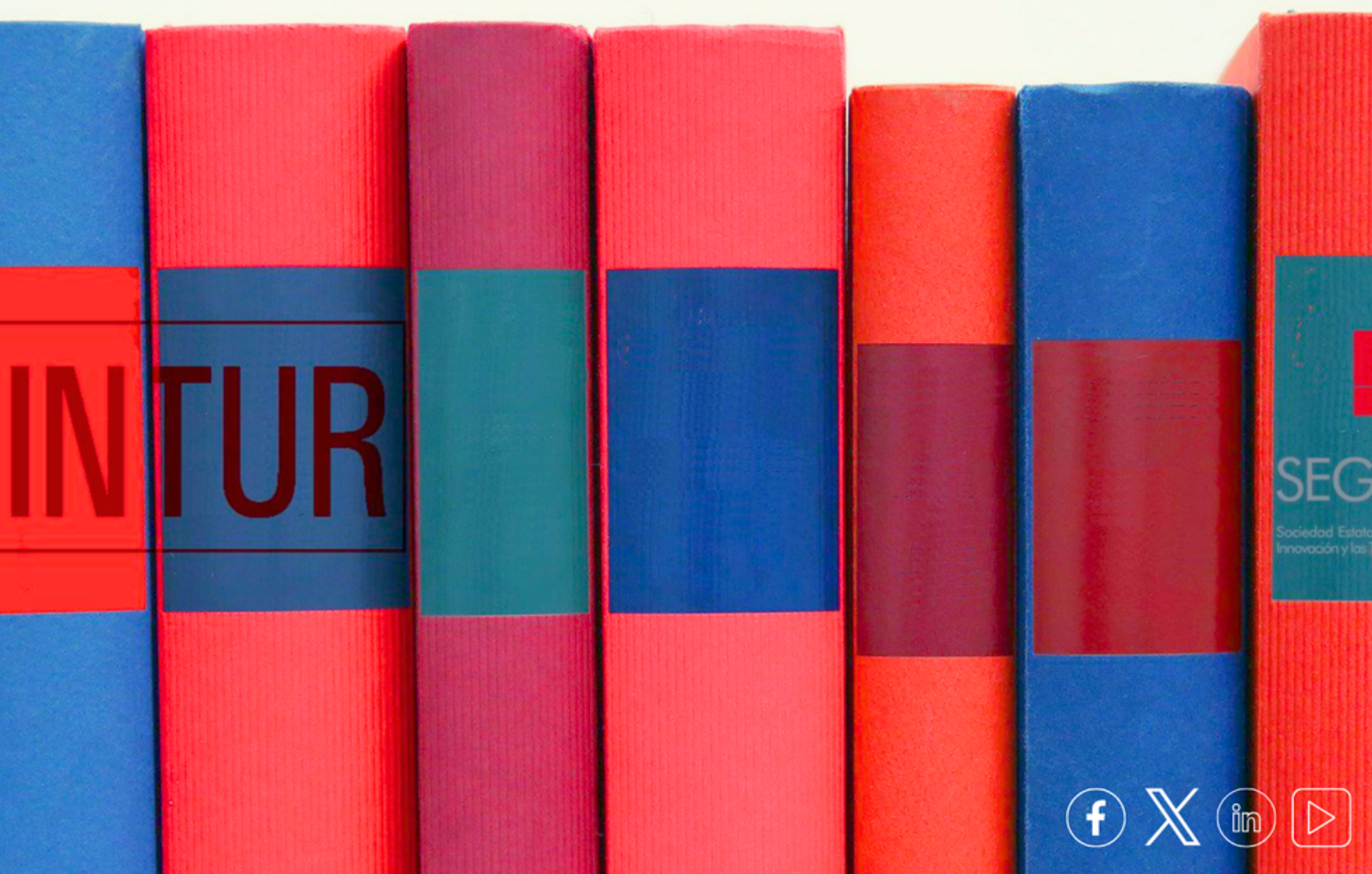


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 156 | SEPTIEMBRE 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.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación



REDINTUR

Noticias

Septiembre 2026



Lleida acogerá en julio de 2027 el II Congreso Internacional TRAMA “Ficción y Turismo”

Los próximos 8 y 9 de julio de 2027, la Universitat de Lleida acogerá el II Congreso Internacional TRAMA “Ficción y Turismo”, un encuentro científico dedicado a analizar las relaciones entre las industrias culturales, la ficción y el turismo, así como la influencia de los contenidos audiovisuales, literarios y digitales en los destinos turísticos.

