



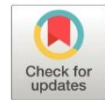


Diagnóstico de la producción científica registrada sobre la transformación digital en el turismo a partir de un análisis bibliométrico

Diagnosis of the registered scientific production on the digital transformation in tourism based on a bibliometric analysis

- ¹ Emilio Enrique Guerra Castellón  <https://orcid.org/emilito042@gmail.com>
Estudiante de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, emilito042@gmail.com
- ² Leanna Karla Sotero Arteaga  <https://orcid.org/lia.sotero2004@gmail.com>
Estudiante de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, lia.sotero2004@gmail.com
- ³ Yasser Vázquez Alfonso  <https://orcid.org/yalfos1@gmail.com>
Doctor en ciencias, Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, yalfos1@gmail.com
- ⁴ Alfredo Rodrigo Colcha Ortiz  <https://orcid.org/0009-0005-2280-5189>
Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), km. 1½ Vía a Guano, Riobamba, 060155, Ecuador. alfredo.colcha@unach.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 18/02/2024

Revisado: 17/03/2024

Aceptado: 05/04/2024

Publicado: 02/05/2024

DOI: <https://doi.org/10.33262/ap.v6i2.1.476>

Cítese:

Guerra Castellón, E. E., Sotero Arteaga, L. K., Vázquez Alfonso, Y., & Colcha Ortiz, A. R. (2024). Diagnóstico de la producción científica registrada sobre la transformación digital en el turismo a partir de un análisis bibliométrico. AlfaPublicaciones, 6(2.1), 46–63. <https://doi.org/10.33262/ap.v6i2.1.476>



ALFA PUBLICACIONES, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://alfapublicaciones.com>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Palabras**claves:**

Transformación digital, turismo, producción científica, análisis bibliométrico.

Keywords:

Digital transformation, tourism, scientific production, bibliometric analysis.

Resumen

La transformación digital es un elemento clave para el desarrollo del sector turístico. El estudio de las investigaciones que abordan la temática merece toda la atención para un correcto desarrollo de las futuras investigaciones y así dedicar mayor atención a los subsectores menos destacados en este tipo de estudios. La presente investigación tiene como objetivo general diagnosticar la producción científica registrada sobre la transformación digital en el ámbito turístico a partir de un análisis bibliométrico. Se emplearon técnicas, herramientas y programas apoyados de la matemática y la estadística como Microsoft Excel, VOSviewer y SPSS con el fin de evaluar la productividad científica y que los resultados contribuyan a la toma de decisiones o el empleo como herramienta de búsqueda para otras investigaciones. El diagnóstico logró identificar que la tendencia investigativa de los autores es abordar la transformación digital en el turismo de manera general, que el subsector turístico menos destacado es referente a las agencias de viajes, el año, el país y las universidades de mayor producción científica, las investigaciones y el investigador más citado y de mayor impacto científico a partir de su índice h (Gretzel Ulrike), así como las bases de datos más vinculadas a las publicaciones.

Abstract

Digital transformation is a key element for the development of the tourism sector. The study of research that addresses the topic deserves all the attention for the correct development of future research and thus dedicate greater attention to the less prominent subsectors in this type of studies. The general objective of this research is to diagnose the registered scientific production on digital transformation in the tourism field based on a bibliometric analysis. Techniques, tools and programs supported by mathematics and statistics such as Microsoft Excel, VOSviewer and SPSS were used in order to evaluate scientific productivity and for the results to contribute to decision making or use as a search tool for other research. The diagnosis managed to identify that the research tendency of the authors is to address the digital transformation in tourism in a general way, that the least prominent tourism subsector is referring to travel agencies, the year, the country and the universities with the greatest scientific production, the most cited

research and researcher with the greatest scientific impact based on their h-index (Gretzel Ulrike), as well as the databases most linked to the publications.

Introducción:

Las tecnologías digitales han potenciado la generación de cambios sustanciales en el comportamiento de la sociedad y la economía. En el entorno empresarial se pueden encontrar diferentes formas de afrontar los retos que traen estos cambios, uno de ellos es a través de la transformación digital que busca, por medio de la tecnología, crear o cambiar de forma notable los productos o procesos, para lograr diferenciarse en el mercado u obtener una ventaja competitiva (Duarte Lesmes, 2020).

