

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 142 | JULIO 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

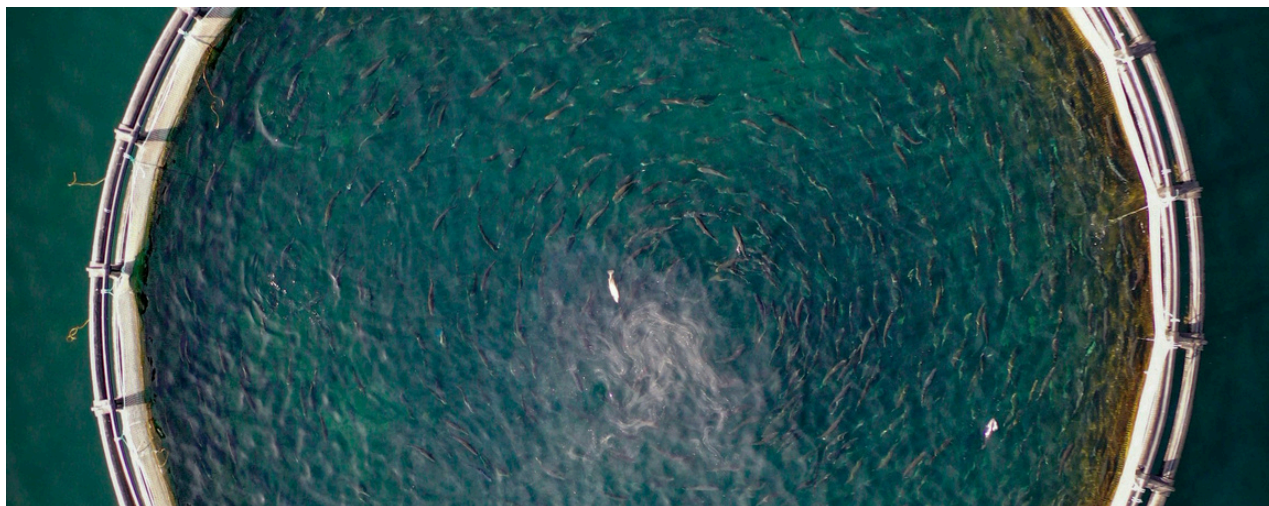


SEGITTUR
turismo e innovación



Noticias

Julio 2025



Sun&Blue Congress 2025: ¡Participa en el espacio de investigación líder en Turismo y Economía Azul!

Los próximos 19 y 20 de noviembre, la ciudad de Almería acogerá la tercera edición del Sun&Blue Congress, el congreso internacional de Turismo y Economía Azul más destacado de Europa. En su edición anterior, reunió a más de 1.100 participantes entre empresas, entidades públicas y privadas, profesionales e investigadores.

Sun&Blue Research: Ciencia y conocimiento al servicio del turismo

Por segundo año consecutivo, el congreso contará con Sun&Blue Research, un espacio dedicado exclusivamente a la investigación científica. Este foro promueve la difusión de estudios originales relacionados con el turismo y la economía azul, y se consolida como un punto de encuentro clave para la comunidad académica.

¡Envía tu trabajo de investigación!

Si eres investigador/a y trabajas en estas áreas, te animamos a enviar tu contribución. Los trabajos serán evaluados por un Comité Científico formado por expertos de distintas universidades españolas. Las propuestas aceptadas podrán presentarse en formato de comunicación oral o póster.

Además, se otorgarán dos premios:

- 🏆 Mejor contribución académica, según el Comité Científico.
- 🗳️ Trabajo más votado por los asistentes al congreso.

📅 Fechas clave

- Hasta el 22 de septiembre: Envío de trabajos (resumen extendido o completo).
- 17 de octubre: Comunicación de aceptación.
- 7 de noviembre: Entrega de la versión definitiva.
- 19 y 20 de noviembre: Celebración del congreso en Almería.

🌱 ¿Cómo participar?

Para enviar tu trabajo, es necesario registrarse gratuitamente en la plataforma de envío de Sun&Blue Research.

