

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 149 | FEBRERO 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



Noticias

Febrero 2026



Enhorabuena a Antonio Guevara por su distinción en los H&T Awards 2026

La REDINTUR quiere trasladar públicamente su enhorabuena al profesor **Antonio Guevara**, de la Universidad de Málaga, por el importante reconocimiento recibido en el **Salón de Innovación en Hostelería H&T 2026**. El evento, referente nacional en los sectores hostelero, hotelero y turístico, ha distinguido su **trayectoria profesional y su contribución estratégica al desarrollo del turismo**.

El galardón pone en valor su **visión innovadora**, su compromiso con la **formación universitaria** —como decano de la Facultad de Turismo de la UMA hasta el pasado año— y su labor como **representante de los decanos de Turismo a nivel nacional**, impulsando una formación más sólida, conectada con las necesidades reales del sector.

Actualmente, Antonio Guevara forma parte del equipo directivo del **Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo (IATUR)**, desde donde continúa impulsando proyectos de investigación y de innovación aplicada que fortalecen la competitividad turística. Además, es miembro activo de la **Mesa del Turismo de España**, reafirmando su papel clave en el diálogo entre academia y sector productivo.

Desde la REDINTUR celebramos este merecidísimo reconocimiento, que refleja la dedicación, el liderazgo y la visión transformadora de uno de los referentes académicos del turismo en España.

¡Enhorabuena, Antonio, y gracias por tu contribución al avance de nuestra disciplina!

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias

2026 AEDEM International Annual Meeting

European Academy of Management and Business Economics (AEDEM)



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

Córdoba

10-12 junio, 2026

CALL FOR

European Academy of Management and Business Economics (AEDEM) les da la bienvenida al XL AEDEM International Annual Meeting e invita a académicos, profesionales y estudiantes de doctorado de todo el mundo a este foro de debate científico sobre

Call for Papers: XL AEDEM International Annual Meeting (Córdoba, junio 2026).

La **Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM)** ha lanzado el *Call for Papers* del **XL AEDEM International Annual Meeting**, que se celebrará en **Córdoba (Andalucía) los días 10, 11 y 12 de junio de 2026**.

Este congreso internacional constituye un **foro de referencia para el debate científico** en el ámbito de la economía y la dirección de empresas, y está dirigido a **académicos, investigadores, profesionales, doctorandos y estudiantes**, ofreciendo también un espacio específico para la presentación de **Trabajos Fin de Grado (TFG) y Trabajos Fin de Máster (TFM)**.

Fechas clave

- **1 de marzo de 2026:** Límite de envío de trabajos
- **29 de marzo de 2026:** Notificación de aceptación
- **20 de abril de 2026:** Límite de inscripción
- **10, 11 y 12 de junio de 2026:** Celebración del Congreso

Publicaciones y premios

Los trabajos presentados optarán a **numerosos premios a la investigación** y a su posible publicación en revistas académicas de prestigio vinculadas a AEDEM.

Más información

Toda la información sobre el Congreso, normas de envío, inscripción y cuotas está disponible en la web oficial de AEDEM:

👉 https://redaedem.org/?seccion=congreso_actual&id=50

O descarga el díptico [aquí](#)

Desde la REDINTUR animamos a **profesorado y estudiantes** de nuestras universidades a participar activamente en este encuentro científico internacional.

Noticias



La V Jornada Doctoral REDINTUR – Icárior se celebrará el 16 de abril de 2026 en la Universitat de Girona

La Red Interuniversitaria de Posgrados en Turismo (REDINTUR) reafirma su compromiso con la investigación turística con la celebración de la **V Jornada Doctoral REDINTUR – ICÁRION**, que tendrá lugar el **16 de abril de 2026** en la **Facultat de Turisme de la Universitat de Girona**. Esta cita anual, organizada en colaboración con **Icárior – El gran viaje**, se consolida como un espacio de referencia para visibilizar el talento investigador, generar diálogo académico y favorecer la transferencia de conocimiento entre universidad y sector profesional.

Tras el éxito de la cuarta edición celebrada en 2025, la Jornada Doctoral REDINTUR-ICÁRION vuelve a poner el foco en el trabajo de los doctorandos y doctorandas en turismo. El objetivo es fortalecer la comunidad investigadora, impulsar la excelencia científica y promover líneas de investigación que respondan a los desafíos actuales del turismo.

