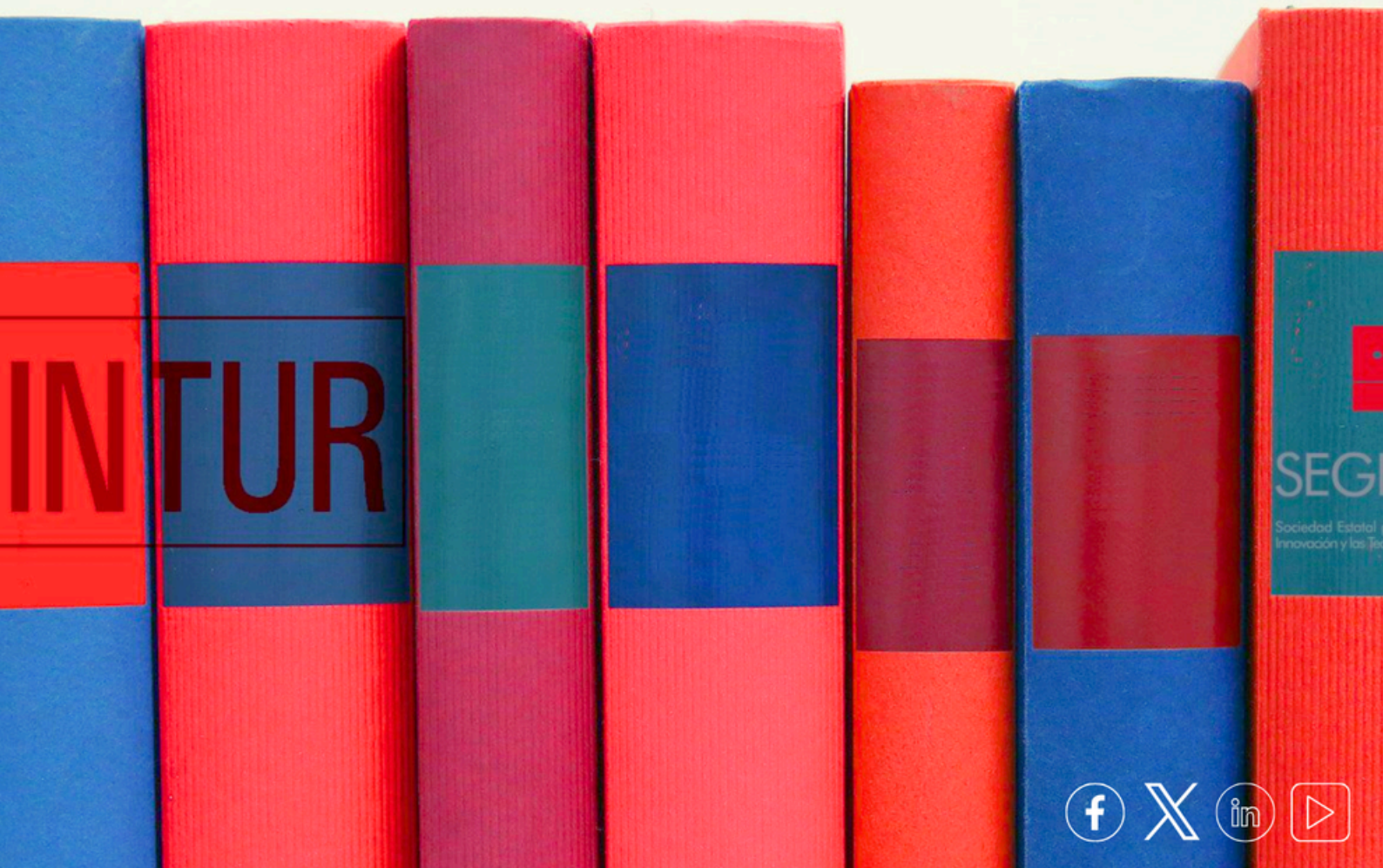


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 152 | MAYO 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

Mayo 2026



Call for Papers: número especial sobre turismo, cambio climático e innovación en servicios

La **Journal of Business and Tourism Management (JBTM)**, en colaboración con la **Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)**, ha abierto una nueva **call for papers** para un número especial centrado en el análisis de los retos y transformaciones del turismo en el contexto del cambio climático.