👉 Sun&Blue Research – Sun&Blue Congress

Desde RedIntur, te animamos a formar parte de este evento que impulsa el conocimiento y la innovación en el turismo. ¡Nos vemos en Almería!

En este boletín podrás consultar

Noticias del sector

Artículos científicos

Libros

Tesis

Congresos científicos

Llamada a autores

Noticias



VI Edición del Premio Nacional de TFG y TFM en Revenue Management y Big Data

Ya está abierta la convocatoria para la VI Edición del Premio Nacional de Trabajos Fin de Grado (TFG) y Fin de Máster (TFM) en Revenue Management y Big Data, dirigida a estudiantes que hayan desarrollado investigaciones en este ámbito dentro del sector turístico.

🎓 Participación

Podrán presentarse trabajos defendidos y evaluados en universidades españolas durante los últimos cinco años. Los TFG o TFM deberán centrarse en temáticas relacionadas con el Revenue Management y/o el Big Data aplicados a la industria turística.

💰 Premios

- Primer premio: 2.000 €
- Segundo premio: 1.000 €

Ambos premios se otorgarán en forma de becas para cursar el Máster en Revenue Management, Business Development y Big Data 2024-25.

📧 Presentación de trabajos

- Fecha límite: 30 de septiembre de 2025
- Correo de envío: cursoexpertorm.urjc@gmail.com
- Asunto del correo: Título del TFG/TFM
- Cuerpo del mensaje: Nombre y apellidos del candidato/a, nombre del tutor/a y afiliación
- Documento adjunto: Solo el título del trabajo, sin incluir datos personales ni del director/a

🗳️ Jurado y fallo

El jurado, compuesto por profesionales y académicos especializados en Revenue Management, se reunirá el 10 de octubre de 2025. El resultado se publicará el 11 de octubre en la web de los Programas Académicos de Revenue Management.

Los trabajos premiados serán publicados en la web del curso.

ℹ️ Más información

Consulta todos los detalles en la web oficial del evento:

🔗 <https://cursoderevenuemanagement.es/evento/vi-edicion-del-premio-nacional-de-trabajos-de-fin-de-grado-de-revenue-management-y-big-data/>

Noticias



Oportunidad para Estudiantes Universitarios: Jornada IAAPA en Barcelona – 25 de septiembre

Desde REDINTUR queremos compartir una excelente oportunidad para los estudiantes universitarios interesados en el mundo de las atracciones, el ocio y los parques temáticos. La IAAPA (International Attractions and Amusement Parks Association) organiza una jornada especial para estudiantes durante su exposición anual, que este año se celebrará en Barcelona el jueves 25 de septiembre.

Esta jornada está diseñada para que los estudiantes puedan explorar oportunidades profesionales, conectar con empleadores del sector y desarrollar habilidades clave en un entorno internacional y dinámico. Además, la entrada es gratuita y no requiere registro previo.

Agenda Preliminar del Día

- 10:30 – Palabras de bienvenida de la Fundación IAAPA
- 10:40 – Sesión Plenaria de Apertura
- 11:00 – Visita guiada al recinto ferial
- 12:00 – Sesiones Educativas
- 13:00 – Walking lunch y feria de empleo

Profesores acompañantes

Los profesores que acompañen a grupos de estudiantes también podrán acceder gratuitamente. Para ello, deben contactar directamente con Tom Van Liefferinge, Education Manager de IAAPA EMEA, a través del correo: TVanLiefferinge@iaapa.org.

Animamos a todos los representantes de la REDINTUR a difundir esta información entre sus estudiantes. Es una ocasión única para conocer de cerca un sector en constante crecimiento y con múltiples salidas profesionales.

Más información: <https://iaapa.org/expos-and-events/expo-europe>

Artículos científicos



Customer Satisfaction Effects on Hotel Brand Performance: Mediated by Brand Popularity?

Cornell Hospitality Quarterly (2025).

