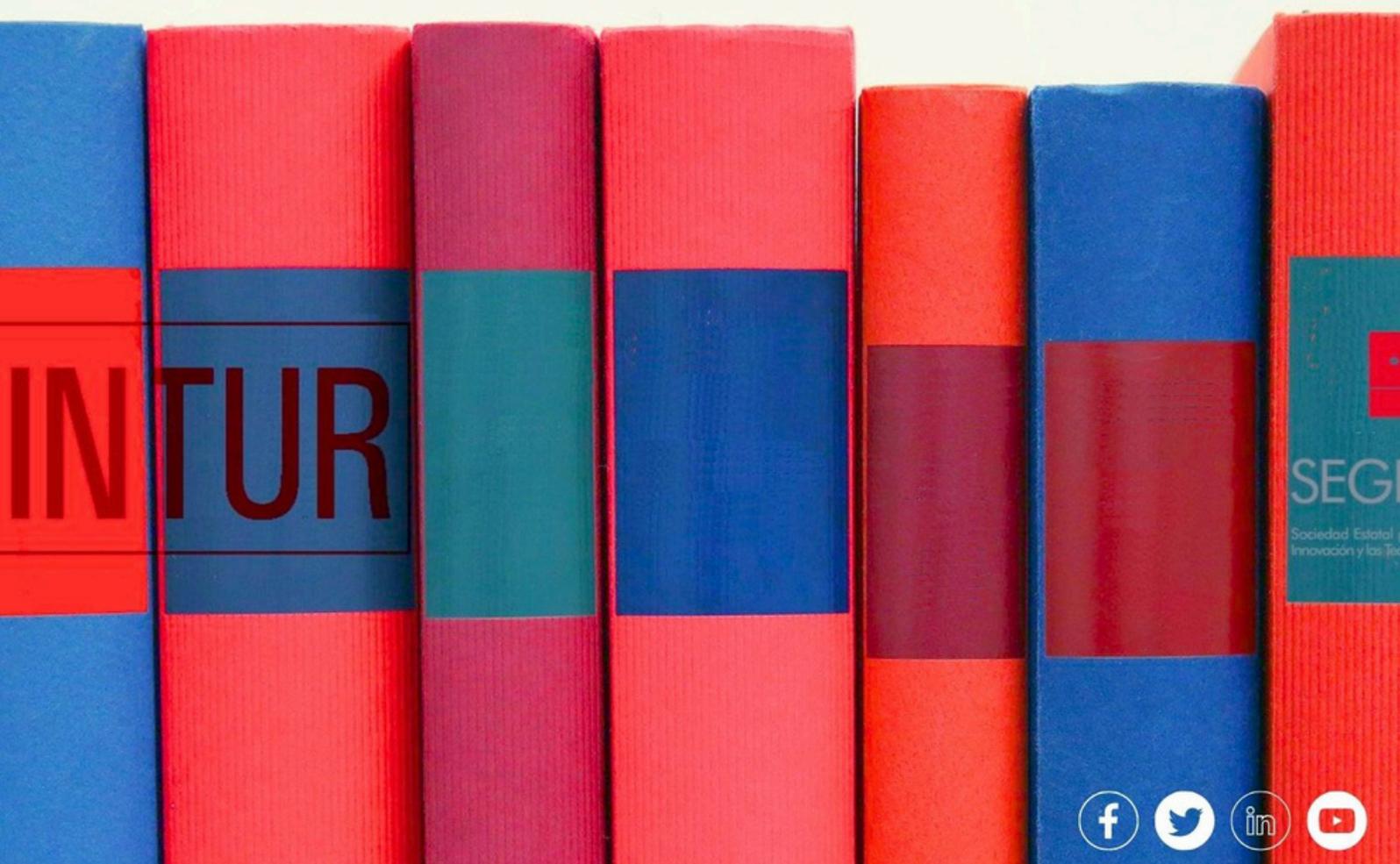


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 143 | AGOSTO DE 2025

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





Call for Papers abierto en la revista Vi@: The Architecture of Tourism

La revista **Vi@**, especializada en estudios turísticos, ha lanzado su nuevo *Call for Papers* bajo el título:

📌 **“The Architecture of Tourism: Decoding the Built Environment of Travel and Leisure”**

Este número temático invita a reflexionar sobre el papel del entorno construido en la experiencia turística, abordando cuestiones como el diseño de espacios, la planificación urbana, la arquitectura simbólica y la relación entre infraestructuras y prácticas de ocio.