Organizado por la Universitat de Lleida y la Universitat de València, con la participación de diferentes grupos de investigación y el apoyo del proyecto ADYTUR, el congreso abre su convocatoria a investigadores e investigadoras interesados en ámbitos como el turismo inducido por la ficción, la imagen de los destinos en el cine, la televisión, la literatura o los videojuegos, las experiencias turísticas vinculadas a productos culturales y el turismo audiovisual y literario.

Las propuestas de comunicación podrán enviarse hasta el 31 de marzo de 2027, y la aceptación se notificará antes del 30 de abril. Una selección de los trabajos podrá incorporarse a la publicación monográfica “Ficción y Turismo”, editada por Tirant lo Blanch. Toda la información sobre inscripción, calendario y presentación de comunicaciones está disponible en la [web oficial del congreso](#).

Fechas clave

- 31 de marzo de 2027: envío de propuestas.
- 30 de abril de 2027: notificación de aceptación.
- 30 de junio de 2027: entrega de trabajos para publicación.
- 8 y 9 de julio de 2027: celebración del congreso en Lleida.

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del
sector](#)

[Artículos
científicos](#)

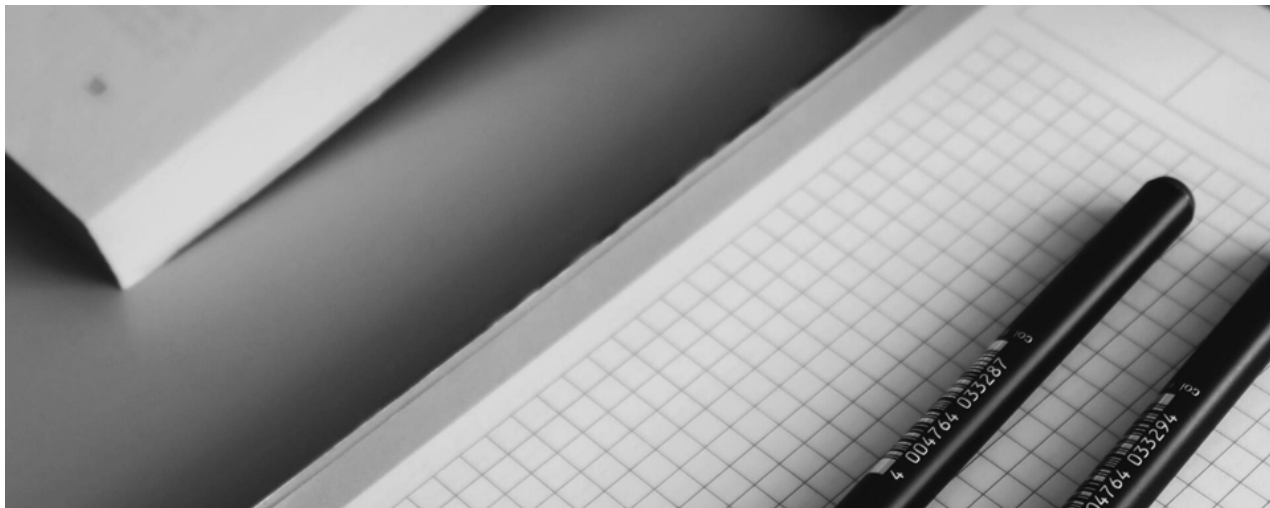
[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos
científicos](#)

[Llamada a
autores](#)

Noticias



La Càtedra Gandia Turisme i Promoció convoca los Premios 2026 a los mejores TFG y TFM en Turismo

La **Càtedra Gandia Turisme i Promoció de la Universitat Politècnica de València (UPV)** ha abierto la convocatoria de los **Premios 2026 a los mejores Trabajos de Fin de Grado (TFG) y Trabajos de Fin de Máster (TFM)** en el ámbito del turismo, una iniciativa destinada a reconocer la excelencia académica y fomentar la investigación aplicada al desarrollo turístico.

La convocatoria está dirigida a personas que hayan finalizado estudios universitarios de grado o máster relacionados con el turismo durante los cursos académicos **2024/2025** o **2025/2026** en cualquier universidad española. Los trabajos presentados deberán estar relacionados con el turismo o ser aplicables a **Gandia** y a las **Comarcas Centrales Valencianas**.

