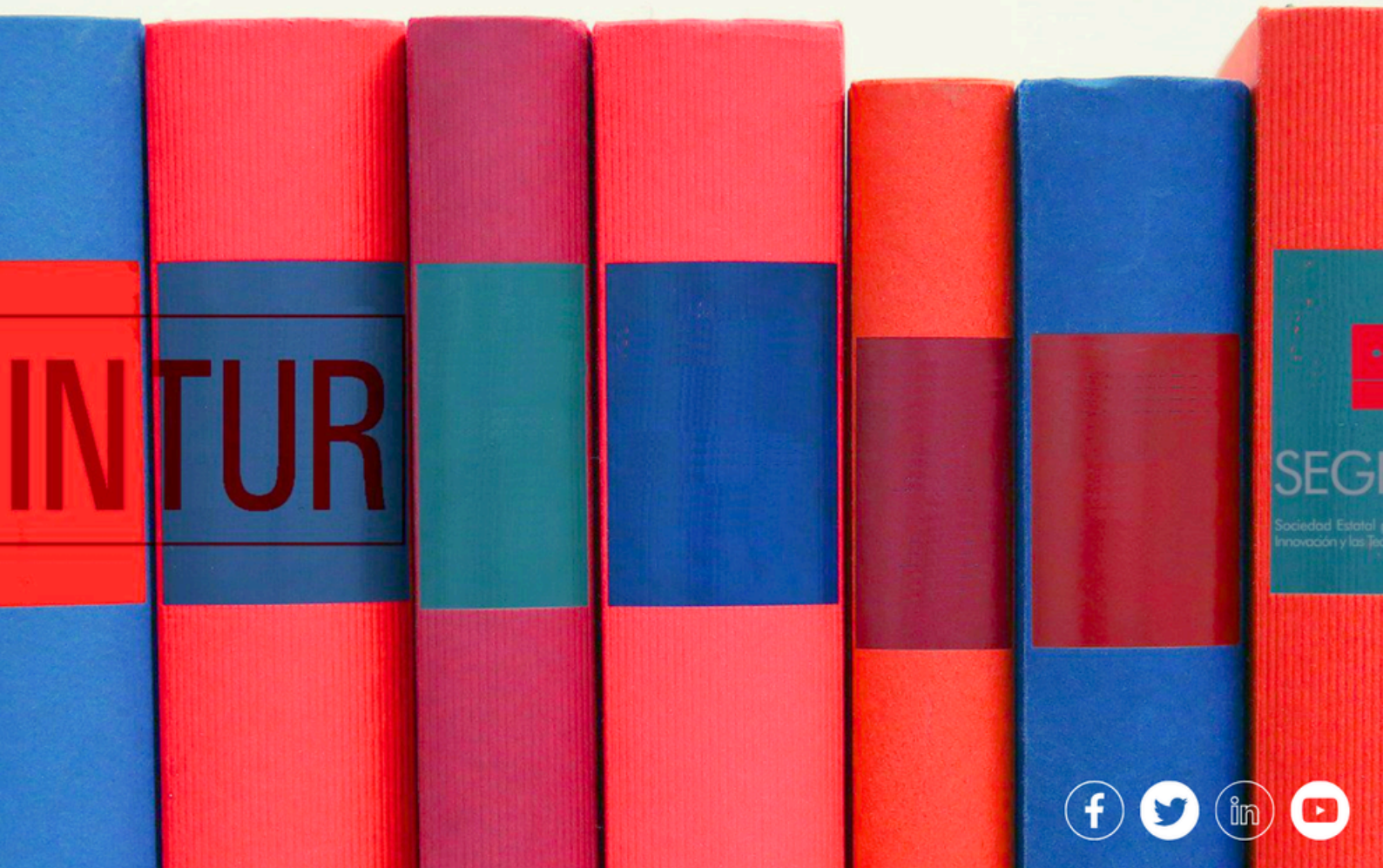


BOLETÍN

DE NOVEDADES EN LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

NÚM. 138 | MARZO 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.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación



REDINTUR



España diversifica su turismo de alto impacto con cultura, naturaleza y turismo activo

Durante el I Consejo Estratégico Consultivo de Turium 2025, celebrado en la Galería Canalejas de Madrid, Mabrian expuso un análisis sobre el turismo de alto impacto o de lujo en el informe de 'Turismo de alto impacto en España: diversificación, inversión y estrategias para incrementar llegadas gasto' destacando las principales prioridades, motivaciones y tendencias que pueden **fortalecer el posicionamiento de España**.