📌 Las contribuciones pueden presentarse en **español, inglés, francés, portugués y catalán**, lo que refuerza el carácter internacional y multidisciplinar de la convocatoria.

🔗 Más información y envío de propuestas:
<https://journals.openedition.org/viatourism/12643>

Desde **RedIntur**, animamos a la comunidad académica y profesional del turismo a participar en esta iniciativa que promueve el diálogo entre arquitectura, territorio y experiencia turística.

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)



Via
TOURISM REVIEW

Noticias



Nuevo número de Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas

Desde RedIntur nos complace compartir la publicación del número 32 de *Gran Tour*, una revista académica de referencia en el ámbito de la investigación turística. Este nuevo número reúne estudios internacionales que abordan temáticas clave para el análisis y la evolución del turismo contemporáneo.

🔗 Los artículos están disponibles en: <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/issue/view/32>

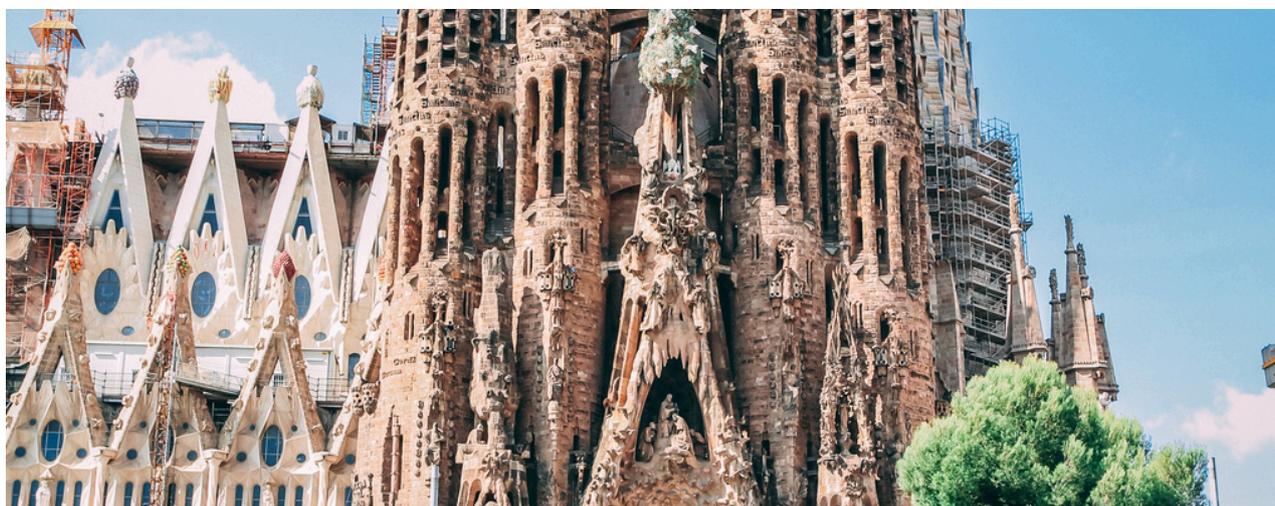
📄 Contenido destacado:

