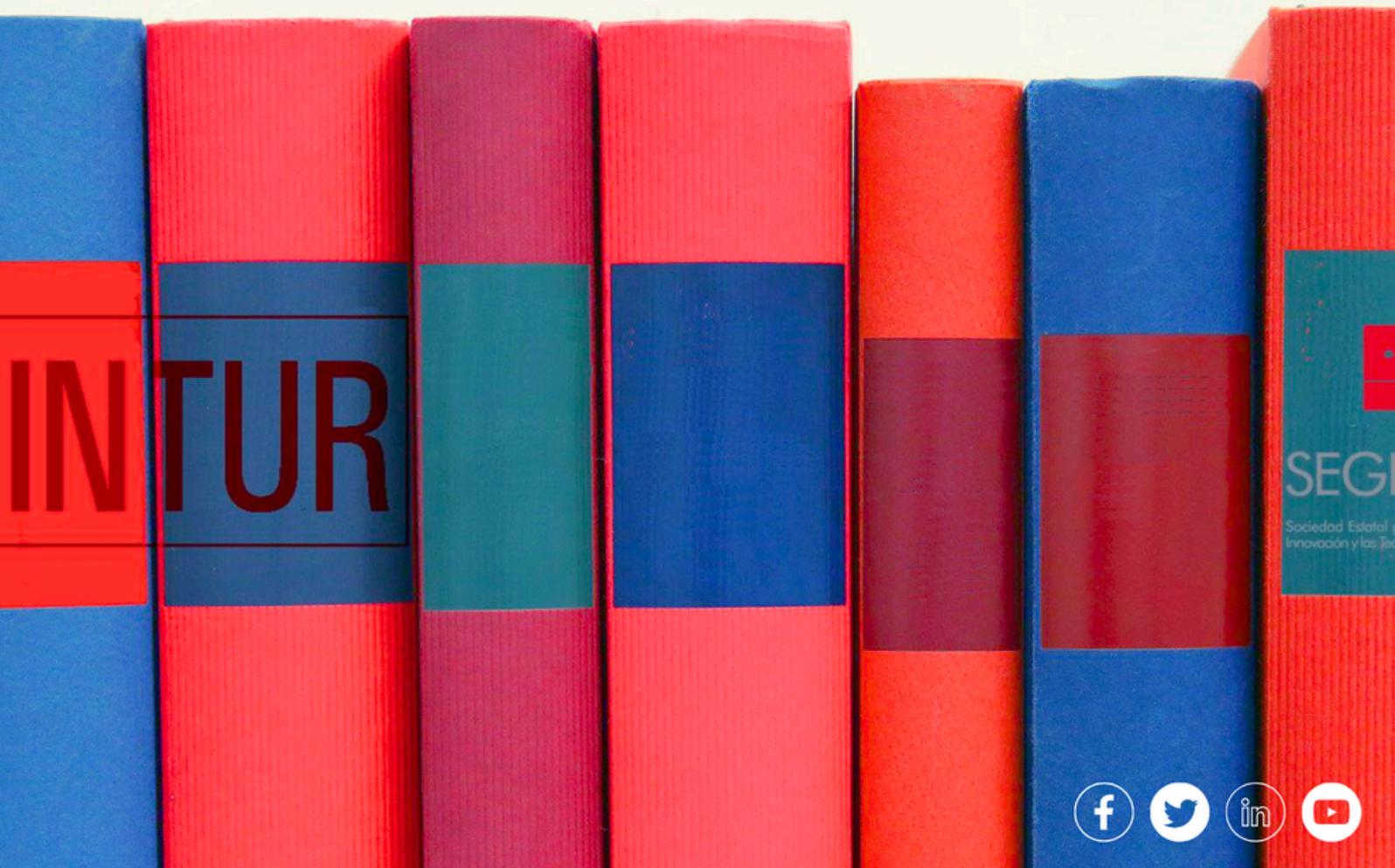


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 137 | FEBRERO 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



SEGITTUR
turismo e innovación





IV JORNADA DOCTORAL REDINTUR

La Red Interuniversitaria de Posgrados en Turismo-REDINTUR, en colaboración con la Universidad de Alicante, organiza la **IV Jornada Doctoral REDINTUR** el próximo **27 de marzo de 2025**. Este evento se llevará a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante y está diseñado para crear un espacio interdisciplinar donde investigadores en formación puedan interactuar con expertos consolidados en el ámbito del turismo.