Se identificaron varios mercados estratégicos de media y larga distancia con gran potencial para atraer viajeros de alto impacto, poniendo el foco en aquellos que incrementaron su gasto en destino en más de un 20% interanual en 2024. Entre ellos, destacan **Brasil y México** en América Latina; **Arabia Saudí y Emiratos Árabes Unidos** en Oriente Medio; y **Alemania, Francia e Italia** en Europa.

Diversificación de la demanda

El informe, Mabrian señala que España ha diversificado sus atractivos turísticos desde 2019, con la cultura, la naturaleza y el turismo activo como principales motores de demanda. En 2024, un 28% de los

viajeros eligió España por su oferta cultural, mientras que la naturaleza y el turismo activo crecieron un 1,5% y un 4,5%, respectivamente.

"Esta evolución refleja una redistribución positiva de la demanda, favoreciendo la diversificación de mercados y segmentos, así como la desestacionalización, factores clave para el desarrollo del turismo de alto impacto en España", explicó Carlos Cendra, socio y director de Marketing y Comunicación de Mabrian.

Evolución de la oferta hotelera

En cuanto a la evolución de la oferta hotelera, España ha reforzado las estrategias de reposicionamiento del destino alcanzando una inversión en 2024 de más de 3.000 millones de euros, consolidándose como un lugar clave en Europa.

Aun así, esta cifra representa una caída del 25% con respecto a años anterior. Desde 2019, la oferta hotelera se ha centrado en fortalecer la oferta urbana y vacacional, especialmente en el segmento de lujo.

Fuente. [Agenttravel](#) (17/03/2025)

En este boletín
podrás consultar

[Noticias del sector](#)

[Artículos científicos](#)

[Libros](#)

[Tesis](#)

[Congresos científicos](#)

[Llamada a autores](#)

Noticias



El turismo internacional en España sigue creciendo con más de 7.100 millones de gasto total en enero

El sector turístico en España comienza el año 2025 con cifras récord, continuando la tendencia positiva del año anterior. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el gasto total de los turistas internacionales durante el mes de enero superó los 7.100 millones de euros, lo que representa un aumento del 8,9% en comparación con el mismo mes de 2024. Además, la llegada de turistas extranjeros creció un 6,1%, alcanzando los 5,1 millones de visitantes.

Este incremento en el gasto turístico está por encima del aumento en las llegadas de turistas, lo que refleja una mayor capacidad de gasto de los viajeros. De hecho, cada visitante gastó de media 1.408 euros, un 2,7% más que el año anterior, y el gasto medio por día alcanzó los 165 euros, un aumento del 4,3%. En cuanto a la duración de la estancia, la mayoría de los turistas se quedaron entre cuatro y siete noches, con un aumento del 5,2% respecto a 2024.

Entre los mercados emisores, el Reino Unido lideró las llegadas, con un total de 863.286 turistas, un incremento del 3,6% en comparación con enero de 2024. Este país también fue el mayor contribuyente al gasto turístico, con 1.096 millones de euros, un 2,5% más que en el mismo mes del año pasado. Le siguieron Francia, con 641.201 turistas (un aumento del 12,2%) y Alemania, que, a pesar de experimentar una ligera caída en llegadas (-2,4%), aumentó su gasto un 6%, alcanzando los 792 millones de euros.