En total se concederán **seis premios**, distribuidos en dos categorías:

Premios TFG

- 1.º premio: **1.000 €**
- 2.º premio: **600 €**
- 3.º premio: **400 €**

Premios TFM

- 1.º premio: **1.000 €**
- 2.º premio: **600 €**
- 3.º premio: **400 €**

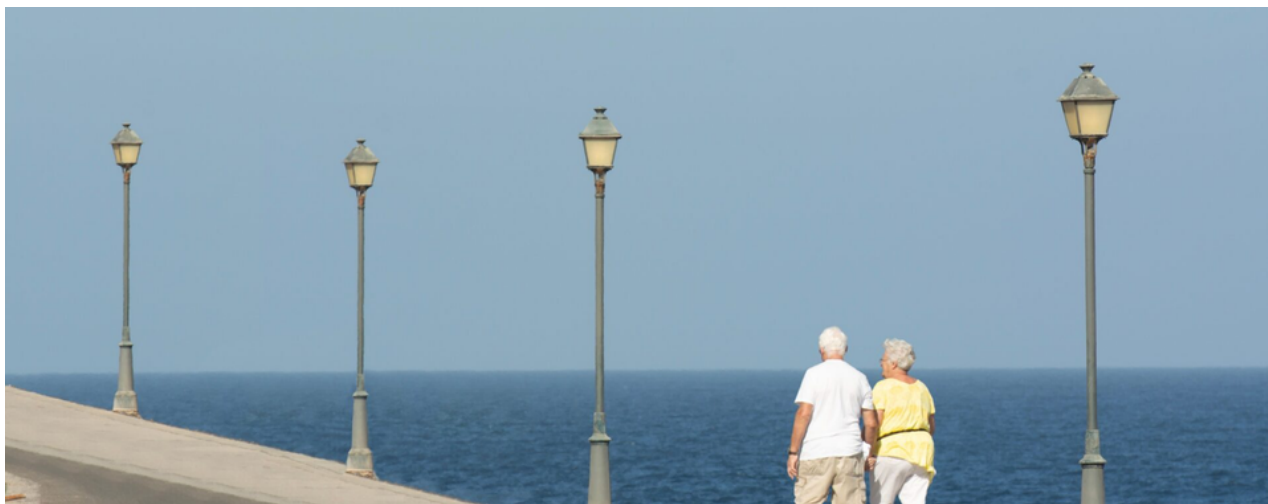
La dotación económica global de la convocatoria asciende a **4.000 euros**.

El plazo de presentación de candidaturas permanecerá abierto hasta el **30 de septiembre de 2026**, ofreciendo una excelente oportunidad para que estudiantes y egresados den visibilidad a sus investigaciones y contribuyan con propuestas innovadoras al desarrollo turístico de los destinos.

Desde la **REDINTUR** animamos al alumnado, egresados y profesorado de los programas universitarios de turismo a conocer esta iniciativa y valorar la presentación de sus trabajos. Toda la información sobre las bases de la convocatoria y la documentación necesaria para participar está disponible en el siguiente enlace:

<https://catedragandiatp.es/premios-tfg-tfm-2026/>

Noticias



El turismo sénior, una oportunidad estratégica para la desestacionalización y la diversificación de los destinos

El creciente peso de la población mayor de 65 años está configurando nuevas oportunidades para el sector turístico español. Sus hábitos de viaje, mayor disponibilidad de tiempo y preferencia por los destinos nacionales convierten al turismo sénior en un segmento especialmente relevante para avanzar hacia modelos turísticos menos estacionales y favorecer la dinamización de destinos de interior.

El envejecimiento de la población española constituye uno de los grandes cambios demográficos con efectos directos sobre la actividad turística. Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística recogidas en un reciente análisis de **CaixaBank Research**, en **2055 el 30,5 % de la población española tendrá más de 65 años**. En 2025, este grupo representaba ya el 21,1 % de la población, más del doble de su peso a comienzos de la década de 1970.

Esta evolución sitúa al denominado **turismo sénior o turismo silver** como un ámbito de especial interés tanto para las empresas como para los destinos, las administraciones públicas y el ámbito universitario.

Un viajero con capacidad económica y margen de crecimiento

El informe *El turismo silver en España: una oportunidad para desestacionalizar y diversificar destinos*, elaborado por CaixaBank Research a partir de datos agregados y anonimizados de pagos con tarjetas y retiradas de efectivo, permite aproximarse al comportamiento turístico del conjunto de viajeros mayores de 65 años, más allá de los usuarios de programas específicos como el Imsero.

