, a un actor clave, capaz de planificar y diseñar sus vacaciones, convirtiéndose en co-creador de su propio producto.
6. Estos cambios nos obligan a asumir un tercer reto: el del conocimiento. En este Congreso se ha planteado la necesidad de disponer de un sistema de conocimiento único a escala nacional que posibilite responder a los retos y preguntas que plantea la compleja encrucijada en la que se encuentra el turismo español, que tienen que ver con el conocimiento del mercado, la logística del transporte, las empresas, los competidores y, especialmente, contar con una vocación prospectiva de la que hoy carecemos.
7. La imagen de los destinos turísticos españoles ha sido otro de los objetos de preocupación y debate en este foro. De cuyas conclusiones cabría destacar, por un lado, el aumento de la creatividad y capacidad de nuestros destinos para transmitir una imagen que debe calar en la mente del turista con un cuadro motivacional crecientemente complejo, y, por otro lado, el creciente interés entre los investigadores por generar herramientas de medición y, en general, un mayor conocimiento sobre la imagen que transmitimos y el comportamiento de turistas reales y potenciales en virtud de esa imagen.
8. La nueva planificación turística deberá, además, hacer frente al surgimiento de comportamientos proteccionistas en el turismo, promovidos, en muchos casos, por los organismos públicos. En este contexto, los principales “drivers” sobre los que habrá que trabajar en un futuro inmediato, son el “low cost”, las TIC (tanto en la promoción como en la gestión), así como la necesidad de generar atractivo en los destinos. A este respecto, hay que tener en cuenta que el cliente de hoy prefiere propuestas, más que destinos. Se mueve por motivaciones, no por espacios turísticos.
9. Esta participación crecientemente activa no está protagonizada en exclusiva por los turistas, también la población local reclama tener un papel protagonista en los procesos de desarrollo, que se une al papel de las empresas y del sector público. Ello exige introducir cambios en el modelo de gestión del turismo, adquiriendo un papel protagonista la llamada gobernanza turística.
10. Y todo ello, y algunas cuestiones más, que quedan fuera de estas conclusiones, pero que Uds. podrán recuperar con la lectura de las Actas del Congreso, lo

hemos concluido en la ciudad de Gijón, un destino turístico joven donde, en los últimos años ha crecido mucho, el mercado turístico, pero que aún tiene un amplio camino por recorrer.

Posee un valioso instrumento: El Plan Estratégico de Turismo que marca las líneas a seguir durante los próximos años, que apuntan hacia:

- El Citymarketing y la nueva marca Gijón
- La comercialización on-line
- La creación de productos público-privados originales y de experiencias, no sólo de Gijón, sino de Asturias
- El aprovechamiento de Internet y de las redes sociales para llegar al usuario final
- La acogida al visitante, reservándole productos, no sólo informándole
- La colaboración con otros municipios y la creación de clubs de producto más potentes sobre todo en el mercado internacional.