PROGRAMA

Objetivos y formato del evento

La jornada tiene como propósito principal fomentar el intercambio de conocimiento y fortalecer la cooperación académica en turismo. En este foro, los doctorandos de programas de doctorado en turismo de toda España tendrán la oportunidad de presentar sus avances de investigación en sesiones paralelas, agrupadas en torno a los siguientes ejes temáticos:

- Economía del turismo, marketing turístico y organización de empresas.
- Innovación, tecnologías y análisis de datos en turismo.

- Planificación y gestión de destinos turísticos: sostenibilidad, impactos y patrimonio.
- Sociología y antropología del turismo.

Cada participante dispondrá de 10 minutos para exponer su tesis, ya sea en formato tradicional o por compendio de artículos, seguidos de una sesión de retroalimentación a cargo de investigadores experimentados.

Fechas importantes

- **Inscripción** en la jornada: hasta el **28 de febrero** de 2025.
- Envío de las presentaciones en formato pdf (soporte para la defensa): hasta el 7 de marzo de 2025.
- Celebración de la jornada: 27 de marzo de 2025.

Contacto y más información

Para más detalles sobre el evento y el envío de trabajos, puedes escribir al correo electrónico info.redintur@gmail.com indicando en el asunto «DOCTUR25».

Esta jornada se perfila como una oportunidad inmejorable para fortalecer las redes académicas y contribuir al avance del conocimiento en un sector clave como el turismo. ¡No te la pierdas!

En este boletín podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias



Call for papers 2026: Producción audiovisual y promoción del turismo. Experiencias y destinos

La importancia de la industria turística y de la ficción audiovisual en España es incuestionable. La actividad turística en España alcanzó los 184.000 millones de euros en 2023 (12,3% del PIB) y generó más de 2,5 millones de puestos de trabajo en España, el 11,6% del empleo total (INE, 2024). Por su parte, los vídeos bajo demanda en el mercado español (AVoD) alcanzaron en 2024 unos ingresos de 2.489 millones de euros, y se prevé para 2025 unos beneficios de 2.684 millones (Price Water House Coopers, 2024).

La investigación científica sobre las relaciones entre el turismo y el texto audiovisual ha confirmado los efectos de la ficción audiovisual en las imágenes de los destinos y en las motivaciones e intenciones de visita a estos (Zhang y Ramayah, 2024; Nieto-Ferrando et al., 2021; Vila et al., 2021; Nakayama et al., 2021). Desde hace más de una década, las instituciones buscan puntos de confluencia entre ambas industrias con el objetivo de que las películas y las series de ficción ayuden a promocionar los territorios y su patrimonio cultural y natural (Sánchez-Castillo et al., 2024).

Objetivo

El objetivo de este monográfico es difundir las investigaciones realizadas sobre el turismo cinematográfico y televisivo atendiendo a las experiencias de los turistas influidos por la ficción audiovisual, los efectos de ésta en los destinos, los atractivos y las acciones de marketing de destino.

Palabras Clave: Ficción audiovisual; turismo; marketing turístico; industrias culturales; experiencias turísticas, políticas de promoción, sostenibilidad, cine.

Fecha límite para envío: 15 de noviembre de 2025

Más información: [link](#)



Noticias



De la tiza al chip: el uso de la inteligencia artificial en las aulas

En 2023 un grupo de profesoras y profesores de la Universitat de Girona, con argumentos a favor de la inteligencia artificial en las aulas, e interesados por las posibilidades de ésta en la docencia universitaria, crearon un grupo de trabajo informal. De ahí, ha surgido este libro que recoge una parte de los resultados del trabajo del grupo, combinados con la búsqueda de la información sobre un tema que evoluciona de forma permanente.