- *Los efectos del Coronavirus (Covid-19) en el turismo de la tercera edad. El caso de Alanya*
Erhan Dağ, Saliha Özpınar
- *Conocimiento y manejo del Patrimonio Cultural en el ámbito turístico en Patagonia Austral*
Silvana Espinosa, Carlos Javier Andrade
- *Del Foodie al Influencer: la estrategia digital detrás de la Gastronomía en redes sociales*
Joan Francesc Fondevila-Gascón et al.
- *Balearización. El reconocimiento de una cultura turística en Mallorca*
Hugo Capellà Miterniquea
- *Desempeño logístico en entidades turísticas cubanas: estudio comparativo mediante machine learning*
Emilio Enrique Guerra Castellón et al.
- *El perfil de la demanda turística en el sitio RAMSAR "Cuyabeno-Lagartococha-Yasuní", Ecuador*
Yamil Doumet Chilán, Nelson García Reinoso
- *El papel de la capacitación en el desarrollo del turismo agroecológico en Curbatí*
José Fernández Alfonso et al.
- *Relación de conocimientos como factor de cohesión social en la Metodología de Turismo Armónico en el Oro, Estado de México*
Eduardo Mata Arratia et al.

Este número ofrece una mirada plural y rigurosa sobre los desafíos, transformaciones y oportunidades del turismo en distintos contextos geográficos y sociales.

📌 Invitamos a toda la comunidad académica y profesional del turismo a consultar y difundir estos trabajos.

Noticias



La tasa turística gana fuerza en España: ¿hacia un nuevo modelo de financiación del turismo?

La tasa turística, aplicada desde hace años en destinos como Cataluña y Baleares, está ganando terreno en otras comunidades autónomas de España, generando inquietud entre los profesionales del sector hotelero.

Según recoge *Preferente*, el avance de esta medida amenaza con extenderse a regiones como Madrid, Valencia, Andalucía o Galicia, donde algunos dirigentes políticos están considerando su implantación. Esta posibilidad ha provocado una reacción crítica por parte de empresarios turísticos, que advierten de sus posibles efectos negativos sobre la competitividad de los destinos y la economía del sector.

En Andalucía, por ejemplo, los empresarios han mostrado un rechazo frontal, calificando la tasa como “poner más palos en las ruedas” de una industria que aún se recupera de los efectos de la pandemia.

En otras regiones, como Valencia, también se han alzado voces en contra, alertando sobre el riesgo de fomentar la economía sumergida y desincentivar la llegada de turistas.

La preocupación se extiende por todo el país, en un momento en que el turismo sigue siendo uno de los principales motores económicos. La posibilidad de que esta tasa se generalice ha abierto un debate sobre su utilidad, su impacto real y la necesidad de buscar fórmulas que no comprometan la recuperación ni la sostenibilidad del sector.

Desde **RedIntur**, seguiremos atentos a la evolución de esta medida y a las implicaciones que pueda tener para los destinos turísticos, especialmente en el ámbito académico, profesional y territorial.

Fuente. Preferente (04/08/2025)

Artículos científicos



Feeling Drained at Work? The Effects of Workplace Incivility Among Frontline Restaurant Employees

Cornell Hospitality Quarterly (2025).

Aunque estudios previos han destacado los efectos adversos del agotamiento laboral en los resultados organizacionales, los factores que contribuyen al agotamiento de los empleados han sido relativamente pasados por alto. Este estudio tiene como objetivo investigar cómo la incivilidad en el lugar de trabajo y el liderazgo transformacional afectan el agotamiento de los empleados y cómo el agotamiento, a su vez, influye en la satisfacción de los empleados, el compromiso afectivo y la intención de rotación. Utilizando el modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales con datos de 338 participantes reclutados a través de Prolific, los hallazgos revelan que la incivilidad en el lugar de trabajo, en particular de los clientes y supervisores, se asocia positivamente con el agotamiento de los empleados. Por el contrario, el liderazgo transformacional se asocia negativamente con el agotamiento. Además, el agotamiento de los empleados afecta significativamente la satisfacción, el compromiso afectivo y la intención de rotación. Este estudio ofrece información valiosa para el mundo académico y la industria restaurantera, enfatizando la importancia de abordar el agotamiento de los empleados e implementar estrategias efectivas para fomentar el bienestar de los empleados.