Estos cambios del entorno y el desarrollo de Internet en la última década ha permitido al mundo cambiar sistemáticamente hacia una nueva era industrial llamada Industria 4.0. Este concepto, que fue introducido en Alemania en la segunda década del siglo XXI, hace referencia a la industria modernizada motorizada por el uso de Internet que, conectada a través de sensores inteligentes, hace posible usar esta inteligencia en favor de las personas y ha abierto las puertas de la conexión global, el intercambio de información y análisis de datos. De esta manera el término “transformación digital” se ha convertido en un término muy utilizado y responde al desarrollo de diversos campos de investigación (Marcelo Del Do & Pandolfi, 2023).

El auge de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), así como el desarrollo de innovadoras tendencias tecnológicas, durante los últimos años, ha generado grandes transformaciones en diversos sectores de la economía. Debido a esto, (Duarte et al., 2016) afirmaba que:

Actualmente en todos los sectores de la sociedad, el uso de la tecnología ha trascendido en cada aspecto de la vida, tanto a nivel personal como laboral, la Internet se ha convertido en un canal por excelencia para la comunicación. A nivel empresarial se está convirtiendo en el medio principal para la captación de clientes, ello ha generado nuevos modelos de negocios centrados en la experiencia del nuevo cliente digital. Como consecuencia de esta nueva estrategia, las empresas, deben adaptarse a las nuevas tecnologías para poder subsistir, para ello deben permitir que la Transformación Digital sea su gran aliado, lo que presupone tener una relación directa con el consumidor final. Esta Transformación conlleva cambios estructurales que van mucho más allá de un producto o un departamento de tecnología, es un cambio de cultura de toda la empresa y sus empleados, que los adapte a las nuevas realidades que exigen los clientes. En otro orden de ideas,

el sector turístico no escapa de este proceso transformador, donde la adaptación digital no ha sido opcional, sino una condición indispensable para dar respuesta a las nuevas demandas de los consumidores.

La transformación digital es el proceso de cambio que una empresa ha de emprender para adaptarse al mundo digital, combinando la tecnología digital con sus conocimientos y algunos procesos tradicionales, para lograr diferenciarse y ser más eficiente, competitivo y rentable. Debe estar acompañada de una evolución mental para abrirse a este nuevo concepto. Para ello, debe estar fundamentada en la nueva tecnología digital y los individuos transformados por la tecnología o los comportamientos de los empleados sobre la nueva tecnología (Martínez Buleo, 2016). Según acota (Cabrera et al., 2023), es una ventaja competitiva que permite remodelar el modelo de negocio de los emprendedores a través de las tecnologías, ya que permite mejorar procesos, simplificar la comunicación, adquirir y analizar datos, con la finalidad de dar soluciones a las demandas de un mercado hiperconectado.

Es una gran oportunidad para las empresas para ser más competitivas y ajustarse a las demandas de la economía digital y los clientes actuales. Todas las compañías deben aprovechar las oportunidades que ofrecen tecnologías innovadoras como el Big Data, Internet de las Cosas (IoT), Cloud Computing, Inteligencia Artificial, sitios web, redes sociales, entre otras, para transformarse y adaptarse a un nuevo escenario, que es el que demanda el cliente actual. La transformación digital les va a permitir ganar productividad, implantar nuevos modelos de negocio e infinitas oportunidades (Ruiz Jhones et al., 2022).

Actualmente en todos los sectores de la sociedad, el uso de la tecnología ha trascendido en cada aspecto de la vida, tanto a nivel personal como laboral, la Internet se ha convertido en un canal por excelencia para la comunicación. A nivel empresarial se está convirtiendo en el medio principal para la captación de clientes, ello ha generado nuevos modelos de negocios centrados en la experiencia del nuevo cliente digital (Duarte et al., 2016). “Consumidores, cada vez más acostumbrados a interactuar a través de medios digitales para compartir información sobre sí mismos, relacionarse con la Administración, comprar en línea o acceder a nuevos servicios” (Cuesta et al., 2015).

En el sector turístico, la transformación digital no es una opción, sino un imperativo, tanto para alcanzar un incremento sostenido de visitantes como en la mejora continua del servicio que se presta al cliente. La digitalización centrada en el turista es una condición indispensable para poder responder a las demandas crecientes de los consumidores y mantenerse siendo competitivos. Desde la administración de las instalaciones hoteleras, se precisa realizar un monitoreo permanente del funcionamiento de los procesos operacionales internos y de los servicios que se ofrecen al turista mediante el uso de las tecnologías digitales. En este escenario la experiencia del cliente, cada vez más inmerso en la tecnología digital, constituye un elemento clave (Delgado Fernández et al., 2022).