Tal y como se menciona en la presentación del mismo «La inteligencia artificial está presente en nuestra vida cotidiana, en algunas ocasiones de forma explícita y la mayoría de las veces, de forma totalmente invisible. Si la IA es omnipresente, ¿hasta qué punto podemos ignorar su irrupción también en las aulas? De hecho, silenciosamente, las y los estudiantes han descubierto hace tiempo sus posibilidades y entregan trabajos, ensayos, informes, traducciones, resúmenes, análisis, o incluso, trabajos de investigación y trabajos de grado redactados parcial o totalmente con un asistente virtual. Por eso, la primera reacción de la docencia ha sido prohibir su uso, y ha activado una serie de medidas profilácticas como la utilización de detectores (gptzero o undetectable), los trabajos en clase, las sesiones “unplugged”, o los ejercicios orales. Las precauciones parecen lógicas: Si se puede hacer un resumen de Cien años de soledad sin leer el libro, identificar las características de una pirámide de edades sin nociones de demografía o traducir un documento en latín a pesar de no haber estudiado nunca las declinaciones, ¿no deberíamos reformular todos los criterios de evaluación?».

Os invitamos a leer esta obra completa en el siguiente link: [De la tiza al chip](#)



Noticias



El turismo MICE se consolida como motor clave del sector en España

El turismo de reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones (MICE) en España ha registrado un lucrativo retorno en 2024, superando las cifras previas a la pandemia y posicionándose como uno de los sectores esenciales para el buen desarrollo de la economía del sector turístico. El crecimiento de este tipo de turismo lucha contra la desestacionalización del turismo y contribuye a alcanzar nuevos récords en número de visitantes.

Según datos de Hosteltur, el turismo MICE cerró el ejercicio de 2024 con una facturación aproximada de 18.844 millones de euros, esta cifra representa un incremento del 20% en comparación con las ganancias registradas antes de la pandemia. Estos números subrayan la importancia del sector turístico de reuniones como motor económico para España.

Al rescate de la estacionalidad turística

El turismo MICE se presenta como un factor clave para combatir la crisis de la estacionalidad del turismo español. Se prevé que este modelo de turismo contribuya significativamente al logro de un nuevo máximo histórico de visitantes en 2025, con una estimación que podría llegar a los 95 millones de personas, según Nexotur. «El turismo de congresos y exposiciones no solo impulsa la economía, sino que también contribuye a la creación de empleo y al desarrollo y la estabilidad del talento en un sector marcado por la temporalidad», apunta Sílvia Balcells, directora general en España de Synergie.

Liderazgo europeo

España se mantiene como destino predilecto para organizadores de reuniones, viajes de negocios y eventos a nivel europeo. El clima favorable, la excelente relación calidad-precio y la rica gastronomía son algunos de los atractivos que sitúan el país como líder

entre destinos de turismo MICE. Un estudio realizado por Turespaña ha confirmado esta preferencia, considerando que el territorio español encabeza la lista de destinos para el turismo de reuniones en Europa, superando a competidores como Francia, Alemania, Italia y Reino Unido.

En el último trimestre de 2024, Barcelona acogió un total de 100 eventos, atrayendo a más de 100.000 profesionales. La capital catalana destaca como anfitriona en congresos vinculados a los sectores de la salud y la tecnología. En Madrid, el consorcio de organización de ferias, Ifema, llevó a cabo la celebración de 585 eventos en 2024, experimentando un aumento del 7% en el número de asistentes y alcanzando una cifra de 80.000 visitantes, de acuerdo con datos de Nexotur.

«España se ha consolidado como un destino clave para el turismo de reuniones, con una demanda creciente de profesionales cualificados en el sector. Sin embargo, en el último año se ha evidenciado una preocupante escasez de personal especializado, con una alta necesidad de trabajadores y una notable falta de perfiles específicos, como azafatos y azafatas, fundamentales para el desarrollo de estos eventos», afirma Balcells. Synergie ofrece un servicio integral de consultoría en recursos humanos para el sector turístico MICE. La compañía proporciona programas de formación adaptados a necesidades específicas desde el protocolo y la gestión de eventos hasta la atención personalizada y la resolución de incidencias. El 60% de los trabajadores en el sector turístico no tienen formación especializada, un hecho que alerta de la necesidad de profesionalizar a este tipo de empleados, según un informe de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

Fuente. [Equipos y Talentos](#) (05/02/2025)

Artículos científicos



Evolución de la percepción sobre el turismo responsable de las agencias de viajes españolas tras la Covid-19: un análisis longitudinal

Gran Tour, No. 30 (2024).

