

BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 117 | JUNIO DE 2023

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



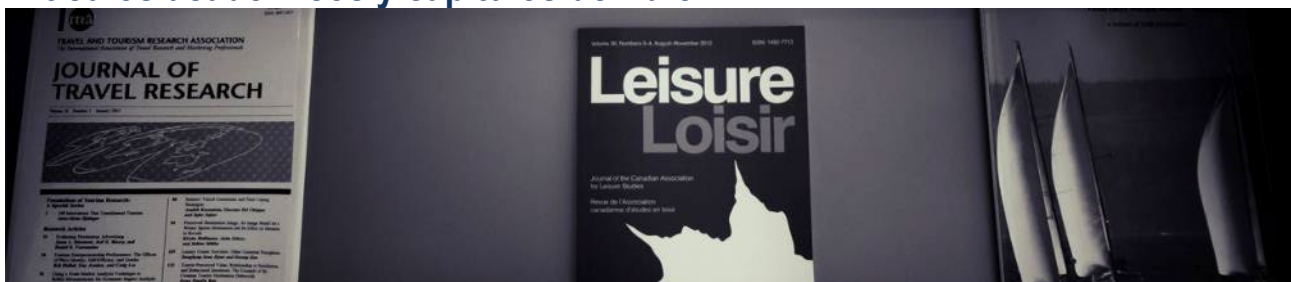
SEGITTUR
turismo e innovación



Noticias



Artículos académicos y capítulos de libro



Libro



Tesis doctoral



Congresos científicos



Llamada a autores



España pone en valor ante el G20 las acciones efectuadas para la recuperación del turismo

Protección a las empresas y trabajadores, una apuesta decidida por la sanidad pública, con millones de euros destinados a la vacunación, y la comprensión y colaboración con el sector privado. Esa es la receta que llevó al sector turístico español del parón de 2020 producido por la pandemia a las cifras récord que vuelven a verse este 2023.



Así lo detalló la secretaria de Estado de Turismo, Rosana Morillo, en su intervención en la mesa redonda sobre Dialogo público –privado y la importancia de los viajes y del Turismo para las economías del G-20, durante la reunión de Ministros de Turismo del G20 celebrada en Goa con motivo de la presidencia de India de este grupo de países. A la cumbre asistieron también varias organizaciones internacionales relacionadas con el Turismo como la OMT y la WTTC.

Morillo también recalcó la apuesta decidida de España por la sostenibilidad en el turismo, especialmente en su vertiente social. La secretaria de Estado recordó la aportación pública de 1.800 millones de euros en los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos para avanzar hacia un turismo responsable, tanto desde el punto de vista medioambiental, como en su impacto en la vida de los ciudadanos españoles. La colaboración con el sector privado, el impulso de la economía circular y la apuesta por la mejora de la oferta. Con esas medidas, dijo, se ha logrado consolidar la marca España en el sector turístico como sinónimo de calidad y seguridad.

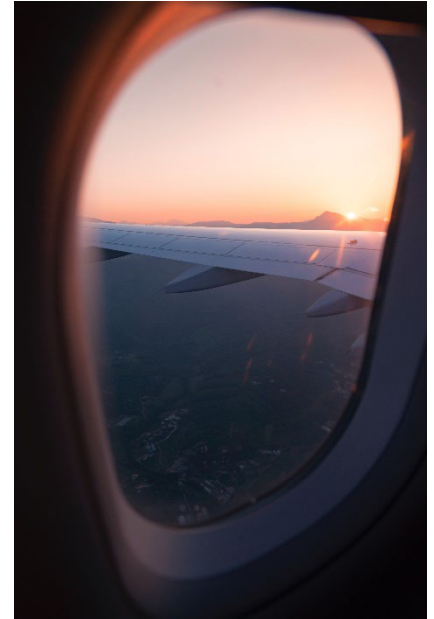
En la reunión de ministros, España se unió a la condena expresada por una gran mayoría de países a la guerra ilegal de Rusia contra Ucrania, que ha impactado gravemente en la economía mundial y por ello también al turismo. Se apoyó la denominada Hoja de Ruta de Goa (Goa Roadmap) como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que está en línea con las prioridades y estrategias que España está desarrollando en materia turística y que se verán reflejadas en las prioridades de la presidencia española de la UE durante el segundo semestre de 2023.