El sector de los servicios turísticos ha sido uno de los que más ha notado el impacto de la transformación digital a lo largo de los años, provocando que tenga que reinventarse y adaptarse a lo que comúnmente conocemos como la nueva era digital. Este impacto ha sido a todos los niveles, ya que ha afectado a hoteles, servicios de transporte, museos, empresas de actividades de ocio y sobre todo a las agencias de viajes, que son las más afectadas, ya que el uso extendido de Internet y la rapidez y facilidad de su uso ha creado distintos hábitos en los consumidores que anteriormente solían buscar información sobre los servicios y hacer sus reservas mediante agencias de viajes, vía telefónica o de manera presencial y que ahora, en muchos casos, hacen esto de manera independiente (Solano Rubio, 2020).

Sin embargo, este fenómeno en el Turismo trajo consigo ciertos desafíos; en este orden de ideas, (Serna, 2021) planteó que una de las principales barreras de la implementación es la estructura organizativa rígida y jerarquizada de las empresas, porque esto no permite que puedan enfrentarse correctamente a los desafíos estratégicos, ni a la utilización de redes sociales y no permite la generación de nuevos modelos de gestión empresarial y canales de comunicación para ofrecerle al cliente una experiencia renovada y futura. La rápida evolución de la tecnología plantea interrogantes sobre cómo aprovechar al máximo las nuevas oportunidades digitales, y cómo enfrentar los retos relacionados con la seguridad de datos y sostenibilidad. Además, también se evidencia que la falta de información con respecto a este tema constituye una gran barrera a los beneficios que ofrece la transformación digital en este sector.

Ante esta situación problemática, resulta esencial tener conocimiento acerca de la producción científica registrada sobre dicho tema para el correcto desarrollo de futuras investigaciones y así dedicarles una mayor atención a los subsectores menos desarrollados dentro de este tipo de estudios.

Es por ello, que la presente investigación se plantea como objetivo general analizar la producción científica registrada sobre la transformación digital en el turismo a partir de un análisis bibliométrico con el uso de técnicas, herramientas y programas apoyados de la matemática y la estadística como Microsoft Excel, VOSviewer y SPSS con el fin de evaluar la productividad científica y lograr la matematización de los resultados para la toma de decisiones o el empleo como herramienta de búsqueda para futuras investigaciones.

Los resultados esperados de este diagnóstico son la identificación de las principales tendencias y temas de investigación dentro de este campo, la evaluación de la productividad científica de sus autores y las instituciones de esta área, el análisis de las principales revistas y conferencias que hayan publicado acerca de este tema, el descubrimiento de relaciones entre investigadores, organizaciones y la clasificación de

los subsectores menos destacados en las investigaciones sobre la transformación digital en el turismo.

Materiales y métodos:

Para desarrollar esta investigación se efectuó una búsqueda bibliográfica, de la siguiente forma: ingresar palabras claves como transformación digital en el turismo, transformación digital en destinos turísticos, transformación digital en hoteles, transformación digital en AAVV, usando los operadores de búsqueda (comillas e intitle), tanto en idioma español como en inglés, en el buscador de Google y Google Académico con el afán de encontrar las investigaciones más visibles en internet que respondieran a estos criterios y posibilitar la identificación de los fundamentos teóricos-conceptuales, la determinación y análisis. Posteriormente, se guardan todas las investigaciones en la biblioteca, la cual da opción de exportarlas con los metadatos correspondientes a un libro de Excel. El método utilizado para recopilar, analizar e interpretar los datos es el método estadístico. De los resultados encontrados se determinó un total de 67 investigaciones que respondían a estos criterios de búsqueda.

Herramientas empleadas:

- Revisión bibliográfica: Propició la identificación de los indicadores bibliométricos bajo los que se registró el estudio de las 67 publicaciones estudiadas. De esta se determinaron un total de 12 indicadores bibliométricos de evaluación.
- Programa informático para el análisis de datos Microsoft Excel: Mediante este programa se tabuló toda la información de las investigaciones estudiadas en coordinación con los indicadores de evaluación, lo que permitió posteriormente el análisis de los datos obtenidos.
- Programa informático estadístico SPSS: con el empleo de este programa se procesaron todos los resultados obtenidos de las investigaciones y se generaron los gráficos para el posterior análisis.
- Programa informático VOSviewer: su uso permitió hacer mapas científicos tanto de calor como de redes para buscar tendencias, principales palabras claves empleadas, así como los países de mayor producción científica.

