

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 155 | AGOSTO 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.



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación





El auge del turismo en la España Verde: entre el refugio climático y el desafío de la sostenibilidad

Galicia, Asturias, Cantabria y el País Vasco viven uno de los momentos de mayor atractivo turístico de su historia reciente. El aumento de las temperaturas asociado al cambio climático, junto con nuevas tendencias de viaje impulsadas por las redes sociales, está convirtiendo a la denominada **España Verde** en uno de los grandes destinos de referencia para el verano.

Sin embargo, este crecimiento también plantea importantes interrogantes sobre la capacidad de los destinos para gestionar de forma sostenible el incremento de visitantes y preservar la calidad de vida de las comunidades locales.

El norte gana protagonismo en las elecciones vacacionales

Según recoge RTVE, la llegada de turistas a Galicia, Asturias, Cantabria y el País Vasco ha crecido más de un **35% durante la última década**, pasando de alrededor de 3,4 millones de viajeros en el verano de 2015 a superar los 4,7 millones en 2025.

El fenómeno se explica en gran medida por la búsqueda de destinos con temperaturas más suaves frente a las olas de calor cada vez más frecuentes en otras zonas de España. La cornisa cantábrica se ha consolidado así como un auténtico **refugio climático**, ofreciendo condiciones meteorológicas más agradables durante los meses estivales.

Asturias destaca como uno de los territorios que más ha incrementado su demanda turística, mientras que Galicia continúa registrando cifras récord de visitantes nacionales e internacionales.

Fuente: [RTVE Noticias](#), *Veranear en el norte: ¿tendencia para huir del calor extremo o moda de Instagram que daña el turismo sostenible?* (23/08/2026)

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias



España podría convertirse en el destino turístico más visitado del mundo en 2040

Un reciente estudio elaborado por **Deloitte y Google** sitúa a España como el futuro líder mundial en turismo internacional. Las previsiones apuntan a que nuestro país podría alcanzar los **110 millones de visitantes internacionales en 2040**, superando a Francia, que recibiría alrededor de 105 millones de turistas.

La proyección consolida la posición estratégica de España dentro del mercado turístico global y abre nuevas oportunidades para la investigación, la innovación y la formación de profesionales capaces de gestionar un sector cada vez más complejo y competitivo.

Un crecimiento sostenido del turismo mundial

El informe prevé que los viajes turísticos internacionales continúen creciendo durante las próximas décadas hasta alcanzar los **2.400 millones de desplazamientos en 2040**. Europa seguirá concentrando una parte muy importante de esta actividad, representando aproximadamente el **38% de los movimientos turísticos mundiales** y sumando más de 362 millones de turistas adicionales respecto a los niveles anteriores a la pandemia.

En este escenario, España se posiciona como uno de los grandes beneficiarios del crecimiento de la demanda internacional, reforzando una trayectoria que ya la sitúa entre los principales destinos turísticos del planeta.

De segunda a primera potencia turística mundial

En 2025, Francia mantuvo el liderazgo mundial con **102 millones de turistas internacionales**, mientras que España alcanzó los **96,8 millones de visitantes extranjeros**, consolidando su segunda posición mundial y registrando un crecimiento del 3,2% respecto al año anterior.

Sin embargo, las estimaciones de Deloitte y Google apuntan a que España adelantará a Francia antes de 2040, impulsada por la fortaleza de su oferta turística, la conectividad internacional, la diversidad de destinos y la capacidad de adaptación a las nuevas preferencias de los viajeros.

Fuente: Euronews Travel, a partir del estudio *NextGen Travellers and Destinations* elaborado por Deloitte y Google (20/08/2026)

Noticias



El turismo español avanza hacia un modelo de mayor valor añadido en 2026

España continúa consolidándose como una de las principales potencias turísticas mundiales. Según los últimos datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el país recibió **46,5 millones de turistas internacionales durante el primer semestre de 2026**, el mejor registro histórico para este periodo.

No obstante, más allá del récord de llegadas, los expertos destacan una tendencia especialmente relevante para el futuro del sector: el crecimiento del turismo comienza a moderarse, mientras que el gasto realizado por los visitantes mantiene una evolución mucho más dinámica.

Récord de visitantes con una demanda más distribuida

Durante el mes de junio, España recibió **9,74 millones de turistas internacionales**, la cifra más alta registrada para ese mes. Sin embargo, el crecimiento interanual fue del **2,9%**, por debajo del incremento registrado en mayo, que alcanzó el **9,5%**.