Bajo el título *“Coolcations, Climate Change and Service Transformation in the 21st Century”*, este monográfico invita a la comunidad académica a explorar cómo el cambio climático está redefiniendo los servicios turísticos y cómo el sector se adapta mediante la innovación, la sostenibilidad y la transformación responsable.

Objetivo de la convocatoria

El número especial tiene como finalidad recoger investigaciones que aporten conocimiento y evidencia sobre el impacto del cambio climático en el turismo y en los servicios asociados, así como propuestas innovadoras orientadas a la sostenibilidad y resiliencia del sector.

Envío de manuscritos

Los artículos deberán enviarse a través de la plataforma online de la revista JBTM, siguiendo sus normas de formato y evaluación (revisión por pares doble ciego).

- **Fecha límite de envío:** 30 de noviembre de 2026
- **Idioma:** Los manuscritos deben redactarse en inglés (con posibilidad de incluir versión en español del título, resumen y palabras clave)

Edición del número especial

El número estará coordinado por:

- **Dr. Jorge Rivera-García** (UNIR)
- **Dr. Ricardo Pastor-Ruiz** (UNIR)

En este boletín podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

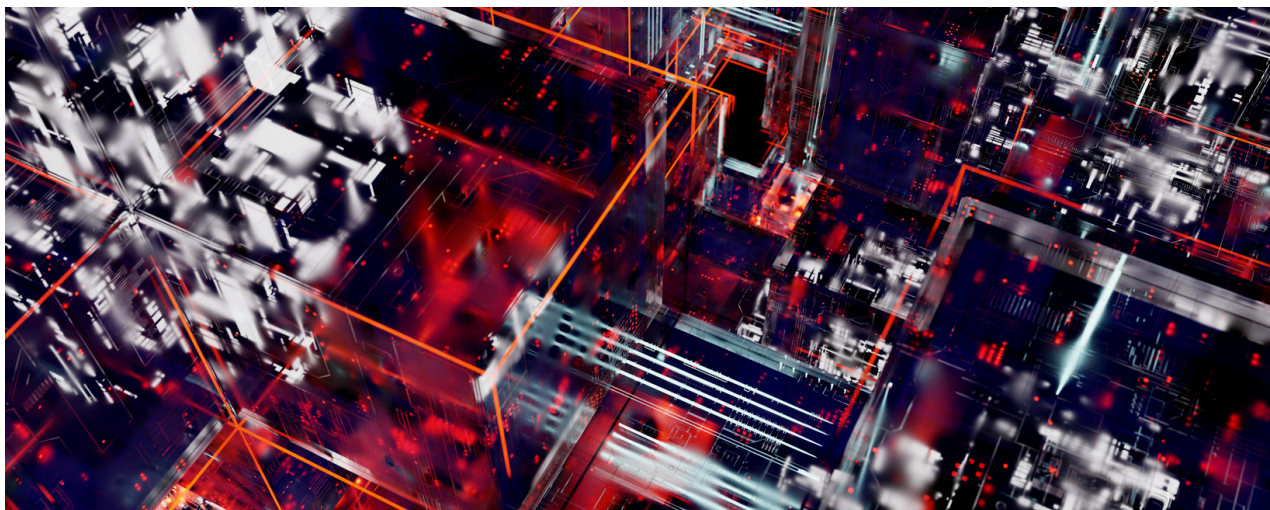
[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias



El Espacio de Datos de Turismo, entre los diez más relevantes de España

El Espacio de Datos de Turismo LINX, impulsado por el Ministerio de Industria y Turismo, se ha situado entre los diez espacios de datos más relevantes de España, ocupando el séptimo puesto entre cerca de un centenar de iniciativas existentes en el país. Este reconocimiento confirma el avance de una infraestructura digital clave para el futuro del sector turístico español.

Actualmente, este espacio cuenta con la participación de más de 130 empresas y ayuntamientos, y ha reunido 276 conjuntos de datos vinculados a ámbitos como servicios de viajes, alojamientos, comportamiento del turista en destino, análisis de la demanda, comercio local, retail, inmobiliario, catalogación turística y accesibilidad.

Entre los usos más destacados figuran datos sobre la interacción del turista con los puntos de interés, la satisfacción con servicios de inteligencia artificial, el impacto económico de eventos turísticos, la reputación online, la huella de carbono y el turismo gastronómico. Estos activos permiten generar conocimiento útil para la toma de decisiones, la innovación y el diseño de nuevos servicios.