Fuente. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (23/06/2023)

España supera en mayo los 8,8 millones de pasajeros aéreos internacionales

En los 5 primeros meses del año, España supera los 34 millones de pasajeros, un 28,8% más que en el mismo periodo del 2022. Héctor Gómez: «Estos datos confirman el excelente desempeño del turismo en la primera mitad del año. Nuestra previsión para la temporada alta es que superaremos las cifras prepandemia de 2019 en turistas, pernoctaciones y gasto en destino».

España recibió en mayo de 2023 más de 8,8 millones de pasajeros aéreos internacionales, un 13,9% más que en el mismo mes del año pasado, según los datos difundidos hoy por Turespaña. En el acumulado de los cinco primeros meses del año, 34 millones de pasajeros, lo que representa un 28,8% más que en el mismo periodo del 2022. Para el ministro de Industria, Comercio y Turismo, Héctor Gómez, “estos datos de visitantes confirman el excelente desempeño del turismo en la primera mitad de este año, tanto en número de turistas como en mejora de la calidad y los servicios que ofrece España a los viajeros. Nuestra previsión de cara a la temporada alta es que igualaremos e incluso superaremos datos prepandemia en turistas, pernoctaciones y gasto en destino».



En el mes de mayo aumentaron los pasajeros hacia España desde todos los principales países. El 55,7% del total de pasajeros provino de la Unión Europea, experimentando un ascenso del 12,6%, mientras que el flujo procedente del resto del mundo, que supuso el 44,3% restante, creció un 15,5%. En cuanto a países, y comparando con las cifras de mayo del año 2022, los mercados que registran un mayor crecimiento son Polonia, con un 36,4% más, seguido de Portugal e Italia, con un 24,1% y 22,6% respectivamente. En volumen, Reino Unido fue el primer emisor de pasajeros en mayo (2.167.830), y un crecimiento del 9,5% anual. Reino Unido representa el 24,6% de la cuota total de llegadas. La llegada de pasajeros británicos ha repercutido en todas las comunidades autónomas, pero especialmente en Baleares, que fue el destino del 25,2%, y Canarias, que lo fue del 21,2% de sus pasajeros. El 80,4% de los pasajeros británicos viajaron en una compañía de bajo coste (CBC), siendo Reino Unido el líder en llegadas en estas compañías, aportando el 32,5% del total. La cifra total de viajeros procedentes de este país en lo que va de año asciende a 7.439.633, un 27,2% más que en los cinco primeros meses de 2022.

Tras Reino Unido, Alemania sigue siendo el segundo país de origen de los pasajeros internacionales. La llegada de pasajeros desde Alemania (14,8% del total) aumentó un 7,5% en mayo, beneficiando especialmente a Baleares (45,2% del total de los pasajeros). Algo menos de la mitad de los pasajeros alemanes (45,2% del total) viajaron en compañías tradicionales, siendo Alemania el mercado que lideró las llegadas en estas compañías (17,1% del total). A Italia, tercer país de procedencia, llegó el 9% del flujo de pasajeros recibidos en mayo, registrando un crecimiento interanual del 22,6%, que benefició especialmente a Cataluña (29,9% de los pasajeros) y Madrid (25,8%). Italia es el tercer país emisor, y predominaron los pasajeros de CBC (79% del total) sobre los que viajaron en compañías tradicionales. Por su parte, Francia emitió el 7,9% del total de pasajeros en mayo, mostrando un crecimiento del 9,8%, que favoreció principalmente a Madrid y Cataluña. En el caso de Países Bajos, los pasajeros internacionales experimentaron un aumento del 1,5% en mayo, teniendo como principales destinos Cataluña y Baleares.

34 millones de pasajeros, lo que representa un 28,8% más que en el mismo periodo del 2022.

Fuente. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (16/06/2023)

España se mantiene como uno de los países más buscados entre los viajeros europeos

España se mantiene como uno de los países más buscados entre los viajeros europeos y crece el interés de los asiáticos y australianos, según un estudio de Booking, que señala a Barcelona como uno de los destinos que mayor interés genera entre los viajeros internacionales.

Las búsquedas de destinos para viajar este verano se han disparado, en lo que se anticipa uno de los veranos con niveles de ocupación más elevados tras la pandemia. España lidera el ranking de las regiones más buscadas a nivel mundial ocupando la mitad de los puestos, con Andalucía en primera posición, seguida de Cataluña, Islas Baleares, la Comunidad Valenciana y también las Islas Canarias.