Este comportamiento refleja un fenómeno que el sector viene promoviendo desde hace años: la **desestacionalización de la actividad turística**. Cada vez más viajeros optan por visitar España fuera de los meses centrales del verano, favoreciendo una distribución más equilibrada de la demanda a lo largo del año.

Por mercados emisores, **Reino Unido** continúa liderando la llegada de turistas internacionales, con un crecimiento cercano al 7% en junio. En contraste, mercados tradicionales como **Alemania** y **Francia** registraron descensos del 5,9% y del 1,7%, respectivamente.

Esta evolución confirma una transformación que el sector turístico viene impulsando en los últimos años: priorizar la captación de visitantes con mayor capacidad de gasto y fomentar experiencias de mayor valor añadido.

Fuente: Forbes Travel España, a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) (04/08/2026)



Urban Overtourism Governance: A Configurational Analysis of Resident Stress and Sustainability

PASOS (2026).

Este estudio analiza cómo el sobreturismo urbano influye en el estrés emocional de los residentes y en sus percepciones de sostenibilidad. Centrado en Málaga, España, la investigación destaca la creciente importancia del bienestar psicosocial en la gobernanza turística. El objetivo es identificar cómo las configuraciones de gobernanza —en particular las políticas participativas y orientadas a la sostenibilidad— afectan las experiencias de los residentes bajo presión turística. El diseño metodológico combina modelos de ecuaciones estructurales basados en covarianzas (CB-SEM) con Análisis Comparativo Cualitativo de Conjuntos Difusos (fsQCA), a partir de encuestas a 453 residentes. Los resultados revelan múltiples vías causales tanto hacia altos como bajos niveles de estrés, mostrando que los beneficios ambientales por sí solos no compensan los impactos negativos cuando faltan confianza y participación. Los hallazgos sugieren que la resiliencia depende de la equidad percibida, la capacidad de respuesta institucional y las mejoras visibles en la vida urbana. Este estudio contribuye a la teoría integrando los marcos del estrés urbano, la capacidad de carga y el turismo regenerativo, y concluye que una gobernanza adaptativa e inclusiva es esencial para lograr un turismo equitativo y psicológicamente sostenible en ciudades saturadas.



Free tours y la uberización del guiado turístico: desafíos regulatorios y sociales en España

Investigaciones Turísticas (2026).

Este artículo examina los desafíos legales que plantea la expansión de los free tours en España, enmarcados como una manifestación de la “uberización” del guiado turístico en el contexto de la economía de plataforma. Los free tours, percibidos como una alternativa accesible e innovadora, han transformado la profesión de guía fomentando un trabajo informal mediado por algoritmos a través de plataformas como GuruWalk o Civitatis. Aunque contribuyen a democratizar el acceso al turismo cultural y ofrecen flexibilidad tanto para los trabajadores como para los turistas, generan significativos interrogantes sobre su adecuación a la normativa vigente, el respeto a los estándares profesionales y la competencia leal. Tomando como estudio de caso la ciudad de Barcelona, la investigación se apoya en entrevistas cualitativas a guías oficiales, asociaciones profesionales y autoridades municipales, además de un análisis jurídico. Los hallazgos evidencian importantes brechas entre la legislación y las prácticas actuales, dificultades para fiscalizar la actividad debido a su informalidad y a la opacidad de las plataformas, así como percepciones contradictorias sobre la legitimidad del modelo: mientras algunos valoran su capacidad de innovación y accesibilidad, otros lo critican por precarizar el trabajo y deslegitimar la profesión regulada.

Artículos científicos



Virtual Tourism Microdosing: A New Prescription for Tourist Wellbeing

Journal of Hospitality & Tourism Research (2026).

La investigación sobre los beneficios hedónicos y eudaimónicos del turismo virtual está experimentando un crecimiento exponencial. Sin embargo, pocos estudios han considerado su potencial como intervención psicológica positiva para mejorar el bienestar. Desde la perspectiva del modelo DREAMA de bienestar turístico, este artículo conceptual examina críticamente el papel matizado del turismo virtual en la promoción del bienestar. Esta investigación sostiene que la microdosificación, un concepto innovador surgido inicialmente en psicoterapia, puede aplicarse al turismo virtual como una intervención no farmacológica para fomentar las dimensiones DREAMA del bienestar. Este artículo es uno de los primeros en aplicar el concepto de microdosificación al bienestar turístico en viajes virtuales. El artículo propone un modelo conceptual diseñado para articular cómo la participación regular en experiencias turísticas virtuales breves e inmersivas puede integrar los beneficios terapéuticos de los viajes en la vida cotidiana. El manuscrito presenta la microdosificación como una forma accesible y de bajo riesgo de participar en experiencias turísticas virtuales y, potencialmente, mitigar problemas como el mareo cibernético.