Los datos reflejan, además, la capacidad económica de este segmento. En 2024, la **renta anual neta por persona de los mayores de 65 años fue un 16,2 % superior al promedio nacional**. Sin embargo, su participación en el gasto turístico realizado por los españoles se sitúa en el 15,6 %, porcentaje que aumenta al 16,4 % cuando se consideran únicamente los destinos nacionales. Esta diferencia pone de manifiesto el margen existente para desarrollar productos y servicios turísticos adaptados a las diferentes necesidades y etapas de la población sénior.



Urban Overtourism Governance: A Configurational Analysis of Resident Stress and Sustainability

PASOS (2026).

Este estudio analiza cómo el sobreturismo urbano influye en el estrés emocional de los residentes y en sus percepciones de sostenibilidad. Centrado en Málaga, España, la investigación destaca la creciente importancia del bienestar psicosocial en la gobernanza turística. El objetivo es identificar cómo las configuraciones de gobernanza —en particular las políticas participativas y orientadas a la sostenibilidad— afectan las experiencias de los residentes bajo presión turística. El diseño metodológico combina modelos de ecuaciones estructurales basados en covarianzas (CB-SEM) con Análisis Comparativo Cualitativo de Conjuntos Difusos (fsQCA), a partir de encuestas a 453 residentes. Los resultados revelan múltiples vías causales tanto hacia altos como bajos niveles de estrés, mostrando que los beneficios ambientales por sí solos no compensan los impactos negativos cuando faltan confianza y participación. Los hallazgos sugieren que la resiliencia depende de la equidad percibida, la capacidad de respuesta institucional y las mejoras visibles en la vida urbana. Este estudio contribuye a la teoría integrando los marcos del estrés urbano, la capacidad de carga y el turismo regenerativo, y concluye que una gobernanza adaptativa e inclusiva es esencial para lograr un turismo equitativo y psicológicamente sostenible en ciudades saturadas.



Gentrificación, turistificación y segregación como procesos interrelacionados en ciudades turísticas

Cuadernos de Turismo (2026).

Los procesos urbanos de gentrificación, turistificación y segregación han sido temas de investigación ampliamente analizados, pero sin haberse abordado en dinámicas interdependientes a nivel intraurbano. El objetivo es comprender como estos procesos evolucionan con dependencia recíproca en Alicante. El método de correlación multivariable y análisis cartográfico muestra como principal hallazgo la evolución vinculada del desplazamiento y concentración de la población según su perfil socioeconómico, pero también con las características del valor y uso de la vivienda y de manera simultánea.

Artículos científicos



Virtual Influencers in Destination Marketing: The Role of Flow Experience in Shaping Visit Intention

Journal of Hospitality & Tourism Research (2026).

A medida que la inteligencia artificial interviene cada vez más en la comunicación turística, los influencers virtuales (IV) desafían las ideas tradicionales sobre la persuasión en el marketing de destinos. Este estudio investiga cómo los vídeos promocionales de destinos basados en IV influyen en las intenciones de visita de los turistas, examinando la experiencia de flujo como un mecanismo persuasivo fundamental. Integrando el Modelo de Probabilidad de Elaboración y la teoría del flujo, este estudio analiza cómo los atributos del contenido (informatividad, entretenimiento, viveza) y los atributos del IV (atractivo físico, atractivo social, homofilia de actitudes) dan forma al flujo, conceptualizado a través de la telepresencia, la atención focalizada y la distorsión temporal. Basándose en datos de una encuesta realizada a 599 participantes, los resultados indican que los atributos del contenido y los atributos del IV contribuyen significativamente a la experiencia de flujo, lo que posteriormente aumenta la intención de visita al destino. Los hallazgos resaltan el flujo como un mecanismo importante mediante el cual los atributos del contenido y del IV influyen en las intenciones de visita de los turistas en contextos turísticos mediados por IA. Este estudio contribuye a la teoría de la hostelería y el turismo al reconceptualizar a los influencers virtuales como agentes de persuasión experiencial y proporciona orientación estratégica para el marketing de destinos basado en IV.



The neurocognitive interaction between food and emotions: a thematic research

Worldwide Hospitality and Tourism Themes (2026).

