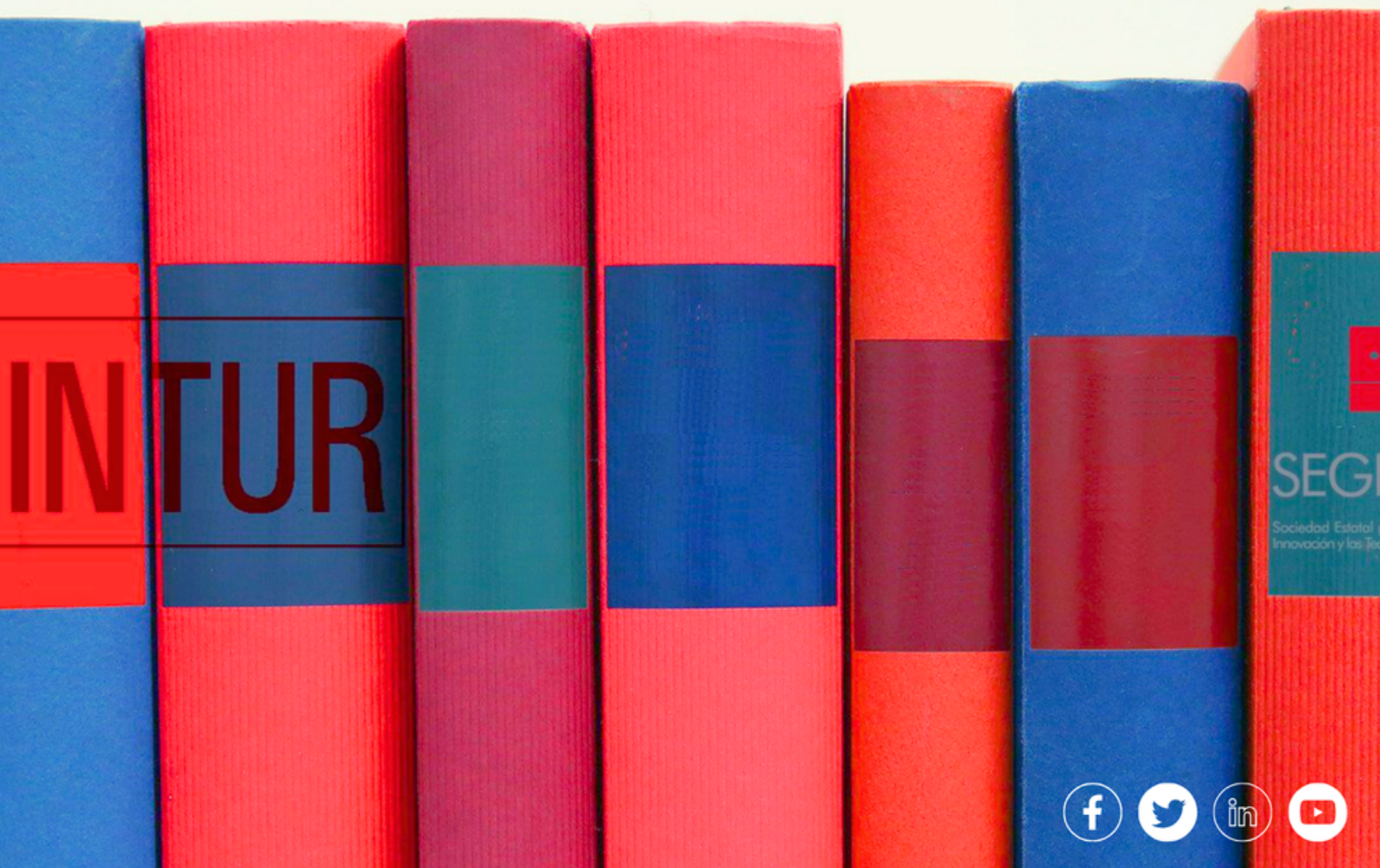


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 141 | JUNIO 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

Junio 2025



REDINTUR participa en el II Observatorio Auren de Turismo Sostenible

El próximo 25 de junio de 2025 se presenta el II Observatorio Auren de Turismo Sostenible, un estudio de referencia que analiza el estado actual y las principales tendencias en la gestión sostenible de los destinos turísticos en España. En esta edición han participado 131 destinos turísticos de todo el país.