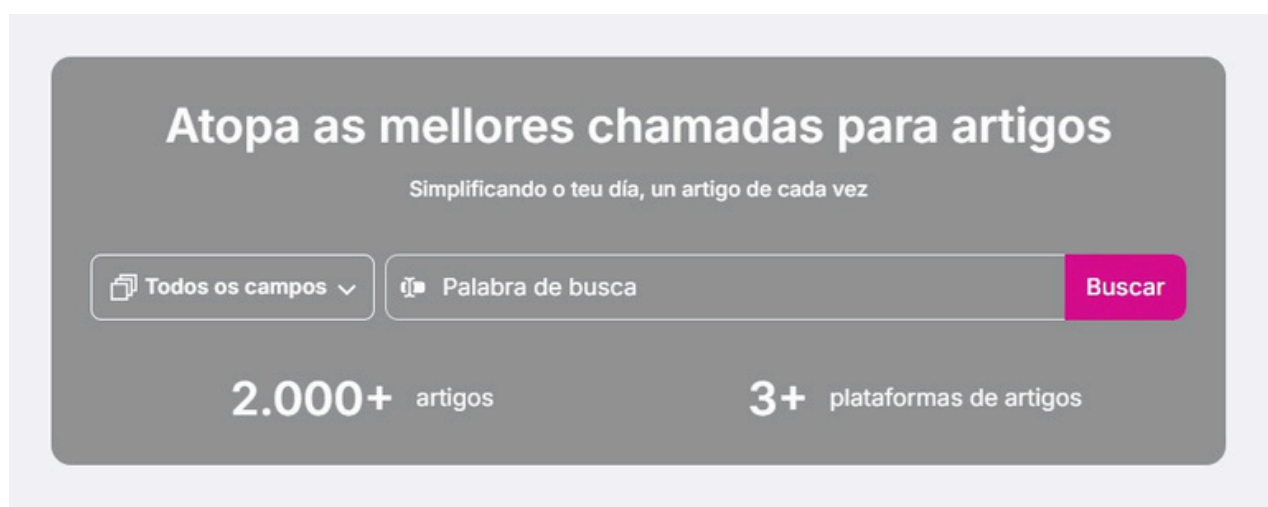
Uno de los datos más destacables es el aumento significativo de turistas provenientes de mercados lejanos, con un crecimiento del 25,8% en las llegadas, especialmente desde fuera de Europa y América. Este auge se reflejó también en un incremento del 9,5% en el gasto de estos turistas, que alcanzó los 3.800 millones de euros.

En cuanto a las comunidades autónomas, Canarias siguió siendo el destino preferido de los turistas internacionales, con un 26,9% del total de llegadas (1,36 millones). Le siguieron Cataluña, con un 21,3%, y la Comunidad de Madrid, con un 13,9%. En términos de crecimiento interanual, Madrid experimentó el mayor aumento con un 15,7% más de turistas que en enero de 2024. También destacaron Cataluña, con un 12,4% de incremento, y Baleares, con un 6,1%.

En cuanto al gasto, Madrid lideró el crecimiento con un aumento del 19,8%, alcanzando los 1.390 millones de euros. Le siguieron Andalucía, con 988 millones y un crecimiento del 9,7%, y Baleares, con 187 millones, lo que supuso un aumento del 7,3%.

Fuente. [Diario de Vigo](#) (4/03/2025)

Noticias



Grupo de Investigación de la Universidade da Coruña crea el buscador de oportunidades de publicación Papers Hub

El docente del Área de Organización de Empresas de la Universidad de A Coruña, Jakson Renner Rodrigues Solares, IP del Grupo de Investigación en Experiencia Turística (Experiencia Turs) de la Facultad de Turismo, coordinó los trabajos de creación del buscador Papers Hub

Papers Hub es una herramienta innovadora desarrollada para facilitar el acceso a oportunidades de llamadas para artículos. Usa las tecnologías más avanzadas de indexación, automatización e inteligencia artificial para ofrecer una experiencia ágil y personalizada.

El objetivo del Papers Hub es conectar personal investigador, académico e instituciones con el conocimiento más relevante y las oportunidades adecuadas, optimizando el tiempo de búsqueda y contribuyendo al avance de las comunidades científicas y académicas.

Con un sistema inteligente de recomendación y filtros avanzados, Papers Hub permite encontrar exactamente lo que se busca: oportunidades de publicaciones académicas específicas donde presentar los trabajos. Creen que el futuro de la investigación comienza con herramientas más eficientes y accesibles, y están aquí para hacer realidad esta visión.

En esta primera fase el Papers Hub realiza la búsqueda en algunas editoras de prestigio y está disponible en cuatro idiomas (gallego, castellano, inglés y portugués). El buscador identifica si la revista está indexada en JCR o en Scopus y devuelve la información más relevante de una manera ágil.