Este trabajo analiza la evolución del turismo responsable en el ámbito turístico emisor español a través de un análisis longitudinal en dos fases, con un intervalo de cuatro años. Se examina esta evolución tras la pandemia de COVID-19 en un mercado turístico que ahora opera a pleno rendimiento. Dada su posición estratégica, en contacto tanto con proveedores como con clientes, las agencias de viajes distribuyen y están bien informadas sobre la oferta y demanda de este tipo de producto turístico responsable alineado con los principios de sostenibilidad y respeto al entorno y las comunidades locales. Utilizando una metodología cuantitativa basada en encuestas a agentes de viajes, el objetivo es identificar los cambios en su percepción sobre el turismo responsable y su impacto en las operaciones y la satisfacción del cliente. Los resultados actuales se compararán con los obtenidos en la fase anterior para evaluar las tendencias a lo largo del tiempo. Esta comparación temporal permite comprender mejor cómo la pandemia ha influido en las prácticas y estrategias de sostenibilidad en el sector turístico emisor, proporcionando información valiosa para responsables de políticas turísticas y administradores.



Film festivals and social inclusion: the Ciputra Film Festival's collaborative spirit

International Journal of Event and Festival Management (2025).

Objetivo

El objetivo de este estudio es investigar las estrategias que utilizan los organizadores del Festival de Cine de Ciputra para presentarlo como un festival inclusivo. Se revelará cómo los festivales de cine sirven como un medio de colaboración para las distintas comunidades cinematográficas de Indonesia.

Diseño/metodología/enfoque

Este estudio se realizó utilizando un método exploratorio, un enfoque cualitativo y un paradigma interpretativo, en el que los investigadores se pusieron en el lugar de los participantes.

Recomendaciones

Según los resultados del análisis temático, la estrategia de organización del Festival de Cine de Ciputra promueve los valores de la diversidad de cada comunidad. Se promueve el festival como una celebración de la diversidad, así como una colaboración entre las comunidades cinematográficas locales que reflejan las características de la nación indonesia, que es, de hecho, muy diversa en términos de etnicidad, cultura, preferencias sociales y políticas. La comunidad cinematográfica local es activa en todos los aspectos del festival, incluidos el consumo, la producción, la participación política y la interacción social.

Implicaciones prácticas

La organización del Festival de Cine de Ciputra ha intentado ser incluyente uniendo los intereses de la comunidad cinematográfica local, la cultura local y la industria cinematográfica. Sin embargo, algunas aspiraciones de la comunidad y la existencia de elementos culturales locales deben seguir siendo prioritarias para que los participantes y visitantes obtengan la mejor experiencia.

Artículos científicos



The role of masculine and feminine gender enactment in hospitality leadership

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2024).

Objetivo

En la sociedad actual, los supuestos estereotípicos de lo que significa ser hegemoníicamente masculino y ser un líder están alineados, lo que potencialmente crea una incongruencia de roles para cualquiera que no encaje en esta definición. El propósito de este estudio es investigar si los rasgos de liderazgo masculinos y femeninos de los gerentes de hotelería hombres y mujeres afectan la intención de los empleados de confiar en los líderes y el atractivo organizacional.

Diseño/metodología/enfoque

Se utilizaron métodos mixtos explicativos. En primer lugar, se llevaron a cabo dos experimentos (Estudio 1 = mujer gerente, n = 137; Estudio 2 = hombre gerente, n = 117) con empleados actuales del sector hotelero para evaluar la interacción de la actuación masculina versus femenina y la composición de género del liderazgo (3 %, 23 % o 53 % mujeres) sobre el atractivo organizacional y la intención de confiar en el líder. Los resultados no se alinearon con las teorías; por lo tanto, se realizaron tres grupos de discusión con 13 empleados actuales del sector hotelero.