Un encuentro clave para la investigación en turismo

La V Jornada Doctoral REDINTUR-ICÁRION reunirá a estudiantes de doctorado, profesorado y expertos del ámbito turístico, creando un espacio idóneo para presentar avances de tesis, compartir metodologías, recibir retroalimentación especializada y explorar nuevas oportunidades de colaboración.

El programa incluirá:

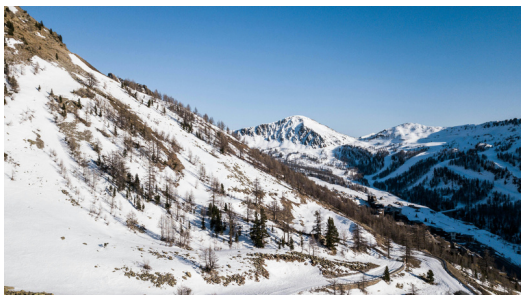
- Presentaciones de avances de tesis doctorales.
- Mesas de debate con investigadores consolidados.
- Encuentros con profesionales del sector turístico.
- Entrega del I Premio a la mejor tesis doctoral REDINTUR-ICÁRION
- Actividades orientadas a reforzar la transferencia de conocimiento universidad–empresa.

La **Facultat de Turisme de la Universitat de Girona**, referente en investigación y formación turística, acogerá esta edición. La colaboración de entidades como **Switzerland Tourism**, **Switzerland Travel**, **Costa Brava – Pirineu de Girona**, la **Cátedra de Gastronomía, Cultura y Turismo Calonge i Sant Antoni**, el **Institut de Recerca en Turisme** y la **Cátedra UNESCO de Cultura, Desarrollo y Cooperación** refuerza la dimensión internacional y multidisciplinar del encuentro.

Entrega del I Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Turismo REDINTUR–Icárior

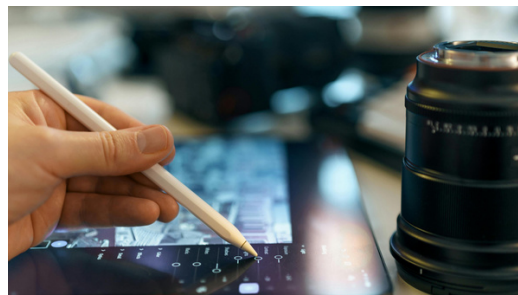
Como novedad destacada, durante la V Jornada Doctoral REDINTUR-ICÁRION se hará entrega del **I Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Turismo REDINTUR–Icárior**, convocado oficialmente por la red y dirigido a reconocer la excelencia investigadora en el ámbito del turismo.

Artículos científicos



Rising global temperatures and tourism: Decoding the 'coolcation' trend in Nordic destinations
Pasos (2026).

El clima tiene un impacto significativo en el turismo, ya que influye en la elección de destinos y actividades. A medida que aumentan las temperaturas globales, los climas más frescos se están convirtiendo en alternativas atractivas, lo que ha dado lugar a la tendencia de las «vacaciones frescas», que aborda los retos del cambio climático. El objetivo es explorar y definir el nuevo término «coolcation», identificando sus características, implicaciones y posible impacto en la industria turística a través de un diseño de investigación cualitativa. Este estudio explora cómo las organizaciones de marketing de destinos (DMO) de diferentes destinos nórdicos interpretan el concepto de coolcation. El método principal de recopilación de datos consistirá en entrevistas semiestructuradas con representantes de las organizaciones de gestión de destinos (DMO) de destinos nórdicos. El auge de las coolcation presenta tanto oportunidades como retos. Abre nuevas vías para el turismo en climas más fríos, lo que podría impulsar las economías locales. Por otro lado, puede ejercer presión sobre las infraestructuras locales y los recursos naturales. Por esta razón, las DMO coinciden en que es fundamental promover prácticas turísticas responsables para garantizar la sostenibilidad de estos destinos.



The multifaceted role of digital transformation in restaurant resilience

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2026).

Objetivo

Este estudio busca investigar el impacto de la transformación digital (DT) en la resiliencia organizacional en el sector de la restauración. Al examinar la DT en las operaciones de sala (FoH) y cocina (BoH), este estudio analiza cómo la DT influye en la resiliencia en términos de ingresos, rentabilidad y valor de la empresa.

Diseño/metodología/enfoque

La resiliencia se mide mediante el análisis de texto de los informes 10-K de la empresa, combinado con datos financieros de COMPUSTAT. Se utilizan diferencias en diferencias y regresiones de panel bidireccionales para examinar la resiliencia en términos de estabilidad y flexibilidad.