El proyecto se enmarca en el componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y responde a una lógica de colaboración público-privada orientada a compartir datos de forma segura, soberana y alineada con los estándares europeos. Su desarrollo comenzó en 2024, avanzó en 2025 y ha culminado en 2026 con la apertura a empresas y administraciones para publicar activos de datos.

Para el sector turístico, esta iniciativa supone un paso importante hacia una gestión más inteligente, competitiva y sostenible, al facilitar el acceso a información de alto valor añadido para destinos, empresas y administraciones públicas.

Fuente. [Plan de Recuperación](#) (14/05/2026)

Noticias



El turismo internacional arranca 2026 con cifras récord y refuerza el cambio hacia un modelo de mayor valor

El turismo internacional en España ha iniciado 2026 consolidando su papel como uno de los grandes motores económicos del país. Según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el primer trimestre del año ha cerrado con cifras récord tanto en la llegada de turistas extranjeros como en el gasto asociado, confirmando la fortaleza del sector y su progresiva evolución hacia un modelo de mayor valor añadido.

Entre enero y marzo, España recibió más de 17,5 millones de turistas internacionales, lo que supone un incremento aproximado del 2,5%-2,6% respecto al mismo periodo de 2025. Paralelamente, el gasto total de estos visitantes alcanzó los 25.017 millones de euros, creciendo a un ritmo significativamente superior (+6,3%-6,4% interanual). Estos datos no solo suponen máximos históricos para un primer trimestre, sino que refuerzan una tendencia ya observada en los últimos años: el gasto turístico crece más rápido que el número de visitantes.

Este comportamiento apunta a una transformación progresiva del modelo turístico español, donde el incremento del gasto medio por visitante adquiere mayor protagonismo frente al crecimiento puramente cuantitativo. En este contexto, factores como la diversificación de mercados emisores, la mejora de la oferta y una mayor orientación hacia experiencias de calidad están contribuyendo a elevar el impacto económico del turismo.

El mes de marzo ha sido especialmente significativo en esta evolución. Durante este periodo, España recibió 6,8 millones de turistas internacionales, un 3,3% más que en el mismo mes de 2025, alcanzando la cifra mensual más alta de la serie histórica. El gasto también marcó un récord, con 9.600 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,4% interanual.

Parte de este dinamismo se explica por factores geopolíticos que han reconfigurado los flujos turísticos internacionales. La inestabilidad en determinados destinos competidores del Mediterráneo ha favorecido un trasvase de viajeros hacia España, especialmente desde mercados europeos clave como Reino Unido y Alemania, en busca de destinos percibidos como más seguros.



Enhancing hospitality for families with autistic children: toward an actionable service framework

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2026).

Objetivo

La estancia en el hotel es un componente fundamental, aunque a menudo complejo, de los viajes de familias con niños autistas. Más allá de la identificación estática de barreras, este estudio adopta una perspectiva de adecuación persona-entorno para diagnosticar la fricción en la interacción entre las experiencias vividas por las familias y las realidades operativas de los hoteles. El objetivo de este estudio es desarrollar un marco de servicio estructurado y práctico que permita superar sistemáticamente esta brecha de inclusión.

Diseño/metodología/enfoque

Mediante un diseño cualitativo iterativo, este estudio realizó entrevistas en profundidad y la obtención de listas de necesidades a 14 cuidadores de niños autistas, junto con 5 gerentes generales de hoteles de cinco estrellas. Este enfoque de doble perspectiva permitió triangular las necesidades psicosociales de la demanda con las limitaciones operativas de la oferta.

Recomendaciones

El análisis revela tres patrones distintos de interacción persona-entorno: negociación de la adaptación sensorial y espacial, atención en la interacción social y creación de micromomentos de pertenencia.



Drivers of engagement with influencer posts about tourism destinations on Instagram: the role of number of followers, destination connection and content sentiment

Journal of Hospitality and Tourism Technology (2026).

Objetivo

Este estudio tiene como objetivo examinar las variaciones en la interacción con las publicaciones de influencers sobre destinos turísticos en Instagram, desde la perspectiva de la teoría de la fuerza de los vínculos débiles. En concreto, analiza los efectos del tipo de influencer (macro, micro o nano), los vínculos emocionales con el destino (influencers locales frente a influencers de viajes) y el sentimiento del contenido (positivo frente a negativo) en los "me gusta", los comentarios y las tasas generales de interacción.