Recomendaciones

Los resultados indican un cambio hacia la preferencia por características comunitarias (femeninas) en el liderazgo hotelero con un equilibrio de rasgos masculinos.

Limitaciones/implicaciones

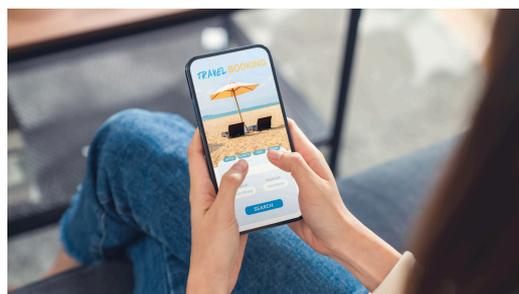
La influencia de las conductas de los directivos relacionadas con el género sobre la confianza y el atractivo organizacional va más allá de sus rasgos físicos de género, lo que indica que el género juega un papel más crucial de lo que se creía anteriormente.



Los desafíos de los museos del siglo XXI: cómo atender a los visitantes sofisticados en un mundo sofisticado

Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio (2024).

El museo del siglo XXI ya no se percibe simplemente como una institución convencional, sino como un organismo vivo. El artículo examina el papel del museo contemporáneo teniendo en cuenta la sofisticación y los niveles de exigencia y satisfacción que buscan actualmente los visitantes, su nuevo comportamiento y sus expectativas. Al considerar la relación entre las instituciones culturales y su público, se han tenido en cuenta cuestiones como la accesibilidad, la interactividad, la participación de los visitantes y el personal del museo.



La retórica en sitios web de turismo: Voces influyentes del espacio digital

Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio (2024).

La influencia persuasiva de los materiales promocionales de turismo es cada vez más evidente hoy en día. Este artículo examina las voces utilizadas por los sitios web de turismo de salud para atraer a los turistas potenciales y revisa los mensajes transmitidos por estas voces, analizando sus puntos de vista persuasivos.

Artículos científicos



Research for environmentally sustainable tourism – All talk, no action?

Journal of Hospitality and Tourism Management (2025).

El calentamiento global es una amenaza existencial para la humanidad. Las emisiones de carbono deben reducirse de inmediato y de manera sustancial para garantizar que el planeta pueda seguir sustentando la vida humana. Todos los sectores industriales deben hacer una contribución material. El turismo no es una excepción. Actualmente, la industria del turismo genera alrededor del 8% de todas las emisiones de carbono (Lenzen et al., 2018). Se prevé que estas emisiones relacionadas con el turismo aumenten, no disminuyan, en un 3% anual en el futuro (Lenzen et al., 2018). En el 30.º aniversario del Journal of Hospitality and Tourism Management, reflexionamos sobre el progreso de la investigación en esta área; específicamente, la investigación que ha contribuido a que los turistas se comporten de maneras más sostenibles desde el punto de vista ambiental, lo que se traduce directa o indirectamente en una reducción de las emisiones de carbono. Brindamos una revisión de los estudios publicados en esta área, identificamos las principales líneas de trabajo y extraemos conclusiones sobre el estado actual de la técnica y las direcciones urgentes para la investigación futura. Concluimos que se necesita urgentemente más trabajo centrado en cómo cambiar el comportamiento de todos los actores del turismo.



Developments and implications of tourism information technology: a horizon 2050 paper

Tourism Review (2025).

Objetivo

Este estudio tiene como objetivo ofrecer una visión general del desarrollo de la tecnología de la información turística desde una perspectiva macro del linaje cronológico del turismo y la tecnología de la información desde sus orígenes hasta la actualidad. Este estudio también explora la progresión de la tecnología de la información turística, sus implicaciones y sus direcciones futuras con base en un marco de análisis macroambiental que comprende perspectivas políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legales.

Diseño/metodología/enfoque

Este estudio sirve como una valiosa conexión entre el conocimiento teórico y la aplicación práctica, combinando las experiencias de investigadores académicos y profesionales de la industria para examinar en profundidad el progreso y los avances en la tecnología de la información turística. Esta investigación también identifica puntos críticos en el dominio para proporcionar una explicación unificada y completa que se alinee con los hallazgos de la investigación actual.