Objetivo

Este estudio sintetiza la investigación contemporánea en neurogastronomía sobre los mecanismos neurocognitivos que subyacen a las interacciones entre la comida y las emociones. A partir de la neurociencia, la psicología y los estudios culinarios, la revisión construye un mapa temático del conocimiento científico actual e identifica lagunas con implicaciones para la investigación y la práctica en los contextos de la hostelería y el gastroturismo.

Diseño/metodología/enfoque

Se realizó una revisión sistemática de la literatura temática siguiendo el marco de seis fases de Braun y Clarke (2006). Se recuperaron estudios publicados entre enero de 2024 y octubre de 2025 de Web of Science, Scopus, PubMed, ScienceDirect y Google Scholar utilizando los términos de búsqueda "neurogastronomía", "emoción alimentaria", "integración multisensorial" y "percepción del sabor" en combinación con "emoción", "afecto", "sistema límbico" y "amígdala". De 47 registros identificados, 20 artículos revisados por pares cumplieron los criterios de inclusión tras la selección de título, resumen y texto completo. La evaluación de la calidad se realizó utilizando criterios adaptados de la Herramienta de Evaluación de Métodos Mixtos y el Programa de Habilidades de Evaluación Crítica.



Sexual Harassment of Teenage Workers in the Hospitality Industry: Incidence, Effect, and Solutions

Cornell Hospitality Quarterly (2026).

La incidencia del acoso sexual sigue representando un desafío importante en la industria hotelera estadounidense, que recibe un porcentaje mayor de denuncias de acoso sexual en comparación con otras industrias en Estados Unidos. Investigaciones recientes han puesto de relieve a un subgrupo particularmente vulnerable de empleadas: las adolescentes. Entre las características notables del entorno laboral que contribuyen al acoso sexual de las trabajadoras adolescentes se incluyen: (a) el enfoque principal en el servicio y la satisfacción del cliente, que refuerza la idea de que "el cliente siempre tiene la razón", y (b) la aceptación generalizada del acoso sexual como parte normal del trabajo, lo que desalienta la denuncia o la capacitación en prevención. La Comisión para la Igualdad de Oportunidades en el Empleo de Estados Unidos (EEOC) presentó 23 demandas en nombre de trabajadoras adolescentes del sector hotelero entre 2019 y 2024. Se prevé que esta cifra aumente a medida que se flexibilicen las restricciones sobre las horas de trabajo y el servicio de alcohol. El propósito de este estudio es revisar no solo la investigación teórica y empírica sobre el acoso sexual a adolescentes en la industria hotelera estadounidense, sino también los casos pertinentes presentados por la EEOC entre 2019 y 2024.



Reshaping hotel entrepreneurial competitiveness through artificial intelligence

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2026).

Objetivo

Si bien las investigaciones existentes reconocen el amplio impacto de la inteligencia artificial (IA) en las operaciones hoteleras, sus ventajas competitivas aún no se han explorado en profundidad. Este estudio tiene como objetivo examinar las percepciones de los empresarios hoteleros griegos sobre el impacto de la IA en la competitividad y su intención de adoptarla en sus operaciones.

Diseño/metodología/enfoque

Este estudio, que combina las teorías de la complejidad y la elección racional, y se basa en una muestra nacional de 400 empresarios hoteleros griegos, examina el logro de la competitividad a través de los antecedentes orientados a la IA: confianza, beneficios percibidos, riesgos percibidos, desempeño empresarial e innovación. El análisis de las percepciones complejas se realizó mediante el Análisis Comparativo Cualitativo de Conjuntos Difusos, y la identificación de las condiciones necesarias se llevó a cabo mediante el Análisis de Condiciones Necesarias. La selección para examinar las percepciones caólicas de los empresarios se realizó tras confirmar que la investigación se caracteriza por una asimetría general.

Recomendaciones

Los resultados generaron cuatro configuraciones suficientemente complejas capaces de conducir a la competitividad.

Números publicados por revistas españolas



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo



Investigaciones Turísticas



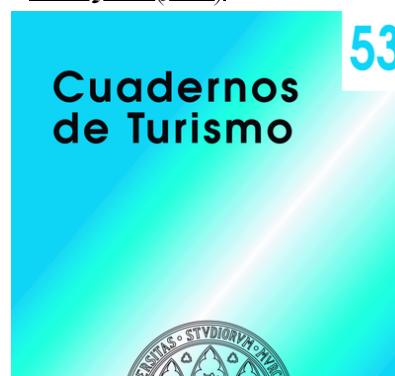
Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural



Journal of Tourism Analysis (ITA).