Acceso a la herramienta: [link](#)



Noticias



Investigadora de la Universidad de León recibe el «Ph.D. Thesis Excellence Award» de IFITT por su estudio sobre inteligencia artificial y marketing turístico

La doctora Sofía Blanco Moreno, investigadora de la Universidad de León, ha sido distinguida con el prestigioso Ph.D. Thesis Excellence Award, un reconocimiento otorgado por la International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT). Este galardón premia la excelencia en investigaciones doctorales que aportan avances significativos en la aplicación de tecnología al sector turístico y al marketing digital.

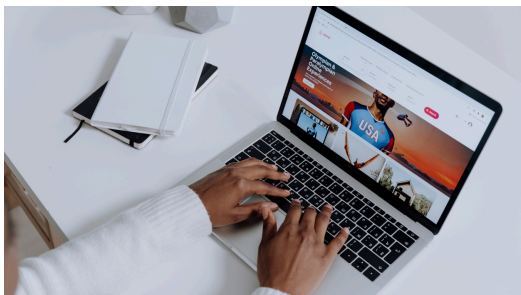
Su tesis, titulada «AI-Powered Insights: Analyzing Visual and Textual Content on Social Media for Destination Marketing Management», explora el potencial de la inteligencia artificial y el big data en la gestión de destinos turísticos. A través de técnicas avanzadas como machine learning, deep learning y web scraping, la investigación analiza el contenido generado por los usuarios en redes sociales para extraer información valiosa sobre sus comportamientos, percepciones y preferencias.

Aunque los resultados obtenidos permiten generalizar hallazgos a distintos contextos turísticos, la investigación se basa en un caso de estudio concreto: la ciudad de León, un destino cultural y gastronómico de referencia en España. A partir de este estudio, se ha desarrollado la plataforma Photo Data Tour Analytics (<https://marketingphotodatatour.unileon.es/>), que permite analizar datos visuales y textuales compartidos por los turistas en redes sociales para optimizar estrategias de marketing de destinos.

El trabajo ha sido dirigido por los doctores Ana María González Fernández (Universidad de León), Pablo Antonio Muñoz Gallego (Universidad de Salamanca) y Nuria González Álvarez (Universidad de León). Además, ha contado con la colaboración de destacados investigadores como el profesor Luis V. Casalo (Universidad de Zaragoza), y el profesor Roman Egger (Austria), cuyo aporte ha sido clave para el desarrollo metodológico del estudio.

Este reconocimiento refuerza la relevancia del uso de inteligencia artificial y análisis de big data en la toma de decisiones estratégicas para la promoción y gestión de destinos turísticos. Asimismo, pone en valor la calidad de la investigación en marketing desarrollada en universidades españolas, consolidando a la Universidad de León en la vanguardia del estudio del turismo digital y la inteligencia artificial aplicada al marketing.

Artículos científicos



Las plataformas de alquiler de corta duración. Especial referencia al derecho de la Unión Europea

Iustel (2024).

El objeto de este trabajo consiste en el análisis de la normativa en materia de plataformas digitales de intermediación de servicios de alojamiento de corta duración, prestando especial atención al Derecho de la Unión Europea.

I. CONTEXTO.

II. NORMATIVA APLICABLE Y CONCEPTO.

III. RESPONSABILIDAD DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS INTERMEDIARIOS:

1. Exención de responsabilidad y excepciones.

2. Vías de detección de una actividad o contenido ilícito.

2.1. Las investigaciones realizadas por las propias plataformas, las notificaciones o denuncias de particulares y de entidades.

2.2. El papel de los alertadores fiables.

3. Las órdenes administrativas y judiciales.

IV. LA OBLIGACIÓN DE INCORPORAR DEL NÚMERO DE REGISTRO ADMINISTRATIVO DE LOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS:

1. Ámbito de aplicación del Reglamento 2024/1028 sobre la recogida y el intercambio de datos relativos a los servicios de alquiler de alojamientos de corta duración.

2. El registro y su procedimiento.

2.1. Contenido.

2.2. Comprobación posterior.

3. Ventanilla única.

4. Régimen sancionador y plazo de adaptación de los ordenamientos nacionales.

V. CONCLUSIONES.

BIBLIOGRAFÍA.