Este informe ha sido elaborado por Auren Consultoría, en colaboración con el Instituto Andaluz de Investigación e Innovación en Turismo (IATUR) de la Universidad de Málaga y REDINTUR, aportando una visión académica y profesional sobre los retos y oportunidades del turismo sostenible.

Viviendas de uso turístico: un tema clave

Como novedad, el observatorio incluye una encuesta específica sobre el impacto y la percepción de las viviendas de uso turístico, una cuestión de creciente relevancia para el desarrollo equilibrado de los territorios y la convivencia con las comunidades locales.

El acto de presentación contará con la participación de destacadas personalidades del sector:

- **Mario Alonso Ayala**, presidente de Auren Spain
- **Ana Muñoz Lladrés**, directora general de Políticas Turísticas de la Secretaría de Estado de Turismo
- **José Antonio Fraiz Brea**, presidente de REDINTUR
- **Enrique Navarro Jurado**, director de IATUR
- **Juan Antonio López García**, socio de Auren Consultoría

Participa en el evento

El evento se celebrará en formato híbrido, permitiendo la asistencia tanto presencial como online:

- [Inscripción presencial](#)
- [Inscripción online](#)

Desde REDINTUR, reafirmamos nuestro compromiso con la investigación, la innovación y la sostenibilidad como pilares fundamentales para el futuro del turismo en España.

En este boletín podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias



V Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla – Universidad de Granada

 **22, 23 y 24 de octubre de 2025 -  Ciudad de Melilla**

La Universidad de Granada y la Ciudad Autónoma de Melilla organizan el V Foro Internacional de Turismo, un evento académico y profesional de referencia en el ámbito turístico, que se celebrará del 22 al 24 de octubre de 2025.

El Foro se estructura en seis mesas temáticas que abordarán cuestiones clave del turismo contemporáneo:

- Turismo cultural vinculado al cine y a los museos
- Turismo deportivo y salud física y mental
- Iniciativas turísticas y emprendedoras en la ciudad de Melilla
- Autoridad Portuaria de Melilla
- Metodologías de investigación en turismo
- Sesiones paralelas de comunicaciones científicas

Además, se celebrará el I Doctoral Colloquium, un espacio dedicado a estudiantes de doctorado para presentar y debatir sus proyectos de investigación con expertos y otros doctorandos.

Envío de comunicaciones

- Plazo con opción a financiación: 12 de junio al 3 de julio de 2025
- Plazo sin financiación: 4 de julio al 19 de septiembre de 2025
- Las comunicaciones deben tener un mínimo de 3.500 palabras y pueden presentarse en español o inglés.

Inscripción

- Del 12 de junio al 31 de julio: 90€
- Del 1 de agosto al 10 de octubre: 120€
- Formulario de inscripción: [Formulario de inscripción](#)

Más información

- Web oficial: foroturismomelilla.es
- Contacto: foroturismomelilla@ugr.es

Noticias



CEDTUR propone nuevos perfiles profesionales para alinear la formación turística con el mercado laboral

La Conferencia de Decanos y Decanas de Turismo de España (CEDTUR) ha presentado una propuesta innovadora que busca redefinir los perfiles profesionales vinculados a las enseñanzas universitarias en turismo. Esta iniciativa tiene como objetivo principal adaptar los programas formativos a las necesidades reales del sector turístico, en constante evolución.

Desde REDINTUR celebramos esta propuesta como un paso fundamental hacia una formación más conectada con la realidad del mercado laboral. La identificación de perfiles profesionales específicos permitirá a las universidades diseñar itinerarios formativos más ajustados, fomentando la empleabilidad de los egresados y fortaleciendo el vínculo entre el ámbito académico y el empresarial.