Resultados:

Los resultados arrojados por la investigación recogen una muestra de 67 publicaciones desde 2013 a 2023. Los indicadores de evaluación se muestran en la tabla 1:

Tabla 1
Indicadores bibliométricos

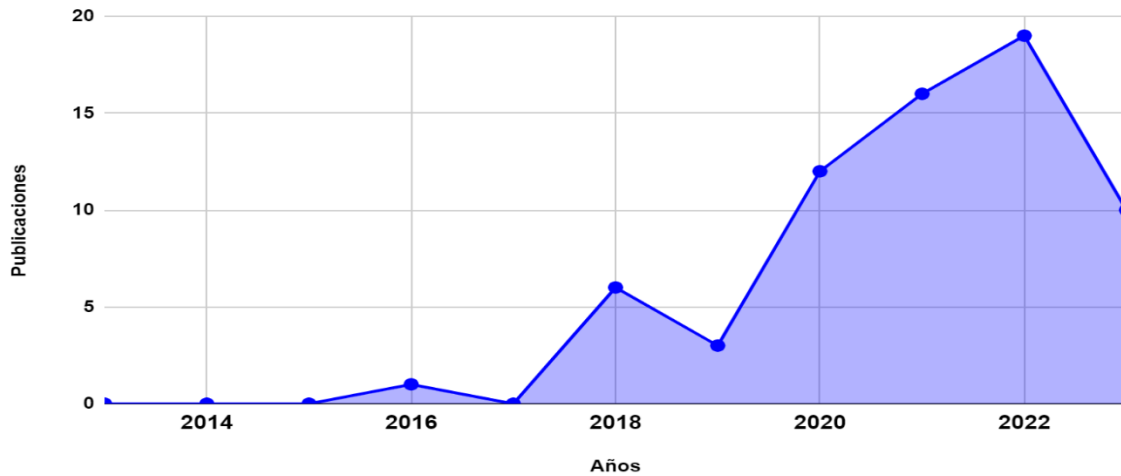
Clasificación	Indicador	Descripción
Descriptivo	<i>Año</i>	<i>Recoge los años correspondientes a cada publicación</i>
	<i>Autores</i>	<i>Recopila los autores de las investigaciones estudiadas</i>
	<i>País</i>	<i>Estudia los distintos países de procedencia de las publicaciones</i>
	<i>Fuente asociada</i>	<i>Muestra las diferentes revistas, sitios web o repositorios que publicaron la investigación</i>
	<i>Universidad</i>	<i>Señala la Universidad que estuvo vinculada con la investigación</i>
De impacto	<i>Número de citas de la investigación</i>	<i>Presenta la cantidad de veces que ha sido citada una investigación o artículo</i>
	<i>Número de citas del autor</i>	<i>Indica cuántas citas ha recibido un autor</i>
	<i>Índice h del autor</i>	<i>Indicador de productividad e impacto que representa una estimación de cuántas publicaciones del autor han recibido al menos h citas cada una</i>
Subsector turístico	<i>Turismo</i>	<i>Evalúa las investigaciones que centran su estudio en la transformación digital de manera general en el sector</i>
	<i>Destinos turísticos</i>	<i>Examina las investigaciones que centran su estudio en la transformación digital de destinos turísticos</i>
	<i>Hoteles</i>	<i>Considera las investigaciones que centran su estudio en la transformación digital en instalaciones hoteleras</i>
	<i>Agencias de viajes (AAVV)</i>	<i>Determina las publicaciones que centran su estudio en la transformación digital de agencias de viajes</i>

Fuente: Elaboración propia.

Las investigaciones obtenidas recogen una muestra de evolución investigativa en términos de transformación digital y turismo, desde el 2013 al 2023, tal y como refleja la figura 1.

Figura 1

Evolución de los estudios de transformación digital en el turismo 2013-2023.