Recomendaciones

La DT de FoH mejora significativamente la estabilidad y la flexibilidad de los ingresos. La DT de BoH tiene un impacto significativo en la estabilidad de la rentabilidad, y su adopción general mejora la estabilidad del valor de la empresa durante la pandemia.

Implicaciones prácticas

Los gerentes deberían aprovechar el DT de FoH para estabilizar y acelerar la recuperación de los ingresos durante los shocks de demanda y usar el DT de BoH para reforzar la estabilidad basada en costos, al tiempo que comunican claramente las iniciativas de DT a los inversores para mejorar el reconocimiento del valor de la resiliencia.

Originalidad/valor

Este estudio conceptualiza el DT como una capacidad de doble función que apoya simultáneamente la estabilidad operativa y la flexibilidad adaptativa, revelando efectos diferenciados del DT en los resultados financieros de la industria de los restaurantes.

Artículos científicos



The Effect of Short-Term Leases on Hotel's Agglomeration and Market-Entry Strategies: A Game Theory Approach

Journal of Hospitality & Tourism Research (2026).

La aglomeración hotelera se reconoce como un factor clave para el éxito de los destinos turísticos. Sin embargo, se han realizado pocas investigaciones sobre el efecto de los arrendamientos a corto plazo en la dinámica de la aglomeración. Utilizando un enfoque de teoría de juegos, este estudio aborda esta laguna en la literatura al investigar la influencia de los arrendamientos a corto plazo en la aglomeración en el sector hotelero. Mediante modelos de efectos aleatorios y logit, nuestra investigación revela cambios significativos en la capacidad de los hoteles para aprovechar los beneficios de la aglomeración en presencia de arrendamientos a corto plazo. Con esta dinámica de mercado alterada, los hoteles de reciente creación obtienen una ventaja competitiva al ofrecer precios inferiores a los de los arrendamientos a corto plazo en términos de categoría de precio. Sin embargo, la inercia o una interpretación errónea llevan a los hoteles de gama media y alta a optar por una estrategia diferente. Este estudio profundiza en nuestra comprensión de la aglomeración impulsada por la demanda y ofrece información valiosa sobre las estrategias óptimas de entrada al mercado para nuevos hoteles.



Sustainability Certification and Tourist Behavior: The Role of Trust in Certification Bodies and Destination Social Responsibility

Corporate Social Responsibility and Environmental Management (2026).

El turismo se encuentra bajo una creciente presión para adoptar prácticas sostenibles debido a los impactos negativos del turismo de masas en los destinos. Los esquemas de certificación de sostenibilidad (SCS) han surgido como herramientas de gobernanza voluntaria que señalan prácticas responsables y reducen la asimetría de la información. Sin embargo, a pesar de su creciente relevancia, se sabe poco sobre cómo se genera la confianza de los turistas en los organismos de certificación y cómo esta confianza influye en sus preferencias por destinos certificados. Para abordar esta brecha, este estudio examina los antecedentes y las consecuencias de la confianza en los organismos de certificación, centrándose en la familiaridad con los esquemas de certificación y el reconocimiento de las organizaciones certificadoras como impulsores clave de la confianza. También explora el papel de la percepción de la responsabilidad social del destino certificado (RSD) y el comportamiento turístico responsable en la configuración de la preferencia por el destino. Basándonos en la teoría de la señalización y las teorías de la consistencia cognitiva, probamos un modelo estructural utilizando datos de encuestas de dos muestras de turistas en Estados Unidos (n = 1000) y España (n = 507). Los resultados indican que el reconocimiento de los organismos de certificación mejora significativamente la confianza, lo que influye positivamente en la percepción de la RSD certificada y la preferencia por los destinos certificados. Además, el comportamiento turístico responsable fortalece tanto la confianza como la preferencia. El análisis intercultural revela patrones similares en todos los países, lo que subraya la relevancia global de estas relaciones. Estos hallazgos enriquecen la literatura sobre turismo sostenible y comportamiento del consumidor.

Artículos científicos



Plataforma de ciencia de datos SOSTUR: herramienta para la medición de la sostenibilidad turística en destinos de Andalucía con datos abiertos

Cuadernos de Turismo (2026).

La gestión sostenible de los destinos requiere el monitoreo y estudio detallado de su información turística con técnicas de análisis de datos, lo cual implica disponer no sólo de indicadores de sostenibilidad adecuados, sino también de plataformas que automaticen su uso. Sin embargo, los indicadores actuales necesitan datos de pago para su aplicación y carecen de herramientas de apoyo. Por ello, se ha creado una plataforma de ciencia de datos del turismo sostenible mediante diseño de unos indicadores sintéticos de medición, usando datos abiertos, que han sido aplicados en destinos andaluces.