Recomendaciones

Esta investigación revela la línea temporal continua del desarrollo del turismo y la tecnología de la información. Analiza los orígenes, el progreso y las interacciones del turismo y la tecnología de la información, revelando los factores estructurales políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales de la tecnología de la información turística. Este documento también presenta sugerencias para agendas futuras sobre la base de un compendio y una perspectiva de las influencias e implicaciones para el dominio.

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

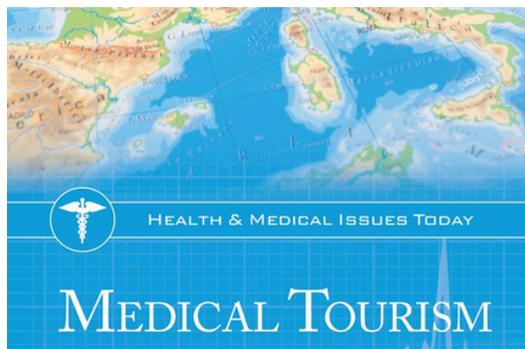


Ara Journal



Estudios Turísticos

Libros

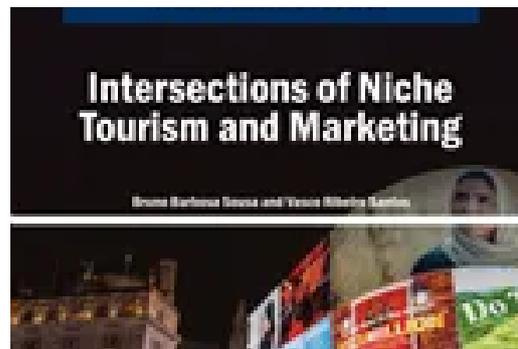


Medical tourism, a complex interplay of healthcare, economics, and culture, offers both opportunities and challenges for patients, providers, and nations alike.

2025

El turismo médico, una compleja interacción entre la atención médica, la economía y la cultura, ofrece oportunidades y desafíos tanto para los pacientes como para los proveedores y las naciones. ¿

Quién busca servicios médicos en el extranjero y por qué? ¿Qué procedimientos se realizan con más frecuencia y qué países son puntos calientes para el turismo médico? ¿Qué papel desempeñan los facilitadores de la atención médica intermediaria? Este libro ofrece una introducción accesible a este tema multifacético, respondiendo a todas estas preguntas y más. El libro también explora una variedad de temas relacionados con el turismo médico, incluidas las preocupaciones de los pacientes sobre la calidad y la seguridad de la atención y las áreas grises regulatorias que pueden surgir cuando la atención médica cruza las fronteras nacionales. Una colección de cinco estudios de caso interesantes ayudan a dar vida al tema, ilustrando los conceptos y problemas discutidos en el texto. Un glosario y un directorio anotado de recursos completan el volumen.



Intersections of Niche Tourism and Marketing

2025

A medida que la industria del turismo cambia, el turismo de nicho ha surgido como un sector dinámico y en crecimiento, que atiende intereses especializados y preferencias de viaje únicas. Este cambio hacia experiencias de viaje más personalizadas y enfocadas está reconfigurando la forma en que se comercializan los destinos y los servicios a los turistas potenciales. Desde el ecoturismo y los viajes de aventura hasta el turismo cultural, de bienestar y culinario, las intersecciones del turismo de nicho y el marketing han creado nuevas oportunidades tanto para los viajeros como para las empresas. Al aprovechar las estrategias de marketing dirigidas, los destinos pueden atraer audiencias específicas y, al mismo tiempo, ofrecer experiencias personalizadas que resuenen con sus intereses. Una mayor investigación sobre cómo la convergencia del turismo de nicho y las técnicas de marketing innovadoras ha reconfigurado el panorama turístico puede proporcionar información sobre la creciente demanda de experiencias de viaje especializadas y las estrategias que impulsan su éxito.

Intersecciones del turismo de nicho y el marketing explora el uso del marketing y la ciencia del consumidor en las prácticas de turismo de nicho. Examina el potencial de la tecnología de marketing, la ciencia de datos y los servicios de destino para atraer turistas de nicho y aumentar el interés y los ingresos en regiones específicas. Este libro cubre temas como el marketing digital, el desarrollo sostenible y el comportamiento del consumidor.