A Behavioral Microeconomics Model Of Tourist Destination Choice Under Loss Aversion

Journal of Hospitality & Tourism Research (2025).

Este artículo ofrece una caracterización teórica y empírica de la elección de destino bajo la percepción del riesgo en individuos con aversión a las pérdidas. Desarrollamos un nuevo modelo teórico que extiende la teoría microeconómica tradicional de la elección de destino incorporando preferencias dependientes de la referencia, en particular la aversión a las pérdidas. Dentro de una formulación de utilidad aleatoria, nuestro modelo predice que la percepción subjetiva de amenazas disminuye la probabilidad de elegir destinos propensos al terrorismo, lo que desencadena efectos de sustitución espacial entre regiones. Para validar empíricamente nuestro modelo, utilizamos los atentados terroristas yihadistas en Barcelona en agosto de 2017 como experimento natural para estimar las elasticidades de sustitución entre destinos españoles. Utilizando microdatos mensuales sobre la elección de destinos turísticos nacionales entre agosto de 2016 y diciembre de 2018 por parte de 69.440 individuos, observamos que la probabilidad de viajar a Cataluña disminuyó en 0,575 puntos porcentuales tras el atentado, lo que generó importantes efectos de reasignación del mercado hacia las regiones de Valencia y Andalucía.

Artículos científicos



Queer-friendly tourist destinations: how are they perceived by the LGBTQ+ communities?

Current Issues in Tourism (2025).

Este estudio emplea la teoría de la motivación basada en la identidad para analizar el impacto de las iniciativas queer-friendly en destinos turísticos. Se recopilieron datos de 590 turistas LGBTQ+ mediante un cuestionario electrónico autoadministrado. La investigación revela que los turistas queer valoran los destinos que comparten y promueven valores inclusivos. Los resultados sugieren que las empresas más comprometidas con las comunidades tienen un impacto significativo, aunque los turistas queer valoran cualquier acción queer-friendly. A diferencia de estudios previos sobre comunidades y marcas LGBTQ+, los turistas queer valoran las acciones queer-friendly, la solidaridad y la amabilidad de los destinos turísticos sin priorizar la autenticidad de estas acciones. Esta investigación proporciona información importante para los destinos queer-friendly que buscan apoyar e interactuar con las comunidades LGBTQ+, reforzando su relevancia dentro de este segmento de mercado.



How different destination brand personalities choose the right tourism short video ads?

Journal of Vacation Marketing (2025).

Los anuncios turísticos de vídeo cortos son cruciales para mejorar la competitividad del mercado de destinos y el desarrollo sostenible. Sin embargo, aún existen limitaciones sobre cómo diseñar anuncios de forma diferente para las características de los distintos destinos. Para subsanar esta deficiencia en la investigación, basándose en el modelo de elaboración de verosimilitud, este estudio utiliza cuatro experimentos de escenarios para examinar los efectos de coincidencia entre los formatos de anuncios turísticos de vídeo cortos (bucle aproximado vs. reproducción única detallada) y la personalidad de la marca del destino (joven vs. tradicional). Los hallazgos revelan que los destinos jóvenes emparejados con un formato de anuncio de bucle aproximado y los destinos tradicionales emparejados con un formato de anuncio de reproducción única detallada son más capaces de despertar el deseo de viajar de los turistas. Además, la experiencia sensorial y la experiencia de flujo desempeñan papeles mediadores en la relación mencionada. Este artículo amplía el marco de contenido de la publicidad turística y la investigación de marketing y ofrece implicaciones prácticas para el diseño de anuncios de vídeo cortos en destinos turísticos.

Artículos científicos



Testing comparative business-to-business value co-creation models: Differences in hotels and travel agencies in Spain

European Journal of Tourism Research (2025).