The border spaces of the European Community in audiovisual fiction: The case of Iberian television series

Culture & History Digital Journal (2026).

En los últimos años se ha observado una mayor colaboración entre las industrias audiovisuales española y portuguesa en forma de coproducciones para canales de televisión. Esto evidencia una audiencia compartida y el interés del público por este tipo de contenido. Este artículo busca analizar las representaciones de los territorios filmados en estas coproducciones. Este análisis se basa en una revisión exhaustiva de once series de televisión y 1.762 clips grabados en exteriores. El enfoque metodológico geográfico proporciona una visión más completa de las coproducciones ibéricas, así como la representación de las áreas geográficas en cuestión. Esta metodología puede aplicarse a otros contextos geográficos y contribuir a la comprensión de las dinámicas transfronterizas en el ámbito audiovisual. Los principales hallazgos demuestran que estas coproducciones amplían eficazmente su audiencia, mostrando el impacto tangible de las políticas europeas que promueven y facilitan la colaboración transfronteriza. Además, un análisis en profundidad de los clips ha revelado que la mayoría de las coproducciones reflejan una combinación de narrativas contemporáneas con contextos urbanos históricos, lo que permite definir los patrones urbanos según sus características. Finalmente, la distribución geográfica de las escenas muestra que las regiones fronterizas aún están infrarrepresentadas, con la excepción del corredor Galicia-Norte de Portugal, una de las mayores conurbaciones de la Península Ibérica. Por lo tanto, abogamos por una mayor inclusión de las zonas despobladas y rurales para fomentar una narrativa cultural y geográfica más integral.

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



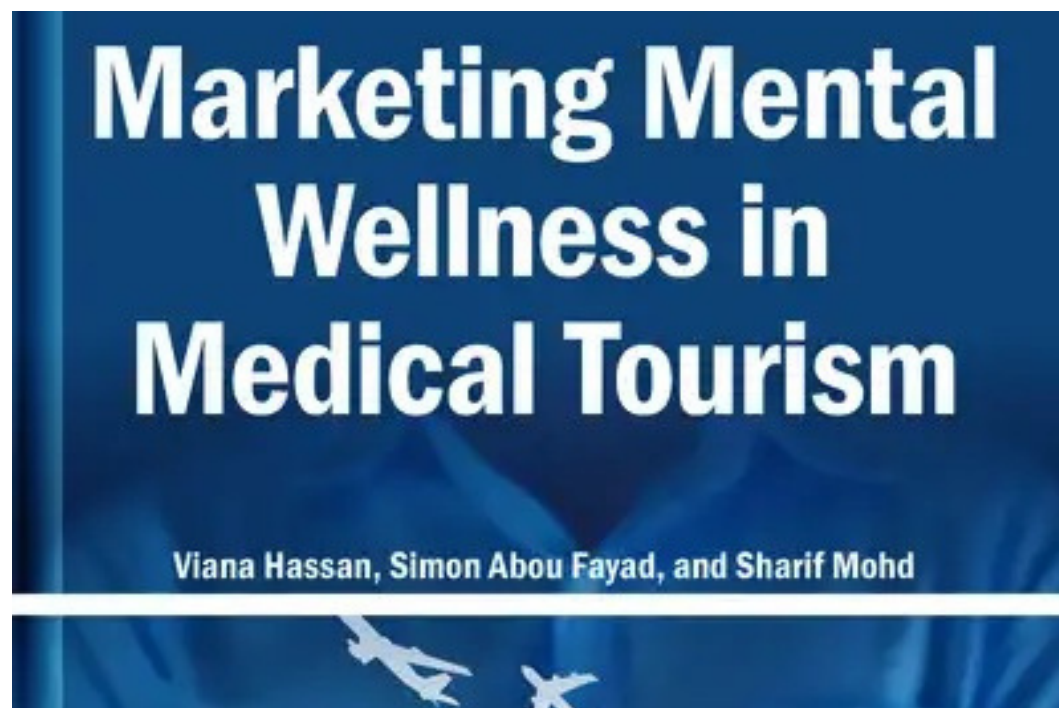
Cuadernos de Turismo



Ara Journal



Estudios Turísticos



Marketing Mental Wellness in Medical Tourism
2026

El rápido crecimiento del turismo médico ha transformado la atención médica en una industria global impulsada por la tecnología digital, donde los pacientes llegan a diferentes países en busca de tratamientos asequibles y de calidad. Estas decisiones suelen ser difíciles de tomar, acompañadas de estrés e incertidumbre. Es crucial que las estrategias de marketing vayan más allá de promover la excelencia clínica y las ventajas de costos para fomentar la confianza, la transparencia y la tranquilidad emocional. En este panorama en constante evolución, integrar el bienestar mental en las estrategias de marketing digital es esencial para crear experiencias éticas y centradas en el paciente que favorezcan tanto la toma de decisiones informada como el bienestar general.