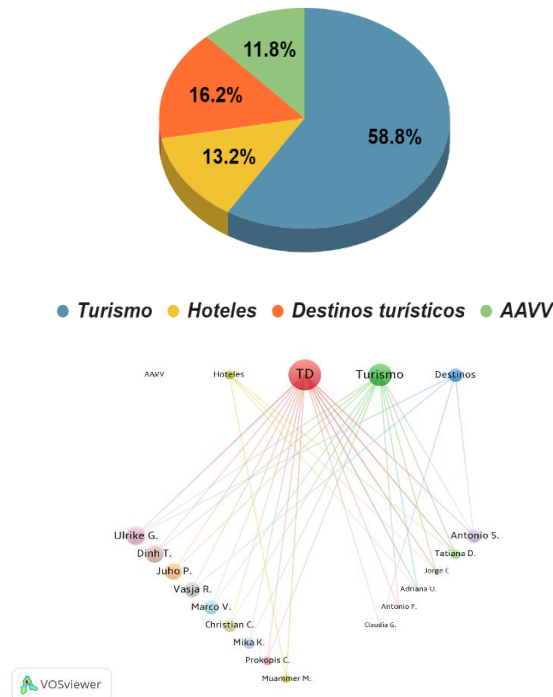


Fuente: Elaboración propia.

En esta figura 1 se demuestra la evolución de las investigaciones en el período de 2013 al 2023. En los primeros cinco años desde el 2013-2018 se aprecia una baja evolución debido a que los tres primeros años fueron inactivos, en el 2016 se observa la aparición de la primera publicación referente al tema, lo que indica un inicio en las actividades de investigación, en el 2017 no se publicó y en el 2018 se produce el primer gran ascenso exponencial en la actividad investigativa con 6 trabajos registrados. En este período se realizaron 7 investigaciones, diferencia notable comparada con la segunda etapa de estudio del 2019-2023 en la que se encontraron un total de 60, que representa el 89% de los estudios realizados, siendo el tramo de 2019 a 2022 la segunda y mayor fluctuación de crecimiento producida hasta el momento con 50 proyectos alcanzados, en el que se encuentra el año de mayor producción científica (2022) con 19 informes encontrados.

Figura 2

Distribución de las investigaciones por subsector turístico-tendencia investigativa general y de los autores más citados.

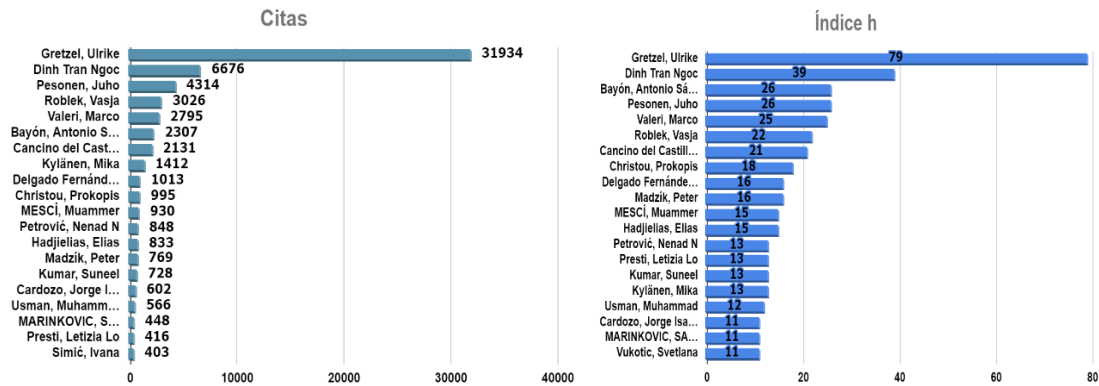


Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2 se evidencia el porcentaje de investigaciones registradas por subsectores, las tendencias investigativas generales y la de los autores con mayor cantidad de citas alcanzadas en Google Académico, del lado izquierdo los que publicaron en inglés y del lado derecho los que lo hicieron en español. En esta se prueba que la tendencia general de los investigadores es elaborar informes sobre la transformación digital en el sector turístico de manera general con un registro de 40 trabajos investigativos, cifra que representa el 58.82% del total. Asimismo, es relevante destacar que los trabajos referentes a agencias de viajes son escasos con tan solo 8 proyectos registrados. Por otra parte, el mapa mostrado por VOSviewer indica exactamente lo planteado anteriormente, en el que representa la mayor cantidad de conexiones o redes de los autores más citados con las palabras claves Transformación Digital y Turismo. En la figura 3 se especifica con mayor precisión los autores tanto de habla española e inglesa con más citaciones e índice h alcanzado. Se destaca, sin lugar a dudas, que el investigador de mayor impacto en la producción científica es Gretzel Ulrike con un índice h significativamente alto de 79.