Los destinos de playa siguen siendo los favoritos para los viajeros españoles, al igual que visitar las capitales. Benidorm continúa encabezando el ranking y Madrid sube a la segunda posición con un notable crecimiento en las búsquedas del 64,16%. Le siguen otras ciudades costeras como Salou, Málaga y Peñíscola. Según los datos de Booking, los españoles apuestan este verano 2023 por lugares como Retamar, Guardamar del Segura, Comarruga, Córdoba o A Coruña, que incrementan sus búsquedas un 184,63%, un 143,6%, un 96,2%, un 83,94% y un 76,34%, respectivamente.

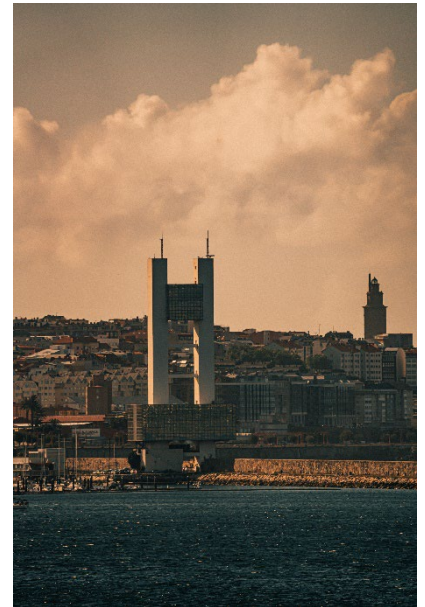
En cuanto a los lugares internacionales más buscados por la comunidad viajera española, las grandes capitales europeas como Roma, Londres y París siguen liderando el ranking, mientras que Viena, Marrakech y Praga son las ciudades que más han mejorado su posición con un salto de 36,33 y 30 puestos, respectivamente.

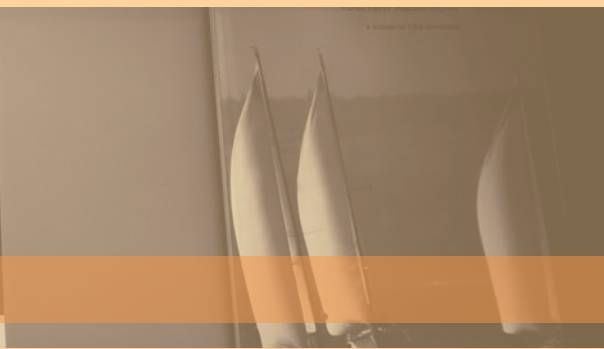
BARCELONA, DESTINO FAVORITO

Barcelona sigue posicionada en los tres primeros lugares de los destinos más buscados a nivel global por los viajeros internacionales, bajando una posición hasta el tercer puesto en comparación con el año anterior, a pesar de que las búsquedas a este destino han aumentado un 4,72%. Otros destinos que han mejorado su posición en el ranking, también con un aumento en sus búsquedas, son Benidorm que sube 4 puestos y un 30,07%, Sevilla que escala 10 puestos y un 41,17% y Alicante que también sube 4 puestos y un 23,82% de búsquedas. Madrid se mantiene en el puesto 12 del ranking, aunque las búsquedas a este destino han visto un aumento del 21,16%. A distancia se sitúan otras ciudades de costa como han sido Málaga, Palma de Mallorca, Valencia o Marbella, entre otros que, a pesar de haber visto un crecimiento en su número de búsquedas, no han sido suficientes y han sufrido una bajada en el ranking.

Las islas son las más perjudicadas, ya que no solo cómo bajan en el ranking entre los destinos más buscados si no que, además, disminuyen las búsquedas de los viajeros internacionales sobre todo en lugares tan emblemáticos como son Ibiza y San Antonio en Baleares o Adeje en Canarias. Los destinos españoles con el mayor crecimiento en número de búsquedas por parte de los viajeros internacionales de China, Taiwán, Japón y Australia han sido Sevilla, Barcelona, Madrid y Palma de Mallorca. A su vez, los incrementos más grandes en el ranking para destinos españoles buscados por extranjeros son para Palma de Mallorca que sube 123 posiciones en el ranking de Australia, Barcelona aumentando 80 posiciones en el ranking japonés, Santa Susana también sube 80 posiciones para los belgas mientras que Madrid y Sevilla adelantan 57 posiciones en la India y Dinamarca respectivamente.