Diseño/metodología/enfoque

Se emplearon técnicas de extracción web e inteligencia artificial para recopilar y analizar 34 175 publicaciones de Instagram de 11 357 influencers relacionadas con un destino turístico específico. Los influencers se clasificaron según el número de seguidores y su conexión con el destino, mientras que el sentimiento del contenido se evaluó mediante técnicas de aprendizaje automático y aprendizaje profundo. Las diferencias en las tasas de interacción, "me gusta" y comentarios se analizaron mediante un modelo lineal generalizado univariado.

Recomendaciones

Los resultados indican que los influencers con menos seguidores (nanoinfluencers) logran una mayor tasa de interacción.

Artículos científicos



The Reality of Sea Level Rise in Coastal Tourism Destinations in the United States

Journal of Hospitality & Tourism Research, (2026).

Se prevé que las zonas bajas de los destinos costeros de Estados Unidos queden sumergidas para 2050. Esta investigación realizó un estudio de la oferta con gerentes y ejecutivos de hoteles (Estudio 1) y un estudio de la demanda con consumidores de viajes (Estudio 2) para examinar hasta qué punto estos grupos de interés del turismo predicen si ciertas zonas costeras quedarán realmente sumergidas. En cuanto a la oferta, en el 63% de los casos, los encuestados indicaron que era "improbable" que el destino en cuestión quedara parcialmente sumergido para 2050. En cuanto a la demanda, la tasa de "improbabilidad" fue del 54%. Esta investigación revela un "sesgo de frecuencia de huracanes", según el cual los destinos ubicados en estados con una frecuencia relativamente alta de huracanes se perciben como más propensos a quedar parcialmente sumergidos para 2050 en comparación con los destinos ubicados en estados con una frecuencia relativamente baja de huracanes. Sin embargo, en realidad, numerosos destinos con baja frecuencia de huracanes están experimentando las mayores inundaciones, un precursor de la futura pérdida de terreno.



Understanding Consumer Responses to Robotic Cafés: A Person-Environment Interaction Perspective

Cornell Hospitality Quarterly, (2026).

Los avances tecnológicos en automatización e inteligencia artificial están transformando la experiencia de las cafeterías, con un cambio significativo en la industria impulsado por baristas robóticos cuyas capacidades difieren de las tecnologías de autoservicio existentes y otras operaciones de hostelería. Sin embargo, la comprensión de la adopción y las experiencias de los consumidores aún no está clara. Para abordar esta brecha, se realizaron dos estudios basados en Corea del Sur como contexto empírico (N = 670). Específicamente, el Estudio 1 examinó cómo diferentes rasgos de personalidad influyen en las respuestas afectivas y el comportamiento de boca en boca de los consumidores mediante el Análisis de Perfiles Latentes, y el Estudio 2 investigó cómo el entorno social del servicio afecta la experiencia del cliente y la lealtad conductual en modelos de servicio robótico mediante el Modelado de Ecuaciones Estructurales. Los datos de los consumidores que han experimentado cualquiera de los diferentes modelos de cafeterías robóticas revelan diferencias significativas en las experiencias afectivas y el comportamiento de boca en boca entre los dos perfiles de personalidad. Las dimensiones del entorno del servicio son predictores significativos de las experiencias afectivas y el comportamiento de boca en boca. Estos hallazgos contribuyen a una comprensión más profunda del comportamiento del consumidor en entornos de servicio automatizados, ofreciendo información valiosa para las empresas que buscan optimizar la experiencia del cliente y las estrategias de adopción en la industria de las cafeterías.



Prioritization framework for sustainable tourism indicators: the host community perspective
Current Issues in Tourism (2026).

