

# Principales tendencias de investigación en turismo



Guido Ferrarri  
José Mondéjar Jiménez  
Juan Antonio Mondéjar Jiménez  
Manuel Vargas Vargas  
(Coordinadores)

# Principales tendencias de investigación en turismo

septem   
ediciones

*Principales tendencias de investigación en turismo*

SEPTEM UNIVERSITAS

Primera edición: junio, 2009

© 2009 Guido Ferrarri, José Mondéjar Jiménez, Juan Antonio Mondéjar Jiménez, Manuel Vargas Vargas et al.

© de esta edición: Septem Ediciones, S.L., Oviedo, 2009

e-mail: [info@septemediciones.com](mailto:info@septemediciones.com)

[www.septemediciones.com](http://www.septemediciones.com)

Blog: [septemediciones.blogspot.com](http://septemediciones.blogspot.com)

Este libro no podrá ser reproducido, ni total ni parcialmente, sin previo permiso escrito del editor. Derechos exclusivos reservados para todo el mundo. El Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) vela por el respeto de los citados derechos. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. La editorial no se hace responsable, en ningún caso, de las opiniones expresadas por el autor. La editorial no tiene obligación legal alguna de verificar ni la veracidad, vigencia, exhaustividad y/o autenticidad de los datos incluidos en el texto, por lo que carece de responsabilidad ante los posibles daños y perjuicios de toda naturaleza que pudieran derivarse de la utilización de aquéllos o que puedan deberse a la posible ilicitud, carácter lesivo, falta de veracidad, vigencia, exhaustividad y/o autenticidad de la información proporcionada.

DISEÑO CUBIERTA Y COMPAGINACIÓN: M<sup>e</sup>R Studio

ISBN: 978-84-92536-18-4

D. L.: M- -2009

Impreso en España — *Printed in Spain*

# Índice

Resumen — Abstract .....	13
Presentación .....	23
[1]. Tourism seasonality in Firenze and in Italy .....	25
ANTONIO GIUSTI	
LAURA GRASSINI	
1. Introduction .....	25
2. Methodology .....	26
3. Descriptive analysis .....	28
4. Results of TRAMO-SEATS decomposition .....	32
5. Some final remarks .....	40
6. References .....	41
[2]. Turismo gastronómico y medioambiente: en busca de la sustentabilidad .....	43
REGINA G. SCHLÜTER	
1. Introducción .....	43
2. Los turismos específicos .....	44
3. La comida como producto turístico .....	45
3.1. El patrimonio gastronómico como atractivo principal .....	50
4. Desarrollo local y medioambiente .....	57
5. Comentario final .....	60
6. Referencias bibliográficas .....	61
[3]. The impact of the olympic games on China. the case of Beijing .....	63
YANYUN ZHAO	
YILIN WU	
1. Introduction .....	63
1.1. The relationship between tourism and economy .....	63
1.2. The geography concentration of tourist source .....	64
2.1. The cluster analysis of tourist sources .....	65
2.2. The phases of development of Beijing's tourism sector .....	67
2.2.1. The rapid beginning (from 1978 to 1985) .....	67
2.2.2. The forming of industry (from 1986 to 1993) .....	68
2.2.3. The stable development (from 1994 till now) .....	68
2.3. The prediction of Beijing's tourism development in recent years .....	69

2.3.1. The forecast of numbers of tourist.....	69
2.3.2. The forecast of tourism income .....	72
2.4. The upgrade of tourism sectors .....	74
2.4.1. The career structure of tourists .....	74
2.4.2. The characteristics of consumption structure and tourism purposes .....	75
2.4.3. The impact of international tourism income to economy development.....	77
2.5. The effect of the Olympic Games to the Beijing's tourism .....	78
2.5.1. The comparison analysis with the Olympic Games holding city -Sydney.....	78
2.5.2. The Promotion of Olympic Games to the industrial and structures upgrade of tourism .....	80
2.5.3. The Promotion of Olympic Games to environmental protection .....	81
2.6. Summary .....	83
2.7. References .....	83
4]. Evolución del turismo rural en España: perfil del turista en casas rurales .....	87
JOSÉ FELIPE JIMÉNEZ GUERRERO.....	87
JUAN CARLOS GÁZQUEZ ABAD .....	87
JOSÉ MONDEJAR JIMÉNEZ .....	87
M <sup>a</sup> LETICIA MESEGUER SANTAMARÍA .....	87
1. Introducción .....	87
2. Antecedentes.....	89
3. Los alojamientos turísticos rurales en España .....	90
4. El turismo en casas rurales.....	94
5. Perfil del turista alojado en casas rurales .....	95
6. Conclusiones .....	97
7. Referencias.....	98
5]. Touristic Pressure in Tuscany: an Overview.....	101
ALESSANDRO VIVIANI	
1. Introduction .....	101
2. tourism in Tuscany: recent trends .....	102
3. Conclusive Remarks .....	106
4. References.....	107
Appendix A .....	108
6]. Nuevos productos turísticos: estrategias de enoturismo en Castilla-La Mancha.....	117
JUAN ANTONIO MONDEJAR JIMÉNEZ	
MANUEL VARGAS VARGAS	
MARÍA CORDENTE RODRÍGUEZ	
MANU CARRICANO	
1. Introducción .....	117
2. El turismo del vino como producto turístico emergente.....	118
3. La estrategia de enoturismo en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha .....	120
4. Productos enoturísticos: las rutas del vino.....	122