Fuente. Bolsamania.com (10/06/23)





ARTÍCULOS ACADÉMICOS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

Quality of life and public policy development for tourism

El nexo entre el turismo y la calidad de vida (QoL-quality of life) ha sido ampliamente discutido en la literatura. Hay una extensa investigación que examina la conexión entre las actividades turísticas y la QoL. Aunque los estudios existentes convergen en que la QoL y el bienestar deben incorporarse y convertirse en un aspecto central de las políticas y estrategias turísticas, la literatura actual carece de un enfoque integral e integrado sobre cómo se puede incorporar la QoL en la toma de decisiones turísticas. Las organizaciones de toma de decisiones turísticas aún tienen que integrar la calidad de vida en la evaluación de puntos de referencia importantes relacionados con la estrategia (p. ej., desempeño, cuentas satélite de turismo, demanda e integración de recursos). Así, el objetivo de este artículo es ofrecer un marco conceptual que integre la QoL y las políticas públicas de turismo. El modelo sugerido proporciona pautas con respecto a la implementación de la calidad de vida en diferentes etapas del desarrollo de políticas. El marco proporcionará una guía para los destinos turísticos en la formulación e implementación de políticas con un enfoque en mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Cornell Hospitality Quarterly (2023)



An emotional perspective of music festival experience evaluation: a new model of emotional analysis

International Journal of Event and Festival Management, Vol. 14, No. 3 (2023)



El objetivo de este artículo es probar una nueva propuesta de modelo para analizar los resultados emocionales en relación con los factores clave que constituyen la experiencia de un festival de música. Este artículo primero examina cómo las emociones y los impactos intangibles son conceptualizados y analizados por diferentes disciplinas; en segundo lugar, este artículo expone la relevancia de las emociones musicales y los elementos contextuales en la generación de la experiencia del festival de música; Luego, el artículo propone un nuevo modelo para evaluar los impactos emocionales de los festivales de música, denominado Impacto emocional de los festivales de música (EIMF). Finalmente, este artículo muestra la prueba del modelo a través del análisis cuantitativo y cualitativo.

La Vía Verde del Aceite (Jaén-Córdoba, España), una oportunidad para el desarrollo rural en Andalucía

En el marco del turismo sostenible, se abre con fuerza un nuevo producto: el cicloturismo, que aprovecha, entre otras, las vías verdes, antiguas infraestructuras ferroviarias ahora acondicionadas para el ocio activo. En pocos años se ha desarrollado una amplia red de vías verdes que recorren regiones y países.

En España destaca el Programa Vías Verdes, que ha sido una oportunidad para proteger un patrimonio ferroviario en desuso y que, a la vez, permite a turistas y a otros usuarios conocer y gozar un patrimonio cultural y natural que especialmente transita por espacios rurales. El Programa se ha convertido también en nuevas oportunidades económicas para esos territorios.

Con esta aportación se analiza, se diagnostica y se hacen algunas propuestas sobre una de estas vías, la denominada Vía Verde del Aceite, que recorre las provincias andaluzas de Córdoba y Jaén.

Turismo y Sociedad, Vol. 33 (2023)



Nascent entrepreneurship: a critical perspective and research agenda in tourism and hospitality

International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 35, No. 7 (2023)

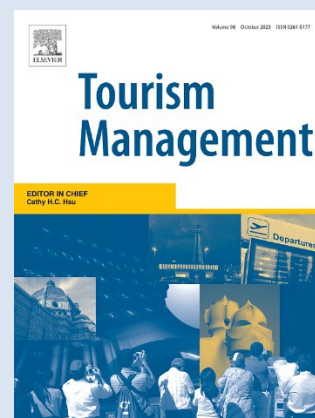


Este estudio tiene como objetivo sistematizar los impulsores del emprendimiento naciente en el turismo y sugerir vías para futuras investigaciones. Como consecuencia de la pandemia, se reportó una reducción en la actividad emprendedora en etapa inicial en todo el mundo. Los países que mejor respondieron a esta situación fueron aquellos que fomentaron el emprendimiento en esta etapa temprana, denominada naciente. Por lo tanto, la investigación sobre empresarios nacientes requiere una atención especial. Para abordar el objetivo de este estudio, los autores han examinado el desarrollo de la literatura sobre emprendedores nacientes en las últimas dos décadas y han discutido cómo la literatura sobre emprendimiento turístico naciente se relaciona con la literatura dominante en términos de marcos teóricos. Los autores exploraron las especificidades de la industria del turismo para proponer nuevas vías de investigación para explorar el tema de la creación de nuevas empresas en el sector de la hospitalidad y el turismo.

