

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 157 | OCTUBRE DE 2026

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

Octubre 2026



El VI SOCANTUR abre su convocatoria de comunicaciones para su celebración en Vila Real en junio de 2027

La Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), en Vila Real (Portugal), acogerá del 15 al 18 de junio de 2027 el VI SOCANTUR - Congreso Internacional de Sociología y Antropología del Turismo, un encuentro dirigido a investigadores, docentes, estudiantes y profesionales interesados en el estudio del turismo desde las ciencias sociales.

La organización mantiene abierta la convocatoria de comunicaciones hasta el 30 de septiembre de 2026. Las propuestas deberán presentarse mediante un resumen extendido y podrán encuadrarse en alguno de los 13 grupos de trabajo previstos, entre ellos turismo y desarrollo local, género, patrimonio, turismo urbano y rural, gastronomía, sostenibilidad o formación. Además, existe un grupo específico para estudiantes de máster y doctorado en Turismo.

Las comunicaciones podrán presentarse en español, portugués, inglés u otras lenguas oficiales iberoamericanas. Algunas contribuciones destacadas podrán ser seleccionadas para publicaciones posteriores. Desde REDINTUR animamos a investigadores, profesorado y estudiantes de las universidades de la Red a participar en este foro internacional de intercambio científico.

 Fechas: 15-18 de junio de 2027

 Lugar: UTAD, Vila Real (Portugal)

 Envío de comunicaciones: hasta el 30 de septiembre de 2026.

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias

XVI Fórum REDINTUR ICÁRION

Cáceres, 12 y 13 de noviembre de 2026

Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo

Universidad de Extremadura

Los ocho mejores TFMs de Turismo de REDINTUR defenderán sus trabajos en Cáceres el próximo 12 de noviembre

REDINTUR ha seleccionado los ocho mejores Trabajos Fin de Máster (TFM) del curso 2025/2026 de los másteres universitarios en Turismo que integran la Red.

Sus autores defenderán sus investigaciones el próximo 12 de noviembre en Cáceres, en una jornada que reunirá a representantes de las universidades de REDINTUR y del sector turístico.

Los ocho finalistas son Ariela Bankier, Adriana García Paz, Maggie Marie Dickmann, Maria Elizabeth Carolina Bustamante Cubillos, Patricia Gómez Manzano, María Teresa Palazón Egea, Berta del Carmen Muñoz Embuena y Álvaro Pérez López. Sus investigaciones abordan temas de gran actualidad para el turismo, como la accesibilidad, la sostenibilidad, el turismo gastronómico y cinematográfico, la desestacionalización, el astroturismo, los Destinos Turísticos Inteligentes, el patrimonio cultural y el emprendimiento turístico.

La cita contará además con el apoyo de Icarion y Visit Finland, patrocinadores de los dos premios que reconocerán las mejores investigaciones presentadas. Su colaboración refuerza el vínculo entre universidad y sector turístico, impulsando la transferencia de conocimiento y poniendo en valor el talento y la excelencia del alumnado de posgrado.

El 12 de noviembre, los ocho finalistas presentarán sus trabajos ante el tribunal y optarán a los dos galardones patrocinados por ambas entidades.

Noticias



España refuerza su posicionamiento turístico en China como País Socio Oficial del GTEF 2026

España participa como País Socio Oficial en el **Global Tourism Economy Forum (GTEF) 2026**, celebrado del 15 al 17 de octubre en Macao (China), en una acción estratégica orientada a fortalecer su presencia en el mercado chino y a consolidar las relaciones institucionales y empresariales entre ambos países. La delegación española está encabezada por el director general de Miguel Sanz y cuenta con la participación de 14 empresas y destinos turísticos nacionales.

Durante el foro, España presenta un modelo turístico basado en la competitividad, la sostenibilidad, la innovación y la mejora continua de la experiencia del visitante. La agenda incluye encuentros profesionales, mesas de trabajo y acciones promocionales dirigidas a reforzar la cooperación con los principales agentes turísticos chinos e internacionales.

Uno de los momentos destacados del evento ha sido el denominado **“Almuerzo de España”**, una iniciativa destinada a promocionar la gastronomía española como elemento diferenciador de la experiencia turística. El menú fue diseñado por el chef Javi Estévez, reconocido con una estrella Michelin, poniendo en valor la riqueza gastronómica y cultural del país como atractivo para el mercado internacional.

La participación en el GTEF se enmarca dentro de una estrategia más amplia de promoción turística en China desarrollada por Turespaña, que incluyó también la celebración del **Spain Travel Market China 2026** en Hangzhou, un encuentro orientado a generar nuevas oportunidades de negocio entre operadores chinos y destinos turísticos españoles.