4.1. Las ciudades del Vino: ACEVIN.....	122
4.2. El proyecto “Divinum Vitae” .....	125
4.3. Fine Wine Services.....	126
6. Conclusiones .....	130
7. Bibliografía .....	133
[7]. Tourism sustainability: conceptual issues, data and indicators .....	135
LUCIA BUZZIGOLI	
1. Introduction .....	135
2. The path towards sustainable tourism monitoring: the data .....	140
3. Sustainable tourism monitoring: the indicators .....	143
4. Conclusions.....	151
5. References.....	152
[8]. Turismo y medio ambiente. Una aproximación desde la ética y la economía .....	159
ALICIA LEDESMA	
1. Turismo y Medio Ambiente .....	159
2. Una aproximación desde la Economía.....	163
3. La Economía Ambiental.....	165
4. La Economía Ecológica.....	167
5. Diferencias y similitudes.....	168
6. Medio Ambiente, Turismo y Economía.....	170
7. Una aproximación desde la ética.....	171
8. Reflexiones finales.....	179
9. Referencias bibliográficas.....	180
[9]. How to implement a Tourism Statistical Information System.....	183
CRISTINA MARTELLI	
1. Introduction .....	183
2. Tourist statistical information system: a complex representation.....	184
2.1. Distinction and connection in complex structures.....	185
2.2. The role of observers point of view in complex structures .....	185
2.2.1. Conceptual models .....	186
2.3. From unstructured language to conceptual models.....	187
3. Building a tourism statistical information system .....	187
3.1. Linguistic analysis .....	188
3.2. From narrations to statistical information systems: drawing a conceptual model .....	190
3.3. The role of conceptual model for statistical system data base implementation .....	193
3.4. Strategies to cope with complex conceptual models: how to find coherent data sources?.....	194
3.5. Law texts and statistical sources .....	194
3.5.1 Looking for administrative data: the role of law text.....	195
3.5.2. Exploiting the statistical potential of administrative data. Cautions to take passing from legal to administrative drafting. ....	196

4. Conclusions .....	196
5. Bibliography .....	197
10 . Clusters turísticos en Cataluña. Una propuesta de organización turística del territorio .....	201
DANIEL BLASCO .....	201
JAUME GUIA.....	201
LLUÍS PRATS.....	201
MARC SAEZ.....	201
1. Introducción .....	201
1.1. Tendencias del turismo actual .....	202
1.2. El destino turístico .....	202
1.3. Fronteras administrativas versus turísticas.....	203
2. Metodología.....	203
3. Los clusters turísticos en Cataluña .....	207
4. Conclusiones y futuras investigaciones.....	212
5. Referencias.....	213
11 . China tourism international competitiveness .....	217
YANYUN ZHAO .....	
YILIN WU .....	
1.1. Introduction .....	217
1.2. International competitiveness of China tourism .....	219
1.2.1. The definition and system of international competitiveness of tourism Methodology.....	219
1.2.2. The ranking and analysis based on the competitiveness system.....	225
1.2.3. General competitiveness ranking and elements analysis.....	229
1.2.4. Competitiveness with other countries .....	233
1.3. The state of art of tourism in China .....	238
1.3.1. Tourism as a stanchion industry of national economy.....	238
1.3.2. Tourism as a new type of service industry guaranteeing population flows.....	239
1.3.3. The mutual function and correlation between tourism and economy .....	241
1.4. Tourism and environment.....	243
1.4.1. Green and sustainable tourism .....	243
1.4.2. Tourism resource and environmental protection.....	244
1.5. Summary .....	245
1.6. References.....	246
12 . Cómo potenciar un destino turístico de negocios a través del marketing cooperativo. un análisis para el caso español.....	249
JUAN CARLOS GÁZQUEZ ABAD .....	249
DAVID JIMÉNEZ CASTILLO .....	249
1. Introducción .....	249
2. El marketing cooperativo .....	251
3. Los Convention Bureaus como herramienta del marketing cooperativo .....	254