Research on use-generated photos in tourism and hospitality: A systematic review and way forwards

El contenido visual se ha convertido en un componente integral del intercambio de experiencias de los consumidores. Las personas buscan cada vez más contenido visual publicado por otros antes de tomar decisiones de compra. Este trabajo adopta una metodología de revisión sistemática para examinar el turismo y la hospitalidad relacionados con las fotografías generadas por los usuarios publicadas en revistas académicas entre 2006 y 2021 por temas, métodos y fundamentos teóricos. Los 106 artículos analizados se dividen en cuatro temas: 1) motivación para compartir fotos; 2) percepción de la imagen del destino de los turistas; 3) comportamiento espaciotemporal de los turistas; y 4) impacto de las fotos generadas por los usuarios. Las técnicas van desde el análisis semiótico de contenido cualitativo manual tradicional hasta el análisis espacial avanzado y los enfoques cuantitativos basados en inteligencia artificial. El desarrollo teórico ha variado temáticamente dada la naturaleza descriptiva de las preguntas de investigación en algunos dominios.

Tourism Management
Vol. 96 (2023)



Perspectivas de la investigación sobre la Hospitalidad en el Turismo en el escenario nacional e internacional

Pasos, Vol. 21, No. 3 (2023)



El modelo turístico ya mostraba signos de agotamiento incluso antes de la pandemia de Covid-19, se buscan nuevos paradigmas de investigación que apoyen un turismo más ético y responsable. Una posible vía parece ser la Hospitalidad en Turismo, cuya producción científica es escasa. Se realizó un estudio bibliométrico centrado en los artículos para sistematizar el conocimiento producido e identificar las orientaciones sobre la Hospitalidad en el ámbito de los estudios turísticos. Utilizando Spell y Web of Science, se compusieron dos muestras de investigación. Los periódicos con mayor frecuencia fueron la Revista Hospitalidade, Rosa dos Ventos y Hospitality & Society. En la evolución temporal de las palabras clave, surgieron referencias de investigación sobre hospitalidad en el turismo centradas en overturismo, accesibilidad, regalo, Airbnb, economía compartida y solidaridad emocional. Se pudo reforzar la tendencia de alinear la hospitalidad en turismo con la dimensión social imbricada a la dimensión económica de la sostenibilidad.

Números publicados por revistas españolas

(Haz clic en la imagen de la revista y accede a la tabla de contenidos del número)



ROTUR. Revista de Ocio y Turismo. Vol 17 N° 1 (2023)



Investigaciones Turísticas. N° 25 (2023)



Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural. Vol 21 N° 3 (2023)



Journal of Tourism Analysis. Revista de Análisis Turístico. Vol 30 N° 1 (2023)



Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. Vol 6 N° 2 (2022)



Cuadernos de turismo. N° 50 (2022)



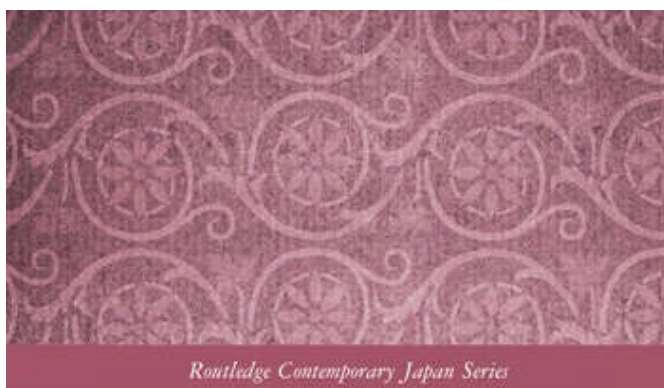
Ara Journal. Vol 13 N° 1 (2023)



Estudios Turísticos. N° 224. Dedicaco al II Simposio internacional "paradores, turismo y territorio, rumbo al centenario" (2022)

Japanese Digital Cultural Promotion Online Experience of Kyoto

Gadjeva utiliza Kioto como estudio de caso para explorar los mecanismos innovadores que se utilizan para promover la cultura y las propiedades culturales japonesas desde el brote de COVID-19.