La propuesta de CEDTUR se enmarca en un contexto de transformación del sector turístico, donde la digitalización, la sostenibilidad y la innovación requieren nuevas competencias y enfoques. En este sentido, contar con una hoja de ruta clara sobre los perfiles demandados es clave para garantizar una formación universitaria de calidad, pertinente y con impacto.

Fuente. **Nexotur** (17/06/2025)

Noticias



España, referente global en turismo inteligente: un modelo de colaboración y tecnología

España se consolida como líder mundial en turismo inteligente, gracias a una estrategia que combina innovación tecnológica, colaboración público-privada y una firme apuesta institucional. En los primeros cuatro meses de 2025, el país recibió 25,6 millones de turistas internacionales, un récord histórico que refleja no solo la recuperación del sector, sino también su transformación hacia un modelo más sostenible, eficiente y centrado en las personas.

Gracias a SEGITTUR, España cuenta con la mayor red de DTI del mundo y ha desarrollado la primera infraestructura pública sectorial de turismo. Esta plataforma permite a los destinos gestionar datos en tiempo real, aplicar inteligencia artificial, crear gemelos digitales y anticipar comportamientos turísticos, mejorando tanto la experiencia del visitante como la calidad de vida de los residentes.

La Plataforma Inteligente de Destinos (PID), promovida por SEGITTUR, es un ejemplo de cómo la tecnología puede integrarse en la gobernanza turística para optimizar recursos, personalizar servicios y fomentar la sostenibilidad. Este enfoque ha despertado el interés de numerosos países, especialmente en Iberoamérica, que ven en el modelo español una hoja de ruta para su propia transformación digital.

Desde REDINTUR, celebramos el papel estratégico de SEGITTUR y reafirmamos nuestro compromiso con la formación, la investigación y la transferencia de conocimiento como pilares esenciales para seguir construyendo un turismo más inteligente, resiliente y humano.

Fuente: [El Español](#) (12/05/2025)

Noticias



España se consolida como destino turístico resiliente: el norte peninsular y Andalucía impulsan las reservas hoteleras

En un contexto global marcado por la caída del turismo internacional, España vuelve a destacar como un referente de resiliencia y dinamismo en el sector turístico. Según datos de SiteMinder, las reservas hoteleras en el país han aumentado un 1,5% respecto al mismo periodo del año anterior, a pesar de que a nivel mundial se ha registrado un descenso medio del 1,17% en las reservas para llegadas entre junio y agosto.

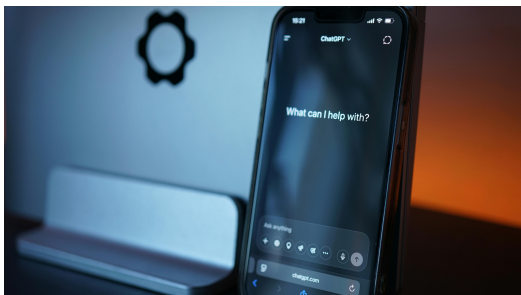
Este crecimiento se debe, en gran parte, al impulso de dos regiones clave: el norte peninsular, que lidera con un incremento del 9,73%, y Andalucía, con un aumento del 2,40%. En contraste, destinos tradicionalmente fuertes como las Islas Baleares y la costa mediterránea han experimentado retrocesos del 4,20% y 3,12%, respectivamente.

La fortaleza del turismo español se refleja también en los datos de 2024, cuando el país alcanzó un récord histórico con 94 millones de turistas internacionales. Las previsiones para 2025 son igualmente optimistas, con un incremento de 1,3 millones de visitantes extranjeros en el primer trimestre del año.

Desde REDINTUR celebramos estos datos como una muestra del potencial de diversificación territorial del turismo en España, así como de la capacidad de adaptación del sector ante los cambios en el comportamiento del viajero. El auge del norte peninsular y Andalucía pone de relieve la importancia de seguir apostando por un modelo turístico sostenible, descentralizado y de calidad.