Las investigaciones existentes nos revelan mucho sobre las consecuencias y la importancia de la satisfacción del cliente en el sector hotelero. Sin embargo, sabemos poco sobre hasta qué punto la reputación/popularidad de la marca influye en los efectos de la satisfacción del cliente a nivel de marca sobre las ventas y los precios de los hoteles. El análisis de datos a nivel de marca en este estudio indicó que la ocupación, la tarifa diaria promedio y los ingresos por habitación disponible de la marca hotelera aumentan con la satisfacción del cliente, pero que la popularidad de la marca no está relacionada con todas estas otras variables. Estos hallazgos respaldan la idea de que la satisfacción del cliente afecta la demanda directamente, y no indirectamente, a través de la reputación de la marca hotelera. Se discuten las implicaciones prácticas de estos hallazgos para las marcas hoteleras y los propietarios.



Sustainable Horizons: Navigating ESG Reporting Challenges in the Hospitality and Tourism Industry

Journal of Hospitality & Tourism Research (2025).

Una revisión de informes ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) muestra que las empresas de la industria hotelera a menudo adoptan un enfoque externo y fragmentado para la presentación de informes ESG, sin considerar los diversos grupos de interés del sector y los desafíos operativos únicos. Integrando la teoría de la prominencia de las partes interesadas y el marco de materialidad de la sostenibilidad, examinamos los problemas actuales de ESG reportados por las empresas hoteleras para ofrecer instrucciones preliminares para la presentación de informes ESG. Con base en un diseño secuencial de métodos mixtos en dos fases, analizamos 140 informes ESG y realizamos un seguimiento con cuestionarios abiertos y entrevistas estructuradas con expertos ESG. Nuestros hallazgos revelan claras variaciones en las prioridades ESG en los subsectores de la hospitalidad: los hoteles se centran predominantemente en el bienestar y la inclusión de los empleados, los restaurantes enfatizan el desperdicio de alimentos y la participación en la cadena de suministro, mientras que los casinos destacan la gobernanza y el cumplimiento normativo. Además, identificamos los desafíos clave que enfrentan las empresas para alinear los informes ESG con las expectativas de las partes interesadas. Este estudio ofrece implicaciones teóricas y prácticas para mejorar la comunicación y la rendición de cuentas ESG en la industria hotelera.

Artículos científicos



Community-based tourism and rural demographic decline. Reflections from Extremadura (Spain).

Current Issues in Tourism (2025).

Las políticas que buscan combatir la despoblación rural han priorizado el desarrollo del turismo como estrategia principal para revertir el declive demográfico. Pero ¿comprendemos realmente el impacto demográfico de estas iniciativas de turismo comunitario en el desarrollo de las zonas rurales en crisis? Es muy difícil abordar esta cuestión desde una perspectiva estadística basada en datos secundarios, ya que este enfoque no permite establecer relaciones causales directas entre el turismo y la demografía. En esta investigación, presentamos un estudio de caso etnográfico en Extremadura (España) que nos permite implementar un análisis a escala de hogares locales para explorar los vínculos directos entre el turismo y la evolución demográfica, basándose en la importancia económica de las actividades turísticas. Los resultados del estudio muestran que no existe un efecto demográfico sustancial del turismo, aunque sí tiene implicaciones para otras dimensiones de la crisis rural. Esta conclusión, extraída de un caso específico pero significativo, nos invita a reconsiderar el papel de las iniciativas turísticas ante el desafío demográfico y las metodologías adecuadas para su estudio.



Pre-travel experiential tourism communication: A study of Catalonia and Veneto

Journal of Vacation Marketing (2025).

En respuesta a la creciente complejidad de las opciones de los consumidores, se ha producido un cambio notable hacia el marketing experiencial en los destinos turísticos. Este estudio se centra en Cataluña (España) y Véneto (Italia), y examina cómo las instituciones turísticas adaptaron la comunicación para enfatizar los atractivos experienciales en la fase previa al viaje. Mediante un análisis de contenido de publicaciones de Twitter-X, este estudio examina las tendencias de comunicación para alinear los productos turísticos con la experiencia del turista, tomando como referencia los períodos previos y posteriores a la pandemia de COVID-19. Si bien se han intentado diversificar las categorías de productos, las categorías previas a la pandemia siguen siendo dominantes, lo que limita la representación integral de la oferta de productos turísticos. Esta investigación propone un marco para facilitar la planificación de la comunicación previa al viaje, abogando por la alineación de la marca en línea de los destinos con la imagen proyectada de los mismos, basándose en las dimensiones y componentes de la experiencia.