La investigación sobre co-creación de valor (CVC) en contextos B2B (business-to-business) es de creciente interés para comprender los ecosistemas turísticos, pero muestra heterogeneidades y falta de consenso en dos sentidos: a) no hay consenso sobre la posición nomológica de la CVC como antecedente o como constructo central en una cadena de efectos, y b) los mismos modelos funcionan de manera diferente en diferentes sectores y para diferentes actores dentro de la misma cadena. Para testar estas contingencias, este trabajo evalúa las relaciones entre confianza, compromiso, CVC y satisfacción económica y satisfacción social en un enfoque comparativo (modelos rivales) para dos servicios turísticos: hoteles y agencias de viajes. Se testan dos modelos diferentes con mínimos cuadrados parciales sobre dos muestras: los gestores de 269 hoteles y 256 agencias de viajes en España, evaluando sus relaciones con su socio principal. Tanto para hoteles como para agencias de viajes, el modelo donde la CVC inicia la cadena de efectos presenta mejores resultados que aquel donde la CVC es un constructo central. Sin embargo, ningún modelo se sustenta plenamente en ninguna de las muestras, lo que evidencia un alto efecto de contingencia en el VCC para los servicios turísticos B2B. Existen contribuciones para los académicos, dado que los estudios comparativos sobre el VCC son escasos en la literatura turística, y para los gestores, dado que las relaciones entre los socios turísticos presentan heterogeneidades, pero un efecto consistente de satisfacción social y satisfacción económica.



Satisfaction with living conditions – the role of tourism

JTA-Revista Análisis Turístico (2025).

Objetivo. Considerando el impacto que el turismo genera en las comunidades anfitrionas, este estudio busca determinar, entre otros factores, el papel del turismo, especialmente el impacto que su desarrollo y la gestión de los destinos tienen en la satisfacción de los residentes con sus condiciones de vida.

Metodología. Para recopilar datos de los residentes de dos destinos costeros vecinos (Rijeka y Opatija, Croacia), se realizó una encuesta presencial y en línea desde principios de marzo hasta finales de junio de 2023. Se recopilaron 287 cuestionarios utilizables. Se utilizó estadística descriptiva para crear el perfil de la muestra. Se realizó un análisis de componentes principales para reducir la dimensionalidad de grandes conjuntos de datos (satisfacción con las condiciones de vida y percepción de la gestión del destino costero). Se realizó un análisis de regresión para identificar los factores que influyen en la satisfacción de los residentes con las condiciones de vida (bienestar del condado).

Resultados. Los resultados muestran que la satisfacción con la gestión del destino y el impacto positivo percibido del turismo son predictores significativos de la satisfacción de los residentes con sus condiciones de vida. Por otro lado, las características sociodemográficas de los encuestados, los impactos negativos percibidos, los problemas de gestión costera y el nivel de participación en actividades turísticas no muestran efectos estadísticamente significativos en la satisfacción.

Contribución. Además de las características sociodemográficas, el impacto percibido del turismo y la participación en los procesos de gestión del destino, este modelo de estudio también incluye la satisfacción con la gestión del destino y las actitudes hacia la gestión costera, factores que no se han considerado previamente en este tipo de investigación.

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

Libros



Impacts of AI on International Volunteering

2025

La IA está transformando el panorama del voluntariado internacional, presentando nuevas oportunidades y desafíos para la participación cívica global. Las tecnologías de IA están transformando el diseño y la implementación de las iniciativas de servicio internacional. Si bien la automatización y las plataformas basadas en datos pueden impulsar la eficiencia, también plantean preguntas cruciales sobre la conexión humana y la relevancia futura de los modelos tradicionales de voluntariado. Esta dinámica en evolución invita a un análisis más profundo de la influencia de la IA en las motivaciones, los métodos y el impacto del voluntariado transfronterizo.

Impacts of AI on International Volunteering explora cómo la IA puede potenciar el voluntariado internacional desde una perspectiva global. Este libro analiza cómo la IA puede impulsar una promoción del voluntariado más auténtica, culturalmente sensible y con mayor impacto social, especialmente cuando se vincula con la educación para la ciudadanía global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Al abordar temas como la IA, la globalización y el voluntariado, este libro es un excelente recurso para investigadores, profesionales, estudiantes y responsables políticos en los ámbitos del turismo, el marketing, el desarrollo internacional y las tecnologías digitales.