Gamifying sustainability in hospitality: a stepped leader approach to enhancing employee engagement and behavioral advocacy for sustainability

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2026).

Objetivo

Este estudio tiene como objetivo examinar cómo la gamificación se asocia con el compromiso de los empleados y la promoción del comportamiento (BC) para la sostenibilidad en el sector de la hostelería, y cómo estas relaciones pueden entenderse a través de un marco condicional y multifásico.

Diseño/metodología/enfoque

Esta investigación empleó un marco de liderazgo escalonado, un modelo novedoso y por fases inspirado en la ciencia atmosférica. El marco conceptualiza la participación como un proceso gradual que abarca tres fases: concienciación y motivación, implementación y compromiso.

Recomendaciones

Los resultados revelan que la concienciación sobre la sostenibilidad por sí sola no es suficiente ni necesaria para fomentar la participación. Por el contrario, la motivación gamificada y el apoyo organizacional son precursores esenciales de los facilitadores de la implementación, como la usabilidad del sistema y la colaboración en equipo (CE). El compromiso, medido mediante la evaluación del desempeño (ED), depende fundamentalmente de la convergencia de la facilidad de implementación gamificada, la CE y el impacto percibido por el huésped. Estos factores de implementación son necesarios, pero no suficientes individualmente para fomentar una ED sostenida.



Reputation Versus Legitimacy: A Temporal Perspective of Environmental, Social, and Governance Effects on Financial Performance in the Hospitality Industry.

Cornell Hospitality Quarterly (2026).

Investigaciones anteriores suelen combinar factores ambientales (E), sociales (S) y de gobernanza (G) en una sola métrica, presentando resultados mixtos. Basándose en la literatura sobre la construcción de reputación y la teoría de la legitimidad, este estudio examina los efectos independientes de las calificaciones E, S y G en el desempeño operativo actual de las empresas de hostelería y la valoración de mercado de su rentabilidad futura. Mediante un enfoque de métodos mixtos, este estudio desglosa los efectos E, S y G analizando datos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) de Bloomberg y una encuesta realizada a un panel de inversores institucionales expertos. Nuestro análisis de los datos ESG de Bloomberg revela que las calificaciones E y S se alinean con los procesos de construcción de reputación, mostrando correlaciones positivas tanto con el desempeño operativo actual como con la valoración de mercado de la rentabilidad futura.



Sostenibilidad del patrimonio cultural: los edificios históricos de la red de Paradores de Turismo y el proyecto de conservación PRTR-Next Generation EU de Turespaña

Estudios Turísticos (2026).

Desde el Grand Tour hasta la expansión del turismo en el siglo XIX se observa un creciente interés por los destinos históricos paralelo al desarrollo de las primeras teorías de conservación de patrimonio cultural. En España, el impulso estatal al turismo a comienzos del siglo XX a través de instituciones como la Comisaría Regia de Turismo y el Patronato Nacional de Turismo, dio lugar a la creación de la red de Paradores de Turismo, basada, en parte, en la adaptación de edificios históricos como alojamientos turísticos. Este modelo ha permitido la conservación activa de numerosos edificios históricos. Este artículo presenta, desde una perspectiva histórica no exhaustiva, el actual proyecto financiado por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR-Next Generation EU), gestionado por Turespaña, para la restauración y conservación de treinta y nueve paradores y un conjunto histórico considerados Bienes de Interés Cultural. Este plan ha puesto de manifiesto la necesidad de contar con un conocimiento profundo de los bienes, tal y como destacan las cartas de restauración. Los proyectos de conservación y puesta en valor y los Planes Directores de Conservación pueden considerarse un ejemplo de sostenibilidad aplicada al patrimonio cultural.

Números publicados por revistas españolas



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo



Investigaciones Turísticas



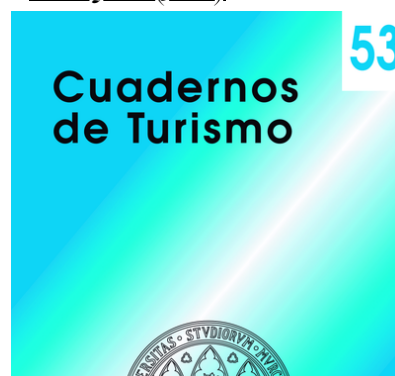
Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural



Journal of Tourism Analysis (ITA).