4. Metodología.....	257
5. Resultados.....	258
6. Conclusiones.....	261
7. Bibliografía.....	263
13]. The experience of the region of tuscanly and the challenge of a sustainable and competitive european tourism .....	267
PAOLO BONGINI	
1. Introduction .....	267
2. Policies and Activities.....	268
3. Sustainability and Competitiveness .....	269
4. The Social Dialogue and the Measurability.....	271
5. Conclusions.....	272
14]. Aprovechamiento por turno de bienes inmuebles turísticos.....	275
M <sup>a</sup> ÁNGELES ZURILLA CARIÑANA	
1. Introducción.....	275
2. Constitución del régimen de aprovechamiento por turno .....	276
2. 1. Ámbito objetivo .....	276
2. 2. Constitución del régimen.....	277
3. Protección de los adquirentes del derecho de aprovechamiento por turno.....	279
3. 1. Información precontractual (artículo 8) .....	279
3.2. Contenido mínimo del contrato (artículo 9).....	280
3.3. Derechos de desistimiento y resolución del contrato (artículo 10).....	282
3. 4. Prohibición de pagos de anticipos (artículo 11).....	283
3. 5. Régimen de préstamos a la adquisición (artículo 12).....	283
3. 6. Cláusulas abusivas.....	284
3. 7. Garantías por cantidades anticipadas.....	285
3.8. Incumplimiento de los servicios y acción de cesación .....	286
4. Bibliografía.....	287
15]. Demanda turística en Nicaragua: segmentaciones por los principales países de procedencia.....	289
ALFREDO IBRAHIM FLORES SARRIA	
1. Introducción.....	289
2. Metodología econométrica.....	291
3. Estudio empírico.....	293
3.1. Datos.....	293
3.2. Propiedades de las series de tiempo utilizadas.....	295
3.3. Estimación de los modelos de ajuste parcial.....	297
3.3.1. Estimaciones para Honduras .....	298
3.3.2. Estimaciones para El Salvador .....	299
3.3.3. Estimaciones para Guatemala.....	300
3.3.4. Estimaciones para Costa Rica .....	301
3.4. Verificación diagnóstica del cumplimiento de los supuestos del modelo .....	301

3.4.1. $H_0$ : Ausencia de correlación serial.....	301
3.4.2. $H_0$ : Ausencia de efecto ARCH.....	301
3.4.3. $H_0$ : Normalidad de las perturbaciones.....	302
3.4.4. $H_0$ : Estabilidad paramétrica.....	302
3.4.5. $H_0$ : Homocedasticidad de las perturbaciones.....	302
3.4.6. $H_0$ : Correcta especificación.....	303
4. Conclusiones.....	305
5. Bibliografía.....	306
16 . Calidad, turismo rural y medio ambiente.....	307
MARÍA DOLORES ARTEAGA ESPINOSA DE LOS MONTEROS	
1. La calidad como factor fundamental del desarrollo turístico en el Medio Ambiente.....	307
2. El deterioro del medio ambiente como consecuencia de la actividad turística.....	308
3. El papel de las administraciones públicas y organismos oficiales en el fomento de la creación e implantación de sistemas de calidad turística en entornos naturales.....	309
4. Sistema Integral de la Calidad Turística en Destinos (SICTED).....	311
5. Sistema de Calidad Turística Española.....	312
5.1. La norma UNE 183001 – Alojamientos Rurales.....	314
5.2. La Norma de Calidad para Espacios Naturales Protegidos.....	315
6. La Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos (CETS).....	319
6.1. Turismo sostenible para el espacio protegido.....	319
6.2. Turismo sostenible para la empresa turística.....	320
6.3. Turismo sostenible para los mayoristas de viajes.....	320
7. Normas de Gestión Medioambiental: el Reglamento EMAS y la Norma ISO 14001.....	321
8. Conclusiones y propuestas.....	321
9. Bibliografía.....	322
17 . La protección penal de la habitación en los establecimientos turísticos. Concepto de domicilio y de morada.....	325
SILVIA VALMAÑA OCHAÍTA	
1. Introducción.....	325
2. El bien jurídico protegido.....	330
3. El objeto del delito de allanamiento de morada, de domicilio de persona jurídica y de establecimiento abierto al público. Especial consideración de los establecimientos turísticos.....	337
4. La voluntad del morador o titular del domicilio como elemento del tipo de allanamiento.....	342
5. Bibliografía.....	346