Figura 3

Citas e índice h de los principales autores.



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 que a continuación se presenta se recogen las investigaciones más citadas, separadas por subsectores dentro del turismo, especificados en la tabla 1.

Tabla 2

Investigaciones más citadas por subsector turístico.

Turismo	Destinos	Hoteles	AAVV
The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations-Gretzel (2021) Citas: 48	Digital Transformation in the Function of Improving the Competitiveness of the Republic of Serbia in the Tourism Sector-Simić & Matović (2018) Citas: 11	Modelo de implementación de proyectos de Transformación Digital en Hoteles Boutique-Forero (2020) Citas: 1	Towards digital transformation of travel agencies: evaluation of determinants using fuzzy AHP approach-MARINKOVIC & PETKOVIC (2020) Citas: 2
Digital transformation in tourism: Modes for continuing professional development in a virtual community of practice-Marx et al. (2021) Citas: 26	Plan de Transformación Digital para la Promoción Turística en el Viceministerio de Turismo-Cabra Salinas et al. (2021) Citas: 10	Resultados de una revisión sistemática de la literatura acerca de la transformación digital en el sector de alojamiento y hospedaje-Riveros & Zapata (2021) Citas: 1	Prototipado Tecnológico: Diseño de soluciones para transformación digital del sistema productivo. sistema de gestión de ventas y viajes para agencias de turismo minoristas-Rodríguez (2021) Citas: 1
Management and leadership for digital transformation in tourism-Pesonen (2020) Citas: 20	Enhancing the Competitiveness of Destination Bulgaria through Digital Transformation in Tourism-Kazandzhieva (2021) Citas: 4	Transformación digital para pymes de alojamiento y hospedaje de boyacá usando metodologías ágiles-Riveros & Zapata (2021) Citas: 1	Transformación digital para el crecimiento empresarial en las agencias de viaje y turismo. Una revisión sistemática entre los años 2010-2020-Cadenas (2020) Citas: 1
Digital transformation in tourism-Konstantinova (2019) Citas: 18	Impact analysis of digital transformation of the energy sector economy on hospitality industry-Torkunova & Khabrieva (2020) Citas: 4	Diagnóstico de transformación digital en hotelería: caso de estudio en el Hotel Nacional de Cuba, Revista Universidad y Sociedad-Delgado (2022) Citas: 1	Barreras para implementar estrategias de transformación digital en las agencias de viajes de la ciudad de Medellín-Moreno & Vélez (2022) Citas: 0

Tabla 2
Investigaciones más citadas por subsector turístico (continuación)