Artículos científicos



Evaluating Generation Z's environmental awareness and accommodation preferences through online travel agencies

European Journal of Tourism Research (2025).

La Generación Z se ha convertido en un viajero fundamental en los últimos años. Están transformando la forma de elegir alojamiento a través de las Agencias de Viajes Online (OTA), lo que implica la importancia de comprender sus preferencias. Por ello, este artículo se centra en los sistemas de puntuación de las OTA y examina las prioridades de esta generación, con el fin de mejorar los procedimientos de calificación y facilitar la selección de alojamiento. Para ello, el artículo presenta un nuevo enfoque que combina la toma de decisiones y el análisis de datos compositivos para examinar las preferencias de este tipo de viajero. Asimismo, esta contribución explora la conciencia ambiental de los jóvenes a través del criterio ecológico de Expedia, la primera OTA en incorporar aspectos ambientales en su sistema de puntuación.



Constraints and travel accessibility for tourists with disabilities

JTA-Revista Análisis Turístico (2025).

Planificar un viaje para turistas con discapacidad (TDC) plantea numerosos retos que deben abordarse antes y durante el mismo. Este estudio pretende identificar las principales restricciones de accesibilidad y viaje a las que se enfrentan las TDC durante sus desplazamientos. Se trata de una investigación cualitativa basada en datos recopilados de dos grupos focales, viajeros frecuentes de una asociación de sordos y turistas con discapacidad motriz, intelectual, visual y sensorial, a los que accedió la Fundación ONCE e informantes clave. Los datos se analizaron en cuatro fases: (1) organización del material recopilado, (2) codificación y análisis de unidades de contexto, (3) sistematización para analizar las facilidades y limitaciones de los turistas con discapacidad, (4) preparación del corpus textual y su introducción en el software Iramuteq. Los resultados indican que los retos más comunes a los que se enfrentan incluyen la movilidad en el transporte público, el desplazamiento con equipaje y la comunicación. Las opciones de accesibilidad de viaje más comunes incluyen grupos organizados de personas con discapacidades similares, personas serviciales y grupos de viaje reducidos.

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

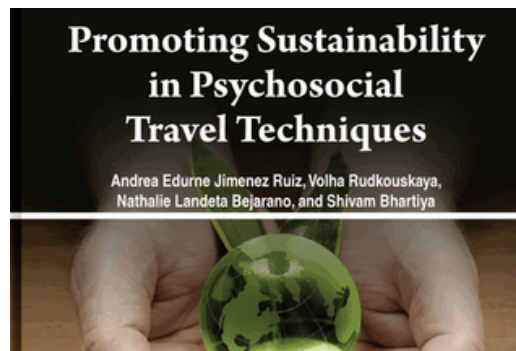
Libros



Techno-Geopolitical Dimensions of Tourism in the Global Political Economy

2025

El capítulo "Aspectos Tecnogeopolíticos del Turismo en la Economía Política Global" explora cómo la tecnología digital y las fuerzas geopolíticas interactúan para transformar el turismo como actividad político-espacial y sector económico. Enfatiza cómo los gobiernos y los actores no estatales utilizan la tecnología como herramienta geopolítica, ubicando el turismo en el contexto de las relaciones de poder históricas y modernas, basándose en la teoría geopolítica clásica y crítica. El capítulo argumenta que, en la era digital actual, ciertos actores tienen mayor control sobre los flujos mundiales de visitantes, las narrativas territoriales y el poder económico gracias a su acceso al conocimiento, la infraestructura de comunicaciones y el capital tecnológico. Las reivindicaciones territoriales, las ideologías políticas y las identidades nacionales se crean y disputan en el contexto del turismo. El estudio insta a reconsiderar el turismo como un ensamblaje tecnogeopolítico influenciado por la transformación digital, las narrativas espaciales y la intención política, más allá de considerarlo simplemente ocio o negocios.