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio



Cuadernos de Turismo



Ara Journal



Estudios Turísticos



Sustainable Tourism Marketing in the Era of Artificial Intelligence

2027

El sector turístico está experimentando una transformación significativa, ya que la sostenibilidad y la innovación digital se han convertido en prioridades fundamentales para destinos, empresas y viajeros por igual. La creciente preocupación por el medio ambiente, las cambiantes expectativas de los consumidores y los avances en inteligencia artificial (IA) están redefiniendo la forma en que se diseñan, comercializan y gestionan las experiencias turísticas. Las tecnologías basadas en IA se utilizan cada vez más para ofrecer experiencias de viaje personalizadas, mejorar la eficiencia operativa, optimizar la gestión de recursos y potenciar la planificación de destinos. Al mismo tiempo, existe un creciente interés en cómo estas tecnologías pueden contribuir a ecosistemas turísticos más sostenibles, responsables y resilientes, preservando el patrimonio cultural y apoyando a las comunidades locales. Estos avances están creando nuevas oportunidades para alinear la innovación tecnológica con los objetivos a largo plazo del desarrollo turístico sostenible.

Sustainable Tourism Marketing in the Era of Artificial Intelligence explora cómo las tecnologías de IA están transformando el turismo y la hostelería, al tiempo que apoyan objetivos más amplios como la sostenibilidad, los viajes responsables y la resiliencia de los destinos. Este libro, que reúne investigaciones emergentes, aplicaciones prácticas y estudios de caso reales, analiza cómo la IA puede mejorar el marketing turístico, la experiencia del visitante, la gestión de recursos y la toma de decisiones estratégicas en todo el sector.

Tesis



O turismo militar: estudo sobre o turismo nos castelos de Portugal

Lígia Andreia da Silva Azevedo

La presente tesis se sitúa en el ámbito del turismo cultural y analiza el turismo militar en Portugal a través de los castillos como patrimonio histórico-militar. La investigación parte de la premisa de que estos monumentos poseen un importante valor histórico, simbólico, territorial e identitario, y que pueden desempeñar un papel relevante en la oferta turística actual cuando su interpretación y gestión consideran la experiencia de los visitantes. En este contexto, los castillos se entienden como recursos patrimoniales vinculados a la defensa, la organización del territorio y la memoria colectiva, más allá de su función como estructuras defensivas o monumentos visitables. El turismo militar se concibe como una modalidad del turismo cultural y patrimonial basada en bienes, relatos y experiencias de carácter militar, con capacidad para generar aprendizaje, autenticidad percibida y sentido del lugar. Desde esta perspectiva, la tesis busca comprender cómo los visitantes valoran estos espacios y qué aportaciones puede ofrecer dicha valoración al desarrollo del turismo militar en Portugal.

El problema de investigación surge de la brecha existente entre el reconocimiento institucional del patrimonio histórico-militar como recurso turístico y el limitado conocimiento empírico sobre los visitantes de los castillos, sus motivaciones y su evaluación de la experiencia. Aunque estos monumentos ocupan un lugar destacado en los discursos patrimoniales y turísticos, persisten interrogantes fundamentales: quién los visita, qué relevancia tienen en el viaje, qué factores motivan la visita, cómo se percibe la experiencia en términos de autenticidad, calidad e implicación emocional, qué nivel de satisfacción genera y de qué modo influye en la recomendación, la revisita o el interés por conocer otros castillos.

AUTORA: LÍGIA ANDREIA DA SILVA AZEVEDO	DIRECTORES: DR. JOSÉ ANTONIO FRAIZ BREA Y VÍTOR ANDRÉ LEITÃO DE SÁ
DEFENSA: 20 DE JULIO DE 2026	UNIVERSIDADE DE VIGO

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Sept 2026

MON 31 SUN 6

7 13

14 20

21 22 23 24 25 26 27

28 29 30 1 Oct 2 3 4

Tourism conferences +

II Congreso Internacional de la Gestión de la Balneoterapia
22 – 23 September 2026

Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo, Campus Universitario, As Lagoas, 32004 Ourense, España

<https://balneoterapia.webs.uvigo.es/es>

[More details](#) [+ Copy to my calendar](#)

II Congreso Internacional de

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	• XXVIII Seminário Luso-Espanhol de Economia Empresarial – 15/09/2026 • SOCANTUR - 30/09/2026
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	• The Future of Strategic Resources in Tourism and Hospitality: AI, Knowledge, and Sustainability – 13/09/2026 • 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