Esta presencia institucional pone de manifiesto la importancia estratégica del mercado chino para el turismo español y refuerza las oportunidades de colaboración, intercambio de conocimiento y desarrollo de iniciativas conjuntas en un contexto de recuperación de la movilidad internacional y creciente interés por experiencias turísticas sostenibles y de calidad.

Fuente. Demócrata (16/10/2026)

Artículos científicos



El fenómeno “coolcation” en el turismo contemporáneo: análisis crítico de un nuevo concepto vinculado al cambio climático

ROTUR (2026).

El término coolcation, resultado de la fusión de cool y vacation, ha emergido recientemente en discursos turísticos, mediáticos y académicos como una respuesta adaptativa al calentamiento global y a los efectos del cambio climático sobre los destinos tradicionales. Este artículo presenta una revisión crítica estructurada del período 2020–2025 que combina la caracterización descriptiva de la producción documental, el análisis de contenido temático y el análisis crítico del discurso, con el objetivo de indagar si coolcation constituye una categoría analítica consolidada o más bien un buzzword de carácter coyuntural. Los resultados muestran usos heterogéneos del concepto con funciones promocionales, simbólicas y tranquilizadoras que tienden a despolitizar el turismo en el contexto de la crisis ecológica. Desde el enfoque de la justicia ambiental, el análisis permite identificar discursos asociados a patrones de movilidad climática desigual y estrategias de adaptación potencialmente elitistas, en las que determinados segmentos sociales pueden acceder a nuevos destinos “frescos” mientras las vulnerabilidades y desigualdades de las comunidades receptoras reciben una atención limitada.



Procesos cocreativos en la construcción de la imagen de los destinos turísticos: los influencers como actores en la cocreación

Cuadernos de Turismo (2026).

El cambio de paradigma hacia un mercado orientado a la demanda ha convertido a los turistas en cocreadores de productos y servicios. Con las redes sociales han surgido los influencers que ayudan a dar forma a la imagen de los destinos e influyen en las decisiones de viaje de los turistas potenciales. Este análisis sistemático basado en el marco ADO-TCM muestra que los influencers actúan como catalizadores de la cocreación, aunque su papel aún no se ha investigado en profundidad en la literatura, y ofrece conclusiones teóricas y prácticas.

Artículos científicos



Satisfaction over sustainability: What do platform eco-friendliness ratings really measure?

Journal of Hospitality & Tourism Management (2026).

Este estudio examina si las valoraciones de los consumidores sobre la sostenibilidad de los hoteles reflejan su desempeño en entornos de reseñas mediadas por plataformas. Utilizando datos de 6304 hoteles en 100 ciudades, comparamos las valoraciones de sostenibilidad de Expedia con la información de sostenibilidad de [Booking.com](#). El análisis mediante máquinas de vectores de soporte y regresión lineal muestra que las valoraciones de sostenibilidad se explican casi por completo por la satisfacción general del huésped, mientras que los indicadores de sostenibilidad (junto con la categoría del hotel, la cadena, el precio y el número de reseñas) aportan un poder explicativo insignificante. Estos hallazgos indican que las valoraciones de sostenibilidad se reconstruyen en gran medida a partir de impresiones generales del servicio, en lugar de evaluaciones informadas del desempeño ambiental. Los resultados constituyen una prueba de los límites de la teoría de la señalización en contextos de reseñas digitales, de baja implicación y con múltiples atributos, demostrando que las señales de sostenibilidad creíbles pueden verse eclipsadas por el juicio heurístico.



A conceptual framework for experiential astrotourism: from stargazing to storytelling

Worldwide Hospitality and Tourism Themes (2026).

Objetivo

Este estudio busca integrar la literatura emergente sobre astroturismo para reconceptualizar el cielo nocturno no solo como un recurso científico, sino también como un espacio narrativo. Presenta un modelo conceptual que considera la narración de historias legendarias y la protección de los cielos oscuros como los dos componentes principales de experiencias turísticas sostenibles y transformadoras.

Diseño/metodología/enfoque

El artículo presenta una metodología conceptual de revisión bibliográfica, que utiliza fuentes académicas interdisciplinarias, informes institucionales y marcos de certificación internacionales relevantes para el astroturismo, la astronomía cultural, la mitología y la preservación del cielo oscuro.

Recomendaciones

El artículo demuestra que el astroturismo es más que una simple actividad en la naturaleza; es también un medio de viaje culturalmente significativo y rico en simbolismo. Las historias mitológicas generan una mayor conexión con el entorno, crean un sentido de pertenencia y ayudan a recordar experiencias. Por otro lado, los programas de conservación del cielo nocturno contribuyen a la sostenibilidad, realzando la singularidad de los destinos e involucrando a las personas en sus comunidades.



A Hierarchy of Value in the Adoption of Radical Service Innovations: Evidence From Wellness Hospitality.