Fuente. El Economista (07/06/2025)

Artículos científicos



Customer intentions toward the adoption of WhatsApp chatbots for restaurant recommendations

Journal of Hospitality and Tourism Technology (2025).

Objetivo

Dada la importancia de los chatbots en la atención al cliente en turismo, este artículo pretende comprender los factores que predisponen a los consumidores habituales de chatbots de recomendación de restaurantes a seguir utilizándolos.

Diseño/metodología/enfoque

Un total de 386 usuarios habituales de un chatbot de recomendación de restaurantes a través de WhatsApp respondieron a un cuestionario en línea (inspirado en las escalas encontradas en la literatura sobre adopción de tecnología). Se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales para probar las hipótesis.

Recomendaciones

Los predictores significativos de la intención de continuar usando estos chatbots incluyeron la "expectativa de esfuerzo (EE)", la "motivación hedónica (HM)", el "valor del precio (PV)" y el "hábito (HT)". En concreto, HT aún tiene un largo camino por recorrer en términos de su rendimiento, y será posible trabajar en ello. Además, dos variables, EE y HM, actúan como un cuello de botella a la hora de explicar esta intención de uso recurrente. Factores como la "expectativa de rendimiento (PE)", las "condiciones facilitadoras (FC)" y la "influencia social (SI)" no influyeron en la "intención de comportamiento (BI)". Del mismo modo, las variables moderadoras, edad y género, no son significativas. Finalmente, se demuestra la capacidad predictiva del modelo. Los hallazgos del estudio permitirán el desarrollo de estrategias efectivas para fomentar la lealtad del consumidor a esta nueva tecnología en la industria de la restauración.



Booking hotels online: can scarcity messages mitigate the effect of a mediocre aggregated eWOM valence?

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2025).

Objetivo

Este artículo tiene como objetivo examinar la interacción entre el tipo de mensaje de escasez y la valencia del boca a boca electrónico (eWOM) agregado a la hora de influir en las intenciones de los consumidores en respuesta a las promociones de precios de hoteles en línea.

Diseño/metodología/enfoque

Se realizaron dos estudios experimentales, manipulando el tipo de mensaje de escasez (cantidad limitada vs. tiempo limitado) y la valencia agregada del eWOM (positiva vs. mediocre). El Estudio 1 se centró en hoteles económicos y el Estudio 2 en hoteles de gama media. Los datos provienen de Amazon Mechanical Turk.

Recomendaciones

Una valencia positiva agregada del eWOM siempre inspiró mayor confianza que una mediocre. En los hoteles de gama media, los mensajes de escasez de cantidad limitada fueron más efectivos. Sin embargo, el tipo de escasez no influyó en los hoteles económicos. Además, las señales de cantidad limitada funcionaron consistentemente mejor que las señales de tiempo limitado en la condición de valencia agregada del eWOM mediocre.

Implicaciones prácticas

Obviamente, es preferible una valencia eWOM agregada positiva a una mediocre. Dicho esto, si un hotel termina con una valencia eWOM agregada mediocre, debería usar mensajes de escasez en cantidades limitadas para inclinar la balanza a su favor.

Artículos científicos



The impact of AI service failure on human employee behavior and customer service performance

International Journal of Contemporary Hospitality Management (2025).

Objetivo

Este estudio tiene como objetivo investigar cómo y cuándo la falla del servicio de inteligencia artificial (IA) estimula comportamientos laborales diferenciados de los empleados.

Diseño/metodología/enfoque

Se realizó una encuesta multi-onda y multifuente a 284 pares de empleados y supervisores en 15 hoteles de cuatro y cinco estrellas en Guangzhou, China. Se utilizó un análisis de regresión múltiple jerárquica para probar las hipótesis.