JAPANESE DIGITAL CULTURAL PROMOTION

ONLINE EXPERIENCE OF KYOTO

Nadejda Gadjeva

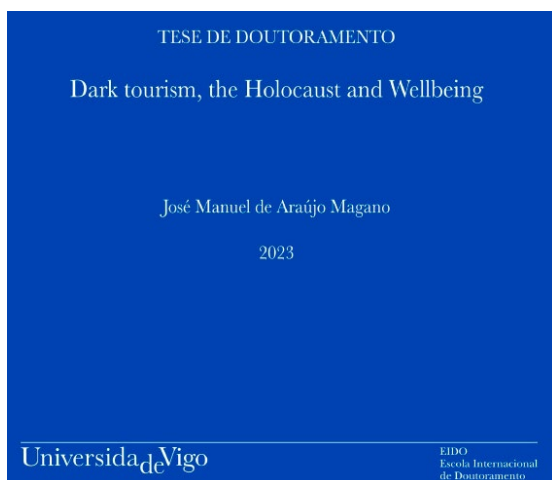


Comenzando por establecer las principales iniciativas y actores involucrados en la preservación, introducción y utilización del patrimonio cultural de Kioto, Gadjeva procede a discutir enfoques alternativos que utilizan tecnologías digitales. Estas herramientas incluyen realidad virtual de acceso remoto, realidad aumentada, virtualidad aumentada y realidad mixta. Ella analiza cómo se han aplicado tales enfoques a los museos digitales de Kioto, experiencias en línea en tiempo real y otros proyectos virtuales que presentan patrimonio tangible, intangible y popular. Al hacerlo, se basa en una amplia gama de entrevistas con expertos de la Fundación Japón, el Centro de Arte de Kioto y otras instituciones relacionadas para investigar las limitaciones y las posibles estrategias para un mayor desarrollo de estas prácticas. También entrevista a académicos, funcionarios gubernamentales, y expertos de Europa sobre las perspectivas de más experiencias remotas en línea, aplicadas tanto específicamente a Kioto como más ampliamente al turismo cultural. Con base en los hallazgos, el libro analiza desafíos futuros particulares y sugiere políticas específicas y propuestas de proyectos para más experiencias remotas en línea de las propiedades culturales de Kioto.

Una lectura valiosa para profesionales y académicos de estudios culturales y turísticos, que será de particular

interés para aquellos que se especializan en Japón.

Dark tourism, the Holocaust Wellbeing



Esta tesis ha sido defendida en la Universidad de Vigo el 9 de junio de 2023. Su autor es José Manuel de Araújo Magano y ha sido dirigida por el Dr. José Antonio Fraiz Brea, dentro del [Programa Interuniversitario de Turismo](#).

Aborda un nuevo tipo de turismo, encuadrado dentro de los actuales turismos alternativos. Cada vez más personas buscan experiencias turísticas nuevas y únicas para satisfacer una amplia gama de motivaciones, lo que ha impulsado la aparición de tipologías más específicas, como el turismo oscuro, que, a diferencia del turismo de masas, se caracteriza por un alto grado de diversificación. Así, el surgimiento de nuevas tipologías turísticas origina segmentos de mercado que estaban latentes.

El turismo oscuro consiste en visitar lugares reales o recreados asociados con la muerte, el sufrimiento, la desgracia o lo macabro (Farmaki, 2013; Stone, 2006). A pesar de que algunos autores lo consideran una de las formas más antiguas de turismo, ganó gran popularidad entre los académicos a partir de la década de 1990 (Sharpley, 2009), lo que confirma la importante cantidad de literatura publicada desde entonces (Hartmann et al., 2018; Iliev, 2020; Martini & Buda, 2020). Sin embargo, la comprensión de la demanda de este tipo de turismo sigue siendo teóricamente frágil (Biran et al., 2011; Buda, 2015; Iliev, 2020; Sharpley, 2009). Durante mucho tiempo, los lugares que han sido escenario de guerras, desastres, muertes y atrocidades siempre han fascinado a las personas, motivándolas a viajar (Cohen, 2011; Sharpley & Stone, 2009). Ejemplos son las peleas de gladiadores romanos, las ejecuciones públicas durante la época medieval (Stone, 2006), y las visitas a edificios militares (Beech, 2000), entre otros. Según Stone (2005, p. 109), el turismo oscuro es “un viejo concepto en un mundo nuevo”, y la novedad radica en la creciente mercantilización de los sitios de turismo oscuro.