Promoting Sustainability in Psychosocial Travel Techniques

2025

En el acelerado mundo actual, la industria turística se enfrenta al doble reto de mitigar su impacto ambiental y, al mismo tiempo, promover el bienestar mental y emocional de los viajeros. Las prácticas de viaje tradicionales suelen generar importantes huellas de carbono y pueden contribuir a la degradación de las comunidades y los ecosistemas locales. Además, la naturaleza apresurada de los viajes modernos puede hacer que los turistas se sientan estresados y desconectados, en lugar de revitalizados.

Promoting Sustainability in Psychosocial Travel Techniques aborda estos temas urgentes ofreciendo una exploración exhaustiva de prácticas de viaje sostenibles que también mejoran la salud psicológica. Este libro ofrece valiosas perspectivas sobre cómo las prácticas de viaje conscientes, la participación comunitaria y la sensibilidad cultural pueden crear experiencias de viaje enriquecedoras que benefician tanto al medio ambiente como al viajero. Enfatiza la importancia de integrar enfoques psicosociales en los viajes para fomentar conexiones más profundas con la naturaleza y las culturas locales, contribuyendo así a una experiencia de viaje más sostenible y gratificante.

Al combinar investigación rigurosa, recomendaciones prácticas y casos prácticos, este libro proporciona a profesionales de viajes, psicólogos y viajeros con conciencia ambiental las herramientas necesarias para revolucionar la industria turística. Ofrece un camino a seguir para crear experiencias de viaje que no solo sean ecológicas, sino que también promuevan el bienestar mental y el crecimiento personal, garantizando el bienestar tanto del planeta como de sus habitantes.

Tesis



Marco conceptual para la toma de decisiones basadas en datos en organizaciones turísticas. Casos de uso en digitalización de negocios y servicios, experiencia de turista y gestión de destinos

Juan Vidal

Este documento presenta un marco conceptual que representa con precisión las perspectivas actuales y futuras de las empresas basadas en datos en turismo mediante un análisis de las fuentes de datos utilizadas en la literatura de investigación en turismo basada en datos, así como los temas de investigación a los que se aplican.

Para este propósito, se lleva a cabo un análisis bibliométrico de la investigación en turismo basada en datos. El marco del estudio son todas las publicaciones relacionadas con el turismo cuya investigación se basó en fuentes de datos durante el período 1982-2020. Los resultados muestran algunos de los indicadores básicos de desempeño bibliométrico y los mapas de la ciencia. Se identifican los principales temas de interés de la investigación y se obtiene la evolución conceptual con base en estos mapas. Se identifican tres áreas temáticas principales: temas de investigación turística, fuentes de información y técnicas de análisis de datos. Con base en estas tres áreas temáticas, se obtiene el modelo conceptual de la arquitectura de datos y los procesos de una organización basada en datos en el sector turístico. Se realiza un análisis cualitativo adicional de las tres áreas temáticas.

AUTOR: D. JUAN VIDAL	DIRECTORES: DR. D. RAMÓN A. CARRASCO Y DRA. DÑA. MARÍA FRANCISCO BLASCO LÓPEZ
DEFENSA: 28 DE FEBRERO DE 2025	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Aug 2025 ▾							ⓘ	
Next month 28	TUE 29	WED 30	THU 31	FRI 1 Aug	SAT 2	SUN 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		
Tourism conferences							+	

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	• Eighteenth International Conference on the Inclusive Museum, University of San Jorge, Zaragoza, Spain- 15/08/2025 • IV Congreso Internacional «Traducción y Discurso Turístico» (TRADITUR) – 20/09/2025 • Sun&Blue Congress – 22/09/2025 • ENTER 2026
ARTÍCULOS	• Transformational Digital Tourism Marketing - 15/08/2025 • 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
LIBROS	• Sustaining Megadiversity in Geoparks Through Technology, Narratives, and Culture – 03/08/2025 • The Evolution and Future Trajectory of Birth Health Tourism - 27/08/2025