Reviewing the digital skills and readiness of hospitality and tourism graduates: a way of success

Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 17, No. 1 (2025).

Objetivo

El objetivo de este estudio es evaluar las competencias digitales y la preparación de los recién graduados de programas de gestión hotelera y turística en Chipre para puestos de trabajo en la industria hotelera. Busca identificar las deficiencias en sus competencias y ofrecer recomendaciones para mejorar los planes de estudio y adaptarlos mejor a las nuevas demandas del sector.

Diseño/metodología/enfoque

El estudio incluye 19 entrevistas semiestructuradas con graduados de programas de gestión hotelera y turística.

Recomendaciones

Los recién graduados de programas de gestión hotelera y turística poseen habilidades digitales básicas, como el manejo de Microsoft Office (Excel, Word y PowerPoint), plataformas de correo electrónico y herramientas de videoconferencia (Zoom y Skype). Sin embargo, presentan una importante carencia en su experiencia práctica con software específico del sector, como Opera, Fidelio, Booking.com y Expedia, crucial para la operación hotelera. Los graduados mencionaron que estas herramientas solo se abordaron brevemente en sus programas académicos, lo que les deja poco preparados para su aplicación en entornos reales. Además, expresaron la necesidad de una formación más completa en herramientas de marketing digital, plataformas de gestión de redes sociales y sistemas de gestión de relaciones con los clientes.

Originalidad/valor

Esta investigación preliminar busca brindar a los actores del sector, incluyendo a los educadores, una comprensión inicial de la importancia de las competencias digitales y la preparación de los graduados en hotelería y turismo en este ámbito.

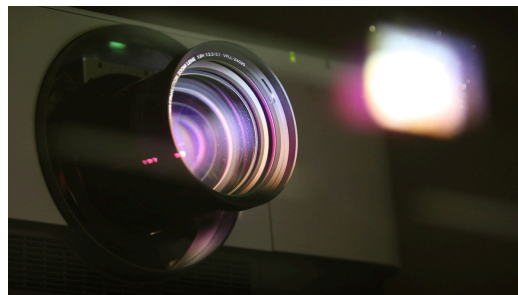
Artículos científicos



The Effects of Age on the Performance of Hotels: Does an Historical Effect Exist?

Cornell Hospitality Quarterly (2025)

Este artículo se centra en la relación entre la antigüedad y el rendimiento de los hoteles, cuestionando la teoría predominante de que el rendimiento de los hoteles disminuye uniformemente con la edad. Utilizando el conjunto de datos más amplio disponible, que abarca más de 3000 hoteles estadounidenses durante los últimos seis años, empleamos un enfoque de métodos mixtos para evaluar si existe una tendencia de rendimiento en forma de U. Nuestro análisis revela un patrón matizado en el que el rendimiento de los hoteles disminuye durante los primeros años de operación, pero mejora después de un punto de inflexión crítico de aproximadamente 40 años, especialmente para hoteles ubicados en grandes áreas metropolitanas, y también en función del estado y la clase de afiliación a la marca del hotel. Los hallazgos sugieren que ciertos hoteles más antiguos desafían los modelos convencionales de depreciación, experimentando un resurgimiento en su rendimiento. Estos hallazgos tienen implicaciones para los investigadores y profesionales del sector hotelero, sugiriendo reevaluar las estrategias de los hoteles más antiguos e informar las decisiones de inversión e impuestos.



Urban morphologies of films on the Spanish Mediterranean coast

BAGE, No. 95 (2025).

El objetivo del presente artículo es establecer una relación entre las morfologías urbanas de las ciudades del arco mediterráneo español (AME) y su representación cuantitativa y cualitativa en el cine de sus características urbanas. Dada la apreciación de pautas históricas comunes en espacios, como los centros históricos y sus posteriores crecimientos, se ha apostado por estos espacios litorales. En ese sentido, se plantea una metodología de revisión bibliográfica para establecer el estado del arte que relaciona las escenas urbanas cinematográficas y las morfologías que son representadas. Para ello, se ha apoyado este estudio en el análisis urbanístico de las morfologías filmadas en varias decenas de películas, que han sido evaluadas y categorizadas a partir de variables como sus elementos arquitectónicos, morfologías, compacidad y emplazamiento, basadas en la taxonomía de Zárate Martín (1991). También se han considerado criterios paisajísticos urbanos que hacen hincapié en las características físicas y morfológicas espaciales como los hitos paisajísticos o los espacios públicos. Además, se han vinculado con elementos cinematográficos como el género o el origen de las producciones. Para ello, se han empleado Sistemas de Información Geográfica y documentación urbana, como la normativa urbanística, para localizar y caracterizar los clips analizados.