Cornell Hospitality Quarterly (2026).

Este artículo investiga los desafíos operativos del lanzamiento de innovaciones radicales en el servicio (IRS) en la industria hotelera. Si bien las IRS son un motor principal de la ventaja competitiva, la literatura sobre gestión de operaciones se ha centrado principalmente en las innovaciones incrementales. Abordamos esta brecha examinando la ventana de innovación, la fase crítica posterior a la implementación donde una empresa introduce una propuesta de valor radical (la habitación de huéspedes centrada en el bienestar) que entra en conflicto con las rutinas operativas establecidas. Utilizando un conjunto de datos único de registros de reservas y encuestas coincidentes de un importante hotel de destino durante el lanzamiento de su IRS (2014-2015), empleamos la corrección de Heckman y la regresión de cuantiles para desentrañar los efectos de los impulsores extrínsecos (eficiencia del proceso), intrínsecos (emoción experiencial) y sistémicos (valor económico) en la satisfacción del huésped. Nuestros resultados revelan una jerarquía de valor en la adopción de innovaciones radicales: encontramos que la eficiencia operativa en el proceso de registro actúa como un guardián, ya que funciona como un mecanismo educativo que reduce la ansiedad tecnológica y permite la cocreación del cliente.



Constructing a career advancement model with women hotel executives

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2026).

Objetivo

Comprender las decisiones y acciones profesionales de las mujeres a lo largo del tiempo es fundamental para eliminar las barreras sistémicas en el liderazgo hotelero. El propósito de este estudio fue desarrollar un modelo de avance profesional femenino, específico para el sector hotelero y orientado a procesos, mediante el análisis de las acciones, secuencias y condiciones que configuran su progresión hacia puestos de liderazgo ejecutivo.

Diseño/metodología/enfoque

Utilizando la teoría fundamentada constructivista, se realizaron entrevistas semiestructuradas a 18 mujeres ejecutivas de hoteles en los Estados Unidos.

Recomendaciones

El modelo de desarrollo profesional surgió del análisis de datos. Los resultados revelan cuatro acciones cíclicas en la carrera profesional: adquisición de conocimientos, desarrollo de una red de contactos, establecimiento de metas y movilidad, donde los factores personales y organizacionales actúan como condiciones límite de sus trayectorias.

Números publicados por revistas españolas



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo



Investigaciones Turísticas



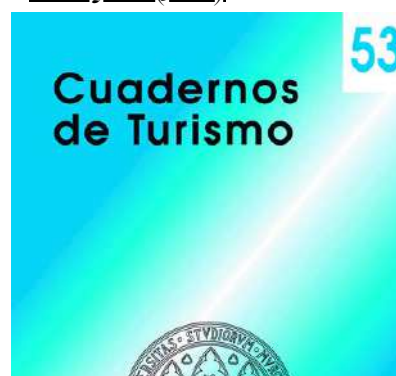
Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural



Journal of Tourism Analysis (JTA).