Recomendaciones

Los hallazgos sugieren que la falla del servicio de IA induce malestar hacia la organización entre los empleados con un bajo estatus percibido de miembros internos, lo que luego conduce a un comportamiento de procrastinación; sin embargo, desencadena simpatía hacia la organización entre los empleados con un alto estatus percibido de miembros internos, lo que a su vez resulta en un desempeño proactivo del servicio al cliente (PCSP).

Implicaciones prácticas

Su trabajo ofrece información práctica para las empresas de turismo y hotelería sobre cómo promover la PCSP y reducir los comportamientos de procrastinación entre los empleados de servicios en respuesta a fallas del servicio de IA.



How Does CEO Duality Influence ESG Scores in Hospitality and Tourism Companies? Confounding Roles of Governance Mechanisms and Financial Indicators

Journal of Hospitality & Tourism Research (2025).

Estudios previos han arrojado resultados inconsistentes sobre el impacto de la dualidad del CEO en el desempeño corporativo del sector hotelero y turístico (H&T). Para profundizar en esta relación, investigamos la relación causal entre la dualidad del CEO y el desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG) bajo diversas características de los consejos de administración e indicadores financieros. Los datos de la base de datos Eikon de Thomson Reuters se evaluaron mediante una técnica de aprendizaje automático que incluyó la estimación de máxima verosimilitud dirigida (TMLE), la ponderación de probabilidad inversa aumentada (AIPW) y el análisis de redes neuronales, todos ellos estimadores doblemente robustos con ajuste cruzado. Los hallazgos sugieren que la dualidad del CEO impacta negativamente las puntuaciones de los pilares ambiental, pero no otros resultados (es decir, las puntuaciones de los pilares de gobernanza y social). Entre las prácticas de gobernanza y los indicadores financieros, el desempeño de la remuneración de los ejecutivos de política, el desempeño ESG de la remuneración de los ejecutivos de política y el retorno sobre el capital invertido (ROIC) presentan relaciones positivas con las puntuaciones ESG totales. Los resultados tienen importantes implicaciones para ayudar a las empresas de H&T a desarrollar consejos de administración y sistemas de gobernanza eficaces, así como a alcanzar los objetivos de desempeño ESG previstos.

Artículos científicos



El anime como contenido de entretenimiento, discurso promocional y formato turístico: el caso de los Mystery Tour en la serie Detective Conan

JTA-Revista Análisis Turístico (2025).

La visibilidad y anticipación de los destinos turísticos, la configuración y transmisión de su marca y la incitación a visitarlos encuentra en la industria audiovisual un aliado de gran valor (Beeton, 2005; Macionis, 2004). Al margen de películas y series, la ficción animada resulta un formato menos convencional, pero puede ser un dispositivo de igual o mayor eficacia entre públicos de perfiles muy determinados a los que sus personajes favoritos les mueven a viajar a ciudades o parques temáticos (Blaya, 2019; Florido-Benítez, 2023). El propósito de esta incipiente investigación es estudiar el caso de la saga de anime Detective Conan y sus "Mystery Tours" (2017-2019), cuyos episodios se localizan en lugares emblemáticos de Japón, aunque no primordiales en la oferta turística del país. Sus tramas son aderezadas con costumbres culturales o rasgos identitarios y sus emisiones se complementan mediante rutas dirigidas al fandom. Para ello, la metodología cualitativa utilizada se compone del análisis de contenido propuesto por Méndiz Noguero (2011), denominado City Placement, un focus group para conocer las reacciones y la cualidad persuasiva entre el público, así como la recopilación de materiales turísticos compartidos en internet por aficionados de la serie.



Influencia del turismo en la identidad social y sentido de pertenencia: una revisión sistemática basada en el método SALSA

ROTUR (2025).