El seguimiento y la evaluación de la sostenibilidad turística a nivel de destino suelen basarse en marcos sistemáticos de indicadores de turismo sostenible, cuyo objetivo es identificar los problemas prioritarios relacionados con el desarrollo turístico. Sin embargo, la falta de un marco estadístico sólido para identificar estos problemas a partir de los datos descriptivos proporcionados por los indicadores sigue siendo un obstáculo importante. Este estudio aborda esta deficiencia mediante la introducción de un marco de priorización basado en datos, conceptualmente fundamentado en el análisis de los principales impulsores e implementado a través del análisis de dominancia. Dada la correlación inherente entre los indicadores de turismo sostenible, el análisis de dominancia proporciona estimaciones más fiables y válidas de su importancia relativa que las técnicas estadísticas tradicionales comúnmente utilizadas en la investigación turística. El marco se probó empíricamente identificando los principales impulsores de la percepción general del turismo por parte de los residentes de la ciudad de Split, Croacia, utilizando datos de una encuesta realizada en 2022 a residentes mediante entrevistas telefónicas asistidas por ordenador ($n = 385$). La apartamentización y la estética urbana han surgido como los temas prioritarios de sostenibilidad —aquellos que más influyen en la percepción general del turismo— seguidos de la autenticidad, los servicios comunitarios, el comportamiento turístico y la masificación.



Malleable memory: A narrative perspective on designing memorable tourism experiences with the Hero's Journey

Tourism Management (2026).

Crear experiencias turísticas memorables (ETM) es un objetivo fundamental para los profesionales del turismo. A diferencia de investigaciones anteriores que priorizan los atributos objetivos que influyen en las ETM recientes, este estudio propone un marco narrativo del Viaje del Héroe para dar forma a experiencias memorables tanto en etapas recientes como remotas. Mediante un enfoque multimétodo que integra análisis de macrodatos, encuestas de campo, diseños experimentales y análisis cualitativo comparativo difuso (fsQCA), el estudio demuestra que los turistas que perciben sus viajes como el Viaje del Héroe presentan ETM significativamente más elevadas. Además, reinterpretar experiencias de viaje pasadas utilizando este marco potencia sustancialmente las ETM. La investigación valida, además, el papel crucial de la secuenciación de los elementos narrativos e identifica configuraciones óptimas para maximizar los resultados de las ETM. Estos hallazgos no solo impulsan los campos de la experiencia turística y la investigación narrativa, sino que también ofrecen a los gestores turísticos un marco para diseñar ETM in situ e introducen un nuevo enfoque para los servicios posteriores al viaje que mejoran y amplían las experiencias turísticas mediante la intervención narrativa.