Artículos científicos



Home sharing or crime sharing? Evidences of the relationship between Airbnb, crime and structural factors in Malaga, Spain

GIScience & Remote Sensing, Vol. 61, No. 1 (2024).

Las externalidades negativas derivadas del sobreturismo han sido ampliamente reportadas en la literatura. Sin embargo, una consecuencia menos explorada en la investigación científica es el aumento en las tasas de criminalidad derivadas de los altos niveles de turismo. Este artículo analiza la relación entre la concentración de alojamientos Airbnb y la densidad de criminalidad en la ciudad de Málaga (España); tanto la teoría de la desorganización social como la de las actividades rutinarias se utilizan como base teórica. La región en estudio se ha definido eliminando la parte no urbanizada de la ciudad y la unidad de análisis espacial es el distrito censal. La relación entre Airbnb y la delincuencia se ha medido controlando otros factores tradicionalmente relacionados con la delincuencia. Se han empleado dos modelos que tienen en cuenta la naturaleza espacial de los datos: un modelo de mínimos cuadrados espaciales ponderado espacialmente de dos etapas y un modelo de regresión ponderado geográficamente. Los resultados muestran que Airbnb está significativamente relacionado con un aumento en la densidad de criminalidad en el distrito censal, al igual que la proporción de personas nacidas en países con un Índice de Desarrollo Humano inferior a 0,825. La vida nocturna también muestra una relación significativa con la delincuencia en la ciudad, pero esta relación es inversa. No obstante, la variable con mayor vínculo es la propia delincuencia en las secciones censales vecinas. Un aumento de la delincuencia en una región determinada conlleva un aumento de la delincuencia en las secciones censales circundantes. No obstante, el modelo local revela que el impacto de la delincuencia en las unidades adyacentes no se relaciona de la misma manera con la delincuencia local en la región analizada en su conjunto. Se discuten las implicaciones políticas de estos resultados y otros hallazgos que contradicen las teorías criminológicas originales.



Representação da paisagem em painéis azulejares nas estações e apeadeiros de comboio da Área Metropolitana do Porto e envolvente

Cidades, No. 47 (2023).

Las paradas de tren de la red ferroviaria portuguesa son un hito en el patrimonio del país. Su arquitectura es una invitación en muchas ciudades y pueblos no sólo a realizar un viaje, sino también a comprender el territorio en el que se ubican. Muchos de estos espacios pueden ser la primera parada de una visita turística, pero también un espacio de reflexión para comprender la evolución del contexto geográfico cercano y también del que está más alejado. Esta propuesta metodológica ofrece una lectura donde se identifican, catalogan e interpretan los paisajes y elementos culturales representados en los paneles de azulejos desde la perspectiva y comprensión de la arquitectura ferroviaria y de los diseños y formas de expresión artística utilizados para representar los paisajes portugueses. Para esta investigación se utilizó la red ferroviaria urbana de la ciudad de Oporto debido a la cantidad y variedad de elementos para su estudio..