Este tipo específico de turismo se ha abordado de diferentes maneras, por ejemplo, como negative sightseeing (Bowman & Pezzullo, 2009), black spots tourism (Rojek, 1993), thanatourism (Seaton, 1996), turismo trágico (Lippard, 1999), atrocity tourism (Ashworth & Hartmann, 2005; Beech, 2000), turismo morboso (Blom, 2000) o turismo oscuro (Foley & Lennon, 1996, p. 198). No obstante, el término turismo oscuro (dark tourism) es el más utilizado por la comunidad científica y el público en general (Martini & Buda, 2020). Sharpley y Stone (2009) a menudo usan el término turismo oscuro como el tipo de turismo que implica viajar a sitios relacionados con la muerte, el sufrimiento y lo macabro - una definición generalmente aceptada. Tarlow (2005, p. 48) sugiere que el fenómeno es complejo al describirlo como “visitas a lugares donde han ocurrido tragedias o muertes históricas notables que continúan impactando nuestras vidas”, lo que plantea la pregunta sobre los motivos inherentes para consumir turismo oscuro.

CONGRESOS / CONFERENCES

Haz clic en el [calendario](#) para acceder a toda la información
 Click on the [calendar](#) to get further information

Tourism conferences						
Today ◀ ▶ July 2023 ▼						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
26	27	28	29	30	1 Jul	2
TEBEC International Conference 2023 - Verc		5th International Conference on Advanced F QATEM Workshop and IATE PhD Workshop				
3	4	5	6	7	8	9
10th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management cor Towards a Better Understanding of Value Cc Surrey 2023. Bringing Hospitality, Tourism, The 28th Asia Pacific Tourism Association (A						
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1 Aug	2	3	4	5	6

+ Google Calendar

LLAMADA A AUTORES / CALL FOR PAPERS

En esta sección podrá encontrar un breve listado de llamadas a autores para congresos científicos. Puede consultar el listado completo de llamadas para revistas, capítulos de libros y congresos sobre diferentes materias relacionadas con el turismo en este [enlace](#)

Congresos

XIV CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. TURITEC 2023. – 30/06/2023

I Congreso Internacional en Turismo Literario y Cinematográfico – 01/07/2023

XXXIII Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica – 15/07/2023

ICOTTS'23 – The 5th International Conference on Tourism, Technology & Systems – 15/07/2023

ITHGC 2023 : International Tourism, Hospitality & Gastronomy Congress – 31/07/2023

Livable cities – London – 20/07/2023

4th International Travel & Tourism Dynamics Congress: «Green Inspiration» – 31/08/2023

ENTER24 e-Tourism Conference – 01/09/2023

5th international conference on Tourism imaginaries – 30/11/2023

Revistas

Call for Papers for a Curated Impact Collection in Annals of Tourism Research Empirical Insights on the topic of 'litter-free tourism' – 30/06/2023

Revista Galega de Economía. Circular Economy, Sustainability and Degrowth – 30/06/2023

Tourism Geographies on Antarctic Tourism – 30/06/2023

Food, Culture and Society special issue on food, gastronomy and creative economies – 30/06/2023

Information and Communication Technology and Economic Implications in Hospitality and Tourism – 01/07/2023

Palabra Clave – 30/07/2023

Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events. Special Issue: Technologies of surveillance and control in travel and tourism – 31/07/2023

Journal of Hospitality & Tourism Education. Special Issue on Mindfulness and mental health in hospitality and tourism education and the workplace – 06/08/2023

The Metaverse in Hospitality and Tourism – International Journal of Contemporary Hospitality Management – 30/09/2023

The Study of Tourism in Southeast Asia: Ongoing Trends and Future Directions – Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal – 30/11/2023

The Future of the Tourism Profession – 20/12/2023

Social media influencer marketing in the food and beverage industry – British Food Journal – 31/12/2023

Current Issues in Tourism. Special Issue on Cybersecurity in travel, tourism, and hospitality – 31/01/2024

Building digital technological capabilities for innovative circular economy models in food supply chain – British Food Journal – 27/02/2024

Technology Enabled Competitiveness and Experiences in Tourism – 16/03/2024

Libros

Exploring Culture and Heritage Through Experience Tourism – 30/06/2023

Mountain Tourism and Ecological Impacts: Himalayan Region and Beyond – 12/07/2023

Handbook of Tourism, Property and Real Estate – 30/11/2023