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



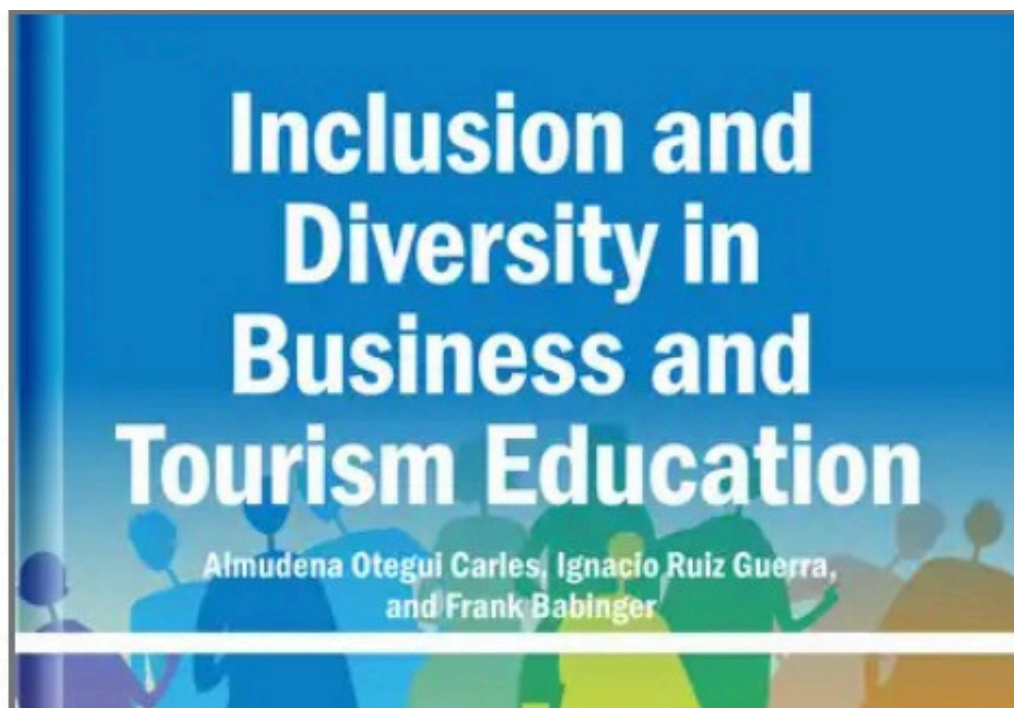
Cuadernos de Turismo



Ara Journal



Estudios Turísticos



Inclusion and Diversity in Business and Tourism Education

2026

En este mundo cada vez más interconectado y multicultural, la inclusión y la diversidad en la formación empresarial y turística son fundamentales para preparar a los futuros líderes. Dado que las industrias globales prosperan gracias a la colaboración y la comprensión intercultural, los sectores empresarial y turístico se benefician enormemente de entornos educativos que valoran la diversidad. Sin embargo, muchos programas aún enfrentan dificultades para garantizar la representación e inclusión de estudiantes de diversos orígenes. Integrar la inclusión y la diversidad en los planes de estudio y la cultura institucional no solo enriquece las experiencias de aprendizaje, sino que también dota a los graduados de la empatía y la conciencia global necesarias para triunfar en entornos profesionales dinámicos.

«Inclusion and Diversity in Business and Tourism Education» explora cómo la inclusión y la diversidad en la educación empresarial y turística pueden contribuir a un sector más dinámico. Incluye estudios sobre la enseñanza de contenidos relacionados con la inclusión y la promoción de prácticas inclusivas en las instituciones educativas, con especial énfasis en la integración y la accesibilidad del alumnado. Este libro, que abarca temas como la diversidad, la inclusión y la hostelería, es un excelente recurso para académicos, responsables políticos, profesionales del sector y estudiantes de posgrado.

Tesis



La Transformación Sostenible del Turismo de Eventos: Implicaciones para la Gestión y Organización de Conferencias Académicas Sostenibles

José Antonio Conceicao Santos

Este estudio tuvo como objetivo evaluar si las variables sociodemográficas explican diferencias significativas en las actitudes hacia la transformación de congresos académicos en eventos más sostenibles.

Se desarrolló un modelo analítico de las actitudes de los participantes hacia las conferencias sostenibles, basado en una revisión de la literatura y en las teorías de la acción razonada y el comportamiento planificado. Este modelo se aplicó a una muestra de 532 personas encuestadas de 68 países que asistieron regularmente a conferencias académicas en los cinco años previos a 2020. Los resultados se perfeccionaron mediante técnicas estadísticas y computacionales para obtener conclusiones empíricamente más sólidas.

Los resultados revelan que variables sociodemográficas como el género y la edad de los asistentes explican las diferencias en las actitudes. Las mujeres y los adultos mayores muestran actitudes más favorables al medio ambiente con respecto a la sostenibilidad de los eventos. Por otro lado, las actitudes hacia conferencias académicas más sostenibles son, en general, bastante positivas. Los espacios, el servicio de catering, los materiales y el alojamiento de los eventos más sostenibles influyen notablemente en las actitudes de los asistentes hacia las conferencias más sostenibles. La influencia de las actitudes fue menor en relación con el transporte.

AUTOR: JOSÉ ANTONIO CONCEICAO SANTOS

DIRFECTOR: DR. MANUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ GÁMEZ

DEFENSA: 8 DE MAYO DE 2026

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Jun 2026

MON 1 Jun	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN 7
8						14
15						21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1 Jul	2	3	4	5

VIII Simposio Internacional de Primavera en Desarrollo del...
18 - 19 June 2026

Lanzarote, 35340 Lanzarote, Las Palmas, España

https://tides.ulpgc.es/wp-content/uploads/2026/02/call_for_papers_SSTD2026_v27.pdf

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

Tourism conferences

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	<ul style="list-style-type: none"> • VI Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla – 01/06/2026 • VI Congreso internacional Gestión Turística del Patrimonio – 15/06/2026 • II Congreso Internacional de la Gestión de la Balneoterapia – 30/06/2026 • SOCANTUR - 30/09/2026
ARTÍCULOS	<ul style="list-style-type: none"> • Limits and Risk in Solo Travel: Vulnerability, Gender, and Decision-Making - 25/11/2026 • Journal of Business and Tourism Management (JBTM) – 30/11/2026
LIBROS	<ul style="list-style-type: none"> • Destination Development for Literary Tourism in the Digital Age - 20/06/2026 • Sport Events for Territorial Marketing, Place Branding, and Global Visibility - 21/06/2026 • Supporting Microenterprise Development With Local Food Tourism - 28/06/2026