El turismo transforma comunidades, afecta la identidad social y el sentido de pertenencia, que facilita los conflictos sociales, la gentrificación y la dilución del capital social, especialmente en aquellos destinos con escasas oportunidades de desarrollo económico. Los atractivos turísticos pueden actuar como catalizadores de oportunidades para generar beneficios locales y fortalecer la identidad comunitaria, aunque el mercado prioriza los aspectos económicos estimulando el individualismo, la diferenciación y recomposición comunitaria. El propósito de la investigación fue analizar las variables vinculadas al sentido de pertenencia en comunidades turísticas. Se realizó una revisión exhaustiva de la literatura guiada por el marco SALSA. Para garantizar la calidad y relevancia de la información, se seleccionaron revistas científicas considerando el índice de SCImago Journal Rank ≥ 2.0 entre el 2018 y 2022. Se analizaron 63 artículos científicos que cumplieron los criterios de inclusión y se identificaron variables por medio del análisis temático. Como resultados, los estudios han abordado principalmente el sentido de pertenencia en destinos turísticos desde las perspectivas de los residentes; las variables más frecuentes son 1) metaestereotipos, 2) percepción socioeconómica, 3) bienestar local, 4) desarraigo, 4) mezcla emocional, 5) empoderamiento, 6) eventos, 7) responsabilidad patrimonial y 8) significación social. Los resultados servirán para el desarrollo de normativas públicas para gestionar adecuadamente los conflictos en destinos turísticos, relacionados a la identidad comunitaria.

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

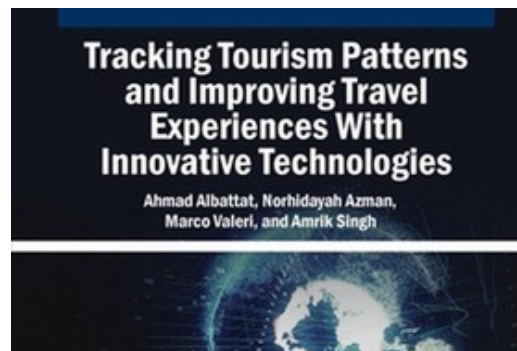


Navigating Mass Tourism to Island Destinations: Preservation and Cultural Heritage Challenges

2025

El auge del turismo masivo en destinos insulares plantea un desafío crucial para equilibrar los beneficios económicos con la sostenibilidad ambiental y la preservación cultural. A medida que crece el número de visitantes, estos frágiles ecosistemas se enfrentan a amenazas como la sobreexplotación, el agotamiento de los recursos y la pérdida de las tradiciones indígenas. Comprender cómo las comunidades gestionan estas presiones es esencial para fomentar prácticas turísticas responsables que protejan tanto los paisajes naturales como el patrimonio cultural.

Navigating Mass Tourism to Island Destinations: Preservation and Cultural Heritage Challenges ofrece una perspectiva matizada sobre cómo equilibrar el crecimiento con la preservación en algunos de los entornos insulares más encantadores del mundo. A través de estudios de caso convincentes, entrevistas con lugareños y análisis de expertos, los lectores comprenden los desafíos y las oportunidades que enfrentan las islas en la era de los viajes globales. Al abordar temas como la influencia de las redes sociales, las agencias de viajes y la comercialización, este libro es un excelente recurso para legisladores, profesionales del turismo, viajeros, defensores de la sostenibilidad, profesionales, investigadores, académicos y más.



Tracking Tourism Patterns and Improving Travel Experiences With Innovative Technologies

2025

El seguimiento de los patrones turísticos y la mejora de las experiencias de viaje se han visto revolucionados por tecnologías innovadoras, transformando la forma en que los destinos y los servicios se adaptan a los viajeros. El análisis avanzado de datos, las aplicaciones móviles y las tecnologías inteligentes permiten comprender mejor los comportamientos, las preferencias y las tendencias de los turistas, lo que permite experiencias de viaje personalizadas. Los sistemas de seguimiento en tiempo real y los servicios basados en la ubicación ofrecen recomendaciones personalizadas, mientras que la realidad virtual y aumentada ofrecen una vista previa inmersiva del destino. A medida que la tecnología evoluciona, una mayor exploración de las innovaciones en viajes puede mejorar la satisfacción y la participación de los turistas de todo el mundo.