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio



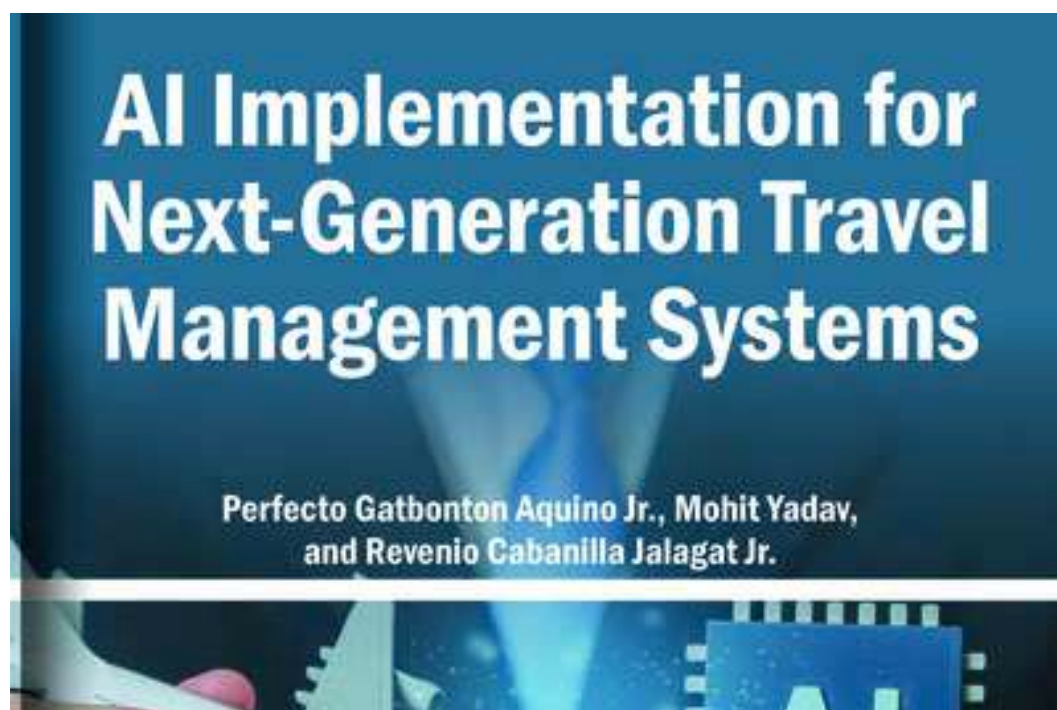
Cuadernos de Turismo



Ara Journal



Estudios Turísticos



AI Implementation for Next-Generation Travel Management Systems

2026

La inteligencia artificial (IA) está transformando la industria global de viajes y turismo al redefinir la forma en que las organizaciones diseñan servicios, interactúan con los clientes y gestionan sus operaciones. Tecnologías como el aprendizaje automático, el análisis predictivo y la automatización inteligente están haciendo que los sistemas de gestión de viajes sean más eficientes, receptivos y personalizados. Las herramientas basadas en IA, como los chatbots, los asistentes virtuales y los sistemas de recomendación, mejoran la experiencia del cliente a la vez que facilitan la gestión del personal, la planificación operativa y la toma de decisiones financieras. A medida que la disrupción digital continúa transformando los modelos de negocio tradicionales, comprender la implementación efectiva de la IA se ha vuelto esencial para las organizaciones que buscan mejorar su rendimiento, fortalecer su competitividad y satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes. Los continuos avances en la adopción de la IA están creando nuevas oportunidades de innovación en todo el ecosistema de viajes.

La implementación de la IA en los sistemas de gestión de viajes de próxima generación ofrece un análisis exhaustivo y multidisciplinario de cómo la inteligencia artificial está transformando el sector turístico. El libro explora la integración de la IA en las funciones organizativas clave y demuestra cómo las tecnologías emergentes pueden mejorar la toma de decisiones, la interacción con el cliente y la eficacia operativa.

Tesis



Imagem dos destinos de geoturismo através do conteúdo gerado pelo utilizador nas redes sociais: emoções, sustentabilidade, engaeement e intenções copo

Verónica da Rocha Bernardo

La creciente relevancia de las redes sociales en la construcción de la imagen de los destinos hace necesario comprender cómo se representan los geoparques en el entorno digital y cómo estas representaciones influyen en la interacción de los usuarios. Este estudio analizó la imagen proyectada por los geoparques y la percibida por los visitantes, así como su relación con las emociones, la sostenibilidad y el engagement.

Se utilizó una metodología mixta basada en el análisis de 18.970 publicaciones de Instagram de once geoparques de la Ruta Atlántica de Geoturismo (2023-2024) y en entrevistas a sus gestores. Los resultados muestran diferencias significativas entre la comunicación institucional, centrada en la educación y el patrimonio, y las publicaciones de los visitantes, enfocadas en la experiencia, la emoción y la información práctica. Además, las emociones y los contenidos vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible favorecen mayores niveles de interacción. Se concluye que una comunicación digital eficaz debe integrar promoción, sostenibilidad y escucha activa del contenido generado por los usuarios.

AUTORA: VERÓNICA DA ROCHA BERNARDO	DIRFECTORAS: DRA. MARÍA ELISA ALÉN GONZÁLEZ Y DRA. DÁLIA FILIPA VELOSO
DEFENSA: 21 DE OCTUBRE DE 2026	UNIVERSIDADE DE VIGO

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Nov 2026 ▾								
MON 26	TUE 27	WED 28	THU 29	FRI 30	SAT 31	SUN 1 Nov		
	VIII CONGRESO NACIONAL DE ECOTURISMO		XXIX Congreso Internacional					
2	3	4	5	6	7	8		
9	10	11	12	13	14	15		
			XVI FÓRUM FI					
16	17	18	19	20	21	22		
23	24	25	26	27	28	29		
30	1 Dec	2	3	4	5	6		
Tourism conferences							+	

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	• II Congreso Internacional TRAMA "Ficción y Turismo" - 31/03/2027
ARTÍCULOS	• Limits and Risk in Solo Travel: Vulnerability, Gender, and Decision-Making - 25/11/2026 • Journal of Business and Tourism Management (JBTM) – 30/11/2026 • Estudios Turísticos - 01/02/2027
LIBROS	• Culture, Creativity, and Place Communication for Heritage, Tourism, and Branding - 27/09/2026 • Urban Flood Resilience and Territorial Planning: Integrated Strategies for Climate-Exposed Regions - 27/09/2026 • Overtourism Responses for Resilient Destinations - 27/11/2026