Marketing Mental Wellness in Medical Tourism explora cómo el marketing digital puede promover eficazmente el turismo médico, integrando estrategias que priorizan la salud mental y el bienestar emocional de los viajeros. Al combinar perspectivas académicas, prácticas del sector y casos prácticos, este libro ofrece a los lectores herramientas innovadoras y enfoques éticos para fomentar la confianza del paciente, mejorar la experiencia turística general y posicionar los destinos de forma competitiva en el mercado global de la salud y el bienestar. Abarcando temas como la sanación inteligente, el turismo del té y los espacios de sanación metaversos, este libro es un excelente recurso académico para estudiantes de posgrado y doctorado, proveedores de turismo médico, profesionales del marketing digital, agencias de viajes y más.

Tesis



Dinamización del turismo sostenible en España a través de la caracterización del perfil del consumidor

Joana Longo Sarachaga

Además de tener efectos significativos en los aspectos sociales y ambientales, el turismo es esencial para la economía global. En este sentido, el turismo es un factor notable que debe considerarse en la búsqueda del desarrollo sostenible. Entre los factores influyentes en este sector, los visitantes son los más notables. De acuerdo con los requisitos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para un turismo más sostenible, este estudio intenta describir el perfil ideal del consumidor de los visitantes sostenibles. España fue elegida como un caso de estudio por ser uno de los destinos turísticos más populares del mundo. Los baby boomers, la generación X, los millennials y los centennials fueron identificados como potenciales consumidores de turismo utilizando una metodología mixta que comprende una revisión de la literatura, un análisis de contenido y un cuestionario distribuido entre 120 académicos de instituciones españolas. El perfil del consumidor de cada generación difiere significativamente de los demás. Los resultados indicaron que el impacto de las normas de la OMT en el fomento de viajes más respetuosos con el medio ambiente es discutible.

AUTORA: JOANA LONGO SARACHAGA	DIRECTORA: DRA. MARÍA DEL CARMEN PARADINAS MÁRQUEZ
DEFENSA: 29 DE ENERO DE 2026	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Mar 2026

MON 23

2

9

16

23

30

SUN 1 Mar

8

15

22

29

5

24

25

26

27

28

1 Apr

2

3

4

Tourism conferences

+

III Congreso Internacional de Turismo Literario y Cinematográfico

26 – 28 March 2026

University of Caxias do Sul, R. Francisco Getúlio Vargas, 1130 - Petrópolis, Caxias do Sul - RS, 95070-560, Brasil

<https://www.cett.es/es/congreso-internacional-en-turismo-literario-y-cinematografico>

More details

+ Copy to my calendar

13.º Congreso Mundial de Tu

III Congreso Internacional de Turismo Litera

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	• XL AEDEM International Annual Meeting – 01/03/2026 • VI Congreso Internacional sobre la Lengua de la Vid y el Vino y su Traducción – 15/03/2026 • Annual Conference of the International Spring Symposium on Tourism Development – 17/03/2026 • ICTR 2026 : 9th International Conference on Tourism Research • CONGRESO MUNDIAL DE ESTUDIANTES DE TURISMO 2026 • VI Congreso internacional Gestión Turística del Patrimonio – 15/06/2026
ARTÍCULOS	• Estudios Turísticos – 09/03/2026 • Themed Issue: Mediterranean Tourism – 15/03/2026 • Revista Ayana: Transiciones digitales del turismo en Iberoamérica: actores, territorios y políticas públicas – 31/03/2026 • Themed Issue: Accessible Tourism and Inclusion – 01/04/2026
LIBROS	• Neuroadaptive Management in Tourism and Hospitality – 29/03/2026 • Human Connection in a Post-Human Travel Industry: AI, Personalization, and Automation – 29/03/2026 • Centering Competitiveness in Smart Hospitality Management and Innovation – 22/03/2026 • Digital Territorial Marketing and Tourism: Strategies, Technologies, and Sustainable Development – 12/03/2026