El libro **"Tracking Tourism Patterns and Improving Travel Experiences With Innovative Technologies"** explora los efectos del análisis de datos turísticos en las experiencias de los viajeros. Mediante el uso de tecnologías digitales e inteligentes, la integración de redes sociales y la inteligencia artificial, las empresas pueden mejorar sus estrategias de branding y marketing, a la vez que enfatizan el impacto cultural y experiencial de los destinos turísticos. Este libro abarca temas como branding de destino, tecnología digital y marketing de servicios, y es un recurso útil para empresarios, gerentes, economistas, profesionales del marketing, ingenieros informáticos, académicos, científicos e investigadores.

Tesis



Motivación y riesgo percibido en el turismo gastronómico: un estudio aplicado a la intencionalidad de viaje en el País Vasco

Cristina Valilla Arróspide

La gastronomía se ha consolidado como un motor estratégico para el desarrollo turístico en regiones con una identidad culinaria consolidada, como el País Vasco. En los últimos años, este tipo de turismo ha cobrado especial relevancia, no solo como experiencia cultural y sensorial, sino también como elemento clave en la creación de marca territorial. En el escenario post-Covid-19, la percepción de riesgo y la seguridad adquieren un protagonismo fundamental en la configuración de la intención de viaje del turista.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar los factores que influyen en la toma de decisiones del turista gastronómico, centrando su atención en tres vectores esenciales: la imagen del destino, la motivación personal y la percepción del riesgo. Para ello, se ha desarrollado un modelo explicativo a partir de dos investigaciones empíricas: una cualitativa, basada en entrevistas a expertos en marketing y turismo gastronómico; y otra cuantitativa, aplicada a una muestra representativa de potenciales turistas, analizada mediante técnicas de modelado estructural.

Los resultados permiten demostrar que una imagen positiva del destino, una experiencia gastronómica auténtica y una percepción de seguridad elevada son determinantes clave en la intención de viaje hacia el País Vasco. A su vez, se destacan las experiencias sensoriales, el papel de la gastronomía local y la confianza en los proveedores turísticos como ejes articuladores de la actitud del viajero.

Metodológicamente, se empleó un enfoque mixto fundamentado en la Teoría del Comportamiento Planeado, utilizando herramientas como ATLAS.ti y SmartPLS, lo que permitió validar empíricamente las hipótesis planteadas.

AUTOR: DÑA. CRISTINA VALILLA ARRÓSPIDE	DIRECTORA: DRA. NURIA RECUERO VIRTO
DEFENSA: 4 DE JUNIO DE 2025	UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Tesis



Modelo de integración de análisis envolvente de datos para medir la eficiencia en sostenibilidad turística en un grupo de países o regiones. Aplicación a la Unión Europea

Julio I. Lozano Ramírez

Esta tesis proporciona la evaluación de la eficiencia en materia de sostenibilidad turística considerando tres escenarios de estudio: los 27 países de la Unión Europea para los periodos pre-pandémicos (2015-2019) y post-pandémicos (2021-2022), diferentes regiones mediterráneas para el periodo 2019 y una selección de áreas costeras de España para el periodo 2022.

La realización de mediciones cuantitativas de la sostenibilidad del turismo resulta fundamental, permitiendo determinar que escenarios están cumpliendo con sus objetivos y cuales requieren mejoras.

El enfoque propuesto se basa en la metodología del análisis envolvente de datos (DEA), siendo fundamental la selección de diferentes indicadores incluidos en los tres ámbitos de la sostenibilidad (económicos, sociales y ambientales) con estrecha relación con el turismo, destacando el uso de datos intervalares en los estudios de las regiones mediterráneas y las áreas costeras de España. Este planteamiento metodológico incorpora un novedoso modelo de ineficiencia basado en holguras no orientado (SBI), el cual permite calcular y analizar las puntuaciones de eficiencia de cada escenario de estudio. Dado que en cada escenario se hallan un gran número de territorios eficientes, se presenta la formulación de super-eficiencia (Super-SBI) correspondiente, con el propósito de discriminar aquellos resultados eficientes, lo que posibilita realizar una clasificación.