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

Libros

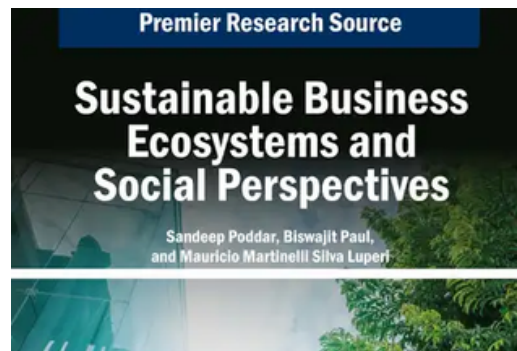


Regenerative Tourism for Social Development

2025

El turismo regenerativo transforma el enfoque actual de los viajes, centrándose en minimizar los impactos negativos y contribuyendo activamente a la restauración y mejora de los entornos, las comunidades y las economías locales. En el contexto del desarrollo social, este enfoque trasciende los beneficios económicos del turismo tradicional, empoderando a las poblaciones locales, preservando el patrimonio cultural y promoviendo la equidad social a largo plazo. El turismo regenerativo busca crear vínculos significativos entre los visitantes y los destinos, garantizando que las actividades turísticas apoyen iniciativas comunitarias, promuevan medios de vida sostenibles y aborden las desigualdades sistémicas. Al fomentar prácticas de viaje responsables, invertir en infraestructura local y apoyar programas educativos y sociales, el turismo regenerativo puede mejorar el bienestar, a la vez que fomenta la resiliencia y la cohesión social.

Turismo Regenerativo para el Desarrollo Social explora las tendencias e innovaciones emergentes en el turismo, destacando cómo pueden transformar el sector en un motor de desarrollo social. Examina la implementación de tecnologías avanzadas, el impacto social del turismo, el turismo regenerativo y la evolución del comportamiento de los viajeros. Este libro abarca temas como el ecoturismo, la sociología y el desarrollo sostenible, y es un recurso útil para profesionales del turismo, empresarios, sociólogos, académicos, investigadores y científicos.



The Role of Social Media in Promoting Sustainable Tourism: Capturing the Hearts and Minds of Millennials

2025

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el impacto de las redes sociales en la promoción del turismo sostenible para la generación millennial. Utilizando un enfoque narrativo, explora las formas y el grado en que las redes sociales influyen en las actitudes, percepciones y comportamientos de los millennials hacia los viajes sostenibles. A través del examen de datos e investigaciones altamente relacionados, los indicadores y expresiones identificados conducen a la conclusión de que no existe una correlación positiva directa entre las redes sociales y el turismo sostenible de esta generación que involucra a los millennials. Los hallazgos demuestran cómo las redes sociales pueden usarse efectivamente para aumentar la conciencia de los mensajes de sostenibilidad mediante la influencia, el contenido generado por el usuario, los mensajes visualmente atractivos y las tácticas de desafío. Esta investigación presenta hallazgos novedosos y proporciona conocimiento adicional de la naturaleza de las redes sociales y el turismo sostenible, beneficioso para la comprensión del objeto de investigación, es decir, cómo las redes sociales influyen en el cambio de comportamiento de la generación millennial.

Tesis



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

Juan Vidal Gil

Esta tesis doctoral plantea un marco conceptual para la toma de decisiones basadas en datos en organizaciones turísticas. El sector turístico tiene una complejidad inherente debido a la participación e interacción de diversos agentes, tanto públicos como privados, a lo largo de su cadena de valor. Esta diversidad se traduce en una gran variedad de datos provenientes de distintas fuentes, cuya gestión representa un desafío. La toma de decisiones en turismo requiere considerar múltiples factores interconectados, aprovechando técnicas de ciencia de datos para obtener información valiosa. Consideramos, por tanto, que las organizaciones del sector turístico precisan de un marco de trabajo sólido que simplifique esta gestión y respalde la toma de decisiones basadas en datos. Esta tesis aborda esta necesidad. Como primer paso para conocer la situación del sector del turismo respecto al uso de datos en la toma de decisiones, se realiza un análisis bibliométrico sobre el uso de fuentes de datos en investigaciones turísticas basadas en datos. Utilizamos los resultados del análisis bibliométrico para identificar los principales temas de investigación turística, las técnicas de análisis de datos utilizadas y las fuentes de información empleadas. Estos conocimientos permiten obtener un marco de referencia inicial sobre el uso del dato en la toma de decisiones en organizaciones turísticas. A partir de este marco de referencia inicial analizamos si se cubren adecuadamente las necesidades actuales de una organización turística orientada al dato, detectando gaps a cubrir. Una vez definida la situación de partida en el marco de referencia inicial e identificadas las necesidades detectadas en el mismo, se define el marco conceptual para la toma de decisiones basadas en datos en una organización turística. Tomando como base este marco conceptual se desarrollan tres casos de uso que servirán de paradigma de aplicación del mismo:

- Detección y análisis de experiencias turísticas a partir de reseñas en línea para la mejora de la gestión de destinos turísticos. Aplicación en la ciudad de Roma.
- Enfoque de criterios múltiples aplicado a la transformación digital de tiendas físicas en el sector turístico. Aplicación en agencias de viajes.
- Plataforma de datos e inteligencia artificial para el posicionamiento de servicios turísticos inteligentes. Aplicación en oficinas de información turística.