Sustainable Health Tourism Solutions for Climate Change

2025

A medida que el cambio climático impacta la salud y los viajes a nivel mundial, la necesidad de soluciones sostenibles para el turismo de salud se vuelve urgente. El turismo de salud ofrece oportunidades para que las personas busquen atención médica en diversas regiones, pero a menudo conlleva importantes impactos ambientales. Para asegurar la perdurabilidad del turismo de salud, es esencial desarrollar estrategias que reduzcan el impacto ecológico, promoviendo al mismo tiempo el bienestar comunitario y la resiliencia climática. Una mayor exploración de prácticas sostenibles, infraestructura ecológica e innovaciones políticas puede transformar el turismo de salud mediante la responsabilidad ambiental y el desarrollo.

Sustainable Health Tourism Solutions for Climate Change ofrece un análisis exhaustivo del turismo de salud en el contexto de las prácticas ecológicas, los avances médicos y el cambio climático. Examina el impacto del cambio climático en la atención médica, con especial atención a cómo afecta la seguridad del paciente, la prestación de servicios de salud y el turismo de salud. Este libro abarca temas como los sistemas de salud, las tecnologías inteligentes y la climatología, y es un recurso útil para empresarios, profesionales médicos, académicos, investigadores y científicos ambientales.

Tesis



Motivación y riesgo percibido en el turismo gastronómico: un estudio aplicado a la intencionalidad de viaje en el País Vasco

Cristina Valilla Arrospide

Este estudio profundiza en el dinámico ámbito de la investigación turística, destacando la importancia de la gastronomía local en el atractivo de un destino. Al aprovechar la gastronomía regional para el desarrollo de marca y el crecimiento, se enriquecen las experiencias de los visitantes y se refuerza la identidad regional.

Utilizando la Teoría Fundamentada y el software Atlas.ti, la investigación explora la influencia de las motivaciones personales, las preferencias y la percepción del riesgo en los turistas y los aficionados a la gastronomía.

A través de cinco entrevistas a expertos y una exhaustiva revisión bibliográfica, se revelan matices sobre las actitudes de los turistas hacia el turismo culinario.

Con especial atención al País Vasco, se destaca el uso estratégico de experiencias gastronómicas sensoriales para un desarrollo de marca de lugar eficaz.

AUTOR: DÑA. CRISTINA VALILLA ARROSPIDE	DIRECTORES: DRA. NURIA RECUERO VIRTO
DEFENSA: 4 DE JUNIO DE 2025	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Congresos/conferencias



CALENDARIO

Sept 2025						
MON 1 Sept	TUE 2	WED 3	THU 4	FRI 5	SAT 6	SUN 7
8	9	10 ICSD 2025: 13th Internationa	11	12	13	14
15	16	17 Eighteenth International Conference on the	18	19	20	21
22	23	24 Advances in Tourism Marketina Conference	25 24 CONGRESO AECIT	26	27	28
29	30	1 Oct	2	3	4	5

Tourism conferences +

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

<p>CONGRESOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IV Congreso Internacional «Traducción y Discurso Turístico» (TRADITUR) - 20/09/2025 • Sun&Blue Congress - 22/09/2025 • ENTER 2026
<p>ARTÍCULOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • International Journal of Event and Festival Management - 16/09/2025 • Journal of Place Management and Development - 15/10/2025 • Revista Latina de Comunicación Social - 15/11/2025
<p>LIBROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The Evolution and Future Trajectory of Birth Health Tourism - 27/08/2025 • Integrating Social Media Tools Into Hotel Operations and Marketing - 21/09/2025 • Transformative Policies for Inclusive Development in the Blue Economy - 28/09/2025 • The Multidimensional Role of Water in Health and Wellness Tourism - 13/10/2025