Tesis



El desarrollo de los territorios de montaña de las sierras de Queixa, San Mamede y Montes do Invernadeiro (1975-2015): enfoques institucionales, políticas públicas y percepciones comunitarias

Manuel Rodríguez Rodríguez

Se investigan la ordenación, planificación y desarrollo territorial practicados en las Sierras de Queixa, San Mamede y Montes do Invernadeiro, que en conjunto constituyen un macizo montañoso claramente identificable situado en el sureste de Galicia, en el período que transcurre desde los años 1970 hasta la actualidad. La mayor parte de este territorio está incluida en la Zona de Especial Conservación (ZEC) del Macizo Central y, en una superficie mucho menor, en la del Bidueiral de Montederramo.

El enfoque elegido prioriza dar voz a los actores locales mediante una técnica de análisis cualitativo consolidada, aunque no aplicada previamente en la zona: las entrevistas semiestructuradas. Así, la perspectiva de los líderes de la comunidad local resulta esencial, lo que representa el principal aspecto innovador de la investigación, desarrollada dentro del marco teórico-metodológico del constructivismo social en Geografía. De este modo, se asume el territorio como una construcción social, política y cultural.

El análisis se centra en tres temáticas abordadas a través de artículos autónomos, aunque interrelacionados, dado que la tesis doctoral sigue el formato de compendio de publicaciones: la estación de esquí de Manzaneda, la conservación de los espacios naturales a través de la denominada Red Natura 2000 y las políticas públicas diseñadas para frenar el grave despoblamiento del área estudiada. Estas tres formas de ordenación, planificación y desarrollo territorial representan, ante todo, esfuerzos dirigidos a revertir la situación de atraso socioeconómico de la zona de montaña.

No obstante, la tesis constata una percepción generalizada de inacción por parte de las administraciones públicas desde el punto de vista local. De manera complementaria —y contradictoria—, esta percepción local sostiene que las acciones gubernamentales han puesto el énfasis en herramientas inadecuadas, planteadas desde una perspectiva exógena y ajena, priorizando fórmulas no demandadas por la ciudadanía, como el turismo.

| | |
|--------------------------------------|---|
| AUTOR: D. MANUEL RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ | DIRECTOR: DR. VALERÍA PAÛL CARRIL (UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA) |
| DEFENSA: 3 DE FEBRERO DE 2025 | UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA |

Congresos/conferencias



CALENDARIO

The screenshot shows a mobile calendar interface for March 2025. A detailed event card is displayed over the calendar grid. The event is titled "IV JORNADA DOCTORAL" and is scheduled for Thursday, 27 March. The location is "Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Edificio 31 - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Carr. de San Vicente del Raspeig, s/n, 03690 San Vicente del Raspeig, Alicante, España". The event card includes a red square icon, a location pin icon, and two action buttons: "More details" and "Copy to my calendar". The calendar grid below shows the dates from Monday, 24th to Sunday, 30th, with the 27th highlighted in red. The bottom of the screen shows the text "Tourism conferences" and a plus sign.

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 28 | 29 | 30 | 31 | 1 Apr | 2 | 3 |

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

| | |
|------------------|---|
| CONGRESOS | <ul style="list-style-type: none"> • IX Regional Helix'25 - 15/04/2025 • EMAC Fall Conference 2025 - 23/04/2025 • ICOT2025 Annual Conference - 13/05/2025 • TURITEC - 13/06/2025 • Eighteenth International Conference on the Inclusive Museum, University of San Jorge, Zaragoza, Spain- 15/08/2025 |
| ARTÍCULOS | <ul style="list-style-type: none"> • Perspectives and Trends in Tourism, Travel, and Hospitality - 30/06/2025 • Transformational Digital Tourism Marketing - 15/08/2025 • Revista Latina de Comunicación Social - 15/11/2025 |
| LIBROS | <ul style="list-style-type: none"> • Inclusion and Diversity in Business and Tourism Education - 23/03/2025 |