AUTOR: D. JUAN VIDAL GIL	DIRECTORES: DR. RAMÓN ALBERTO CARRASCO GONZÁLEZ Y DRA. Mª FRANCISCA BLASCO LÓPEZ
DEFENSA: 28 DE FEBRERO DE 2025	FACULTAD DE COMERCIO y TURISMO. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Tesis



Aplicación de la ciencia de datos al estudio de la sostenibilidad turística: enfoque teórico y análisis empírico de empresas y turistas en España

María Fernanda Bernal Salazar

La Tesis Doctoral integra dos campos en pleno auge y constante evolución: la sostenibilidad y la ciencia de datos. Ambos ámbitos son esenciales para abordar los desafíos actuales y guían la sociedad futura hacia un desarrollo más inteligente, eficiente y consciente con el medio ambiente. Se analiza la sostenibilidad turística mediante la aplicación de la ciencia de datos, desde tres perspectivas: teórica, empresarial y de turistas. Desde el enfoque teórico, se proporciona una visión exhaustiva y actualizada de la investigación sobre sostenibilidad en el turismo, a partir del análisis de 9.449 documentos de la base de datos Scopus. Esto incluye la identificación de temáticas predominantes, emergentes y en declive. Para esto se combina el análisis bibliométrico con una revisión computacional de la literatura a través del modelado de temas.

A nivel empresarial, se analiza la percepción y evolución de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Sostenibilidad Corporativa (SC) en turismo en el ámbito teórico y práctico. Desde el punto de vista teórico, se ofrece una visión detallada de la investigación sobre ambas temáticas mediante una revisión computacional de literatura del 2004 al 2023. Desde una perspectiva práctica, se realiza un estudio empírico en el sector turístico de España, analizando 364 informes corporativos publicados entre 2010 y 2021. Se detectan las áreas clave relacionadas con la gestión de la RSC y SC en el sector, y se examina la frecuencia de uso de términos asociados con cada temática, permitiendo comprender su presencia y relevancia en los informes a lo largo del tiempo. Además, se analiza el contenido textual de las memorias corporativas con el modelo de procesamiento del lenguaje natural (PLN) FinBERT, para cuantificar la importancia que los subsectores y empresas turísticas otorgan a distintos aspectos relacionados con ASG (Ambiental, Social, Gobernanza).

Por último, se evalúa cómo el discurso de los turistas sobre sostenibilidad influye en su satisfacción y valoración de los principales atractivos turísticos de España al escribir reseñas online. Se explora la relación entre la importancia que los turistas otorgan a la sostenibilidad y su nivel de satisfacción reflejada en la calificación otorgada a los atractivos turísticos, usando técnicas de big data y PLN.

AUTORA: MARÍA FERNANDA BERNAL SALAZAR	DIRECTORES: DRA. ELISA BARAIBAR-DIEZ Y DR. JESÚS COLLADO AGUDO
DEFENSA: 6 DE MARZO DE 2025	UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Congresos/conferencias



CALENDARIO

Apr 2025						
MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
31	1 Apr	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
	Routes Europe 2025		responsible business Models for A Greener			
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1 May	2	3	4

Tourism conferences +

Llamada a autores/as



CALL FOR PAPERS

<p>CONGRESOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IX Regional Helix'25 - 15/04/2025 • International Research Workshop on Wine Tourism and Agrifood : Resilience and Transitions - 15/04/2025 • EMAC Fall Conference 2025 - 23/04/2025 • ICOT2025 Annual Conference - 13/05/2025 • TURITEC - 13/06/2025 • Eighteenth International Conference on the Inclusive Museum, University of San Jorge, Zaragoza, Spain- 15/08/2025
<p>ARTÍCULOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Revista Latina de Comunicación Social - 15/11/2025
<p>LIBROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusion and Diversity in Business and Tourism Education - 23/03/2025 • AI and the Digital Media Revolution: Public Relations, Crisis Management, and Journalism - 08/06/2025