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio



Cuadernos de Turismo



Ara Journal



Estudios Turísticos



Turismo y Transformación Digital. Sistemas Inteligentes, Gobernanza y Sostenibilidad

2026

La transformación digital es el principal motor de cambio del turismo contemporáneo. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la inteligencia artificial y la gestión y análisis de grandes volúmenes de datos en plataformas digitales, están modificando la forma en que los destinos se planifican, las empresas compiten, los visitantes se relacionan con los territorios y las administraciones toman decisiones.

Este proceso, sin embargo, no es únicamente tecnológico, plantea también desafíos de gobernanza, sostenibilidad, inclusión, accesibilidad y equidad entre organizaciones y territorios con capacidades muy diferentes.

Concebido como un espacio de encuentro entre investigación y práctica profesional, este volumen ofrece conocimiento útil para comprender, diseñar, gestionar y gobernar la transformación digital del turismo. Su principal aportación consiste en mostrar que la innovación solo alcanza todo su potencial cuando se vincula con decisiones inteligentes, instituciones capaces, sostenibilidad territorial y una distribución más equilibrada de sus beneficios.

Tesis



Modelos de decisión multicriterio aplicados a la estandarización de la medición de la calidad en servicio

Miguel Houghton Torralba

La retroalimentación y la satisfacción del cliente son indicadores cruciales de éxito en la industria hotelera. La influencia de las reseñas de los clientes en las decisiones de otros clientes sobre la visita de los hoteles y en la reputación de la marca exige que los gerentes hoteleros realicen un análisis exhaustivo de la satisfacción del cliente. Este trabajo presenta un enfoque para evaluar la satisfacción general del cliente en hoteles mediante el método del Proceso Analítico Jerárquico (PAJ), la escala SERVPERF y el modelo lingüístico de 2-tuplas. Las cinco dimensiones de la escala SERVPERF se han adaptado para evaluar la satisfacción del cliente en hoteles, considerando diversos aspectos como las habitaciones, el servicio, la limpieza, etc. El método PAJ se aplica para determinar la importancia de la escala SERVPERF para cada aspecto del hotel. El modelo lingüístico de 2-tuplas se emplea para abordar el problema de la pérdida de información en la fusión de información lingüística y mejorar la comprensión de los resultados para los gerentes hoteleros. La funcionalidad de esta propuesta se ha evaluado mediante un estudio de caso de hoteles de lujo en Londres, utilizando 15.511 reseñas de clientes recopiladas de TripAdvisor. Los resultados demuestran que el modelo propuesto capta y resume eficazmente la satisfacción del cliente con los hoteles de lujo en Londres, lo que permite a los gerentes identificar áreas de mejora y descubrir posibles oportunidades de negocio. Esto, en definitiva, contribuye a aumentar la satisfacción del cliente.

AUTOR: MIGUEL HOUGHTON TORRALBA	DIRECTORES: DR. RAMÓN ALBERTO CARRASCO-GONZÁLEZ Y DRA. MARÍA FRANCISCA BLASCO LÓPEZ
DEFENSA: 6 DE JULIO DE 2026	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Congresos/conferencias



CALENDARIO

< > Oct 2026 ▾							!	
MON 28	TUE 29	WED 30	THU 1 Oct	FRI 2	SAT 3	SUN 4		
5	6	7	8	9	10	11		
TIS 2026 - Tourism Innovation Summit								
12	13	14	15	16	17	18		
19	20	21	22	23	24	25		
VI CONVENCION TURESPAÑA								
26	27	28	29	30	31	1 Nov		
VIII CONGRESO NACIONAL DE ECOTURISMO								
XXIX Congreso Internacional								
Tourism conferences							+	

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	• II Congreso Internacional TRAMA “Ficción y Turismo” - 31/03/2027
ARTÍCULOS	• Limits and Risk in Solo Travel: Vulnerability, Gender, and Decision-Making - 25/11/2026 • Journal of Business and Tourism Management (JBTM) – 30/11/2026 • Estudios Turísticos - 01/02/2027
LIBROS	• Culture, Creativity, and Place Communication for Heritage, Tourism, and Branding - 27/09/2026 • Urban Flood Resilience and Territorial Planning: Integrated Strategies for Climate-Exposed Regions - 27/09/2026