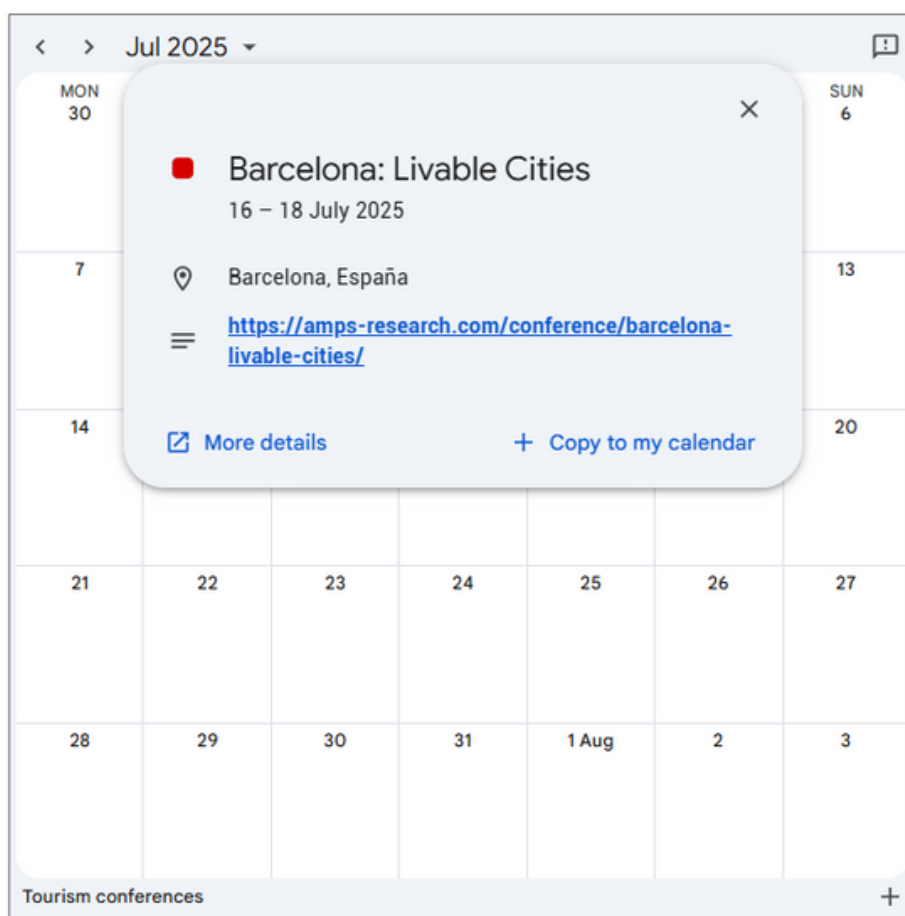
Asimismo, el análisis proporciona información valiosa, que además de calcular aquellos territorios que disponen de las mejores prácticas en materia de sostenibilidad turística, permiten calcular los objetivos de mejoras para aquellos territorios ineficientes.

AUTOR: D. JULIO I. LOZANO RAMÍREZ	DIRECTOR: DR. MANUEL ARANA JIMÉNEZ
DEFENSA: 2025	UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

Congresos/conferencias



CALENDARIO



Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

CONGRESOS	- TMS Algarve 2025 - 30/06/2025 - V Foro Internacional de Turismo Ciudad de Melilla – Universidad de Granada - 03/07/2025 - Eighteenth International Conference on the Inclusive Museum, University of San Jorge, Zaragoza, Spain- 15/08/2025 - ENTER 2026
ARTÍCULOS	- Perspectives and Trends in Tourism, Travel, and Hospitality - 30/06/2025 - International Journal of Tourism Research - 30/06/2025 - 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 Impact of AI on Hospitality Education – 11/07/2025