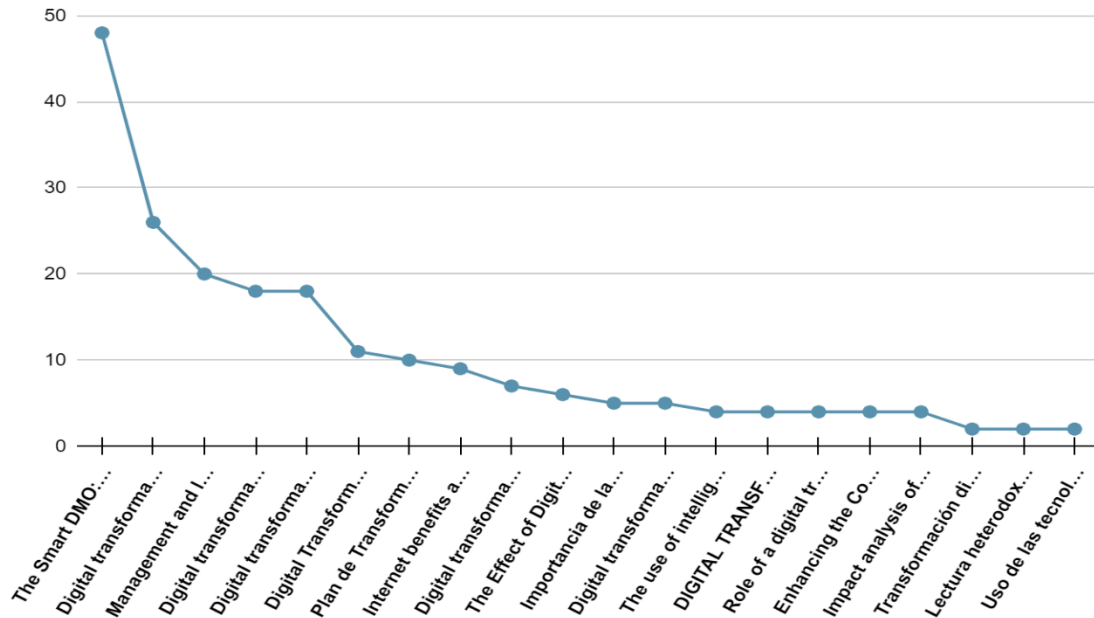
Turismo	Destinos	Hoteles	AAVV
Digital transformation in the Chilean lodging sector: Opportunities for sustainable businesses-Farías & Cancino (2021) Citas: 18	Transformación digital del turismo en América Latina-Voronkova (2020) Citas: 2	Digital transformation in tourism: Examining the perspectives of hotel managers- Muammer (2021) Citas: 1	Digital Transformation in Tourism: Capturing the Perspective of a Travel Agency-Liyushiana et al. (2023) Citas: 0
Internet benefits and digital transformation applying in boosting tourism sector and forecasting tourism management revenue-Anh & Dinh (2021) Citas: 9	Transformación Digital de las Mipymes de Turismo de Naturaleza en el Valle del Cauca-Giraldo (2018) Citas: 1	Transformación digital. Caso de estudio: sector hotelero de Santander-Duarte L. (2020) Citas: 0	El impacto de la transformación digital y las OTAs en los canales de venta de las agencias de viajes en Miraflores, Lima-2020-Segovia (2020) Citas: 0
Digital transformation of tourism-Pindžo & Brjaktarović (2018) Citas: 7	Modelo de transformación digital para la creación de destinos turísticos inteligentes caso de estudio: Támesis-Jaramillo et al (2020) Citas: 1	Habilidades digitales para la hotelería: el impacto de la transformación digital en el sector-Luis (2022) Citas: 0	Digital Transformation in Travel Agencies—The Opinion of Portuguese Travelers-Mota et al. (2022) Citas: 0
The Effect of Digital Transformation on Innovation and Entrepreneurship in the Tourism Sector: The Case of Lebanese Tourism Services Providers-Sinno (2019) Citas: 6	La transformación digital y la influencia de la inteligencia de negocios en las empresas del sector de turismo de reuniones en México-Morales (2022) Citas: 1	El rol de la transformación digital en las prácticas de comercialización del sector hotelero colombiano-Valderrama & De La Espriella (2022) Citas: 0	Analysing the impact of digital transformation on corporate travel management-Yang (2020) Citas: 0
Importancia de la Transformación Digital en Pequeñas y Medianas Empresas de Turismo Accesible-Duarte (2016) Citas: 5	Transformación Digital en Operadores Turísticos del Ecuador-Toscano (2021) Citas: 0	Acercamiento a la transformación digital en un grupo de hoteles Mipymes del Caribe colombiano-Cardozo J (2022) Citas: 0	
Digital transformation model for the development of tourism companies-Pumaleque et al. (2021) Citas: 5	Pachavita-Boyacá: transformación digital para el turismo alternativo-Martínez & Páez (2022) Citas: 0		
The use of intelligent automation as a form of digital transformation in tourism: Towards a hybrid experiential offering-Prokopis et al. (2023) Citas: 4	DIGITAL TRANSFORMATION IN VIETNAM TOURISM: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES-Duc (2022) Citas: 0		
DIGITAL TRANSFORMATION IN TOURISM: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES- Kindzule & Zevverte (2022) Citas: 4	THE FACTORS IMPACTING ON TOURISM HUMAN RESOURCE DIGITAL TRANSFORMATION IN HO CHI MINH CITY-Bao & Chanh (2022) Citas: 0		

Fuente: Elaboración propia.

La figura 4 delimita las investigaciones que más citas han alcanzado en el período analizado dentro de la producción científica.

Figura 4

Investigaciones más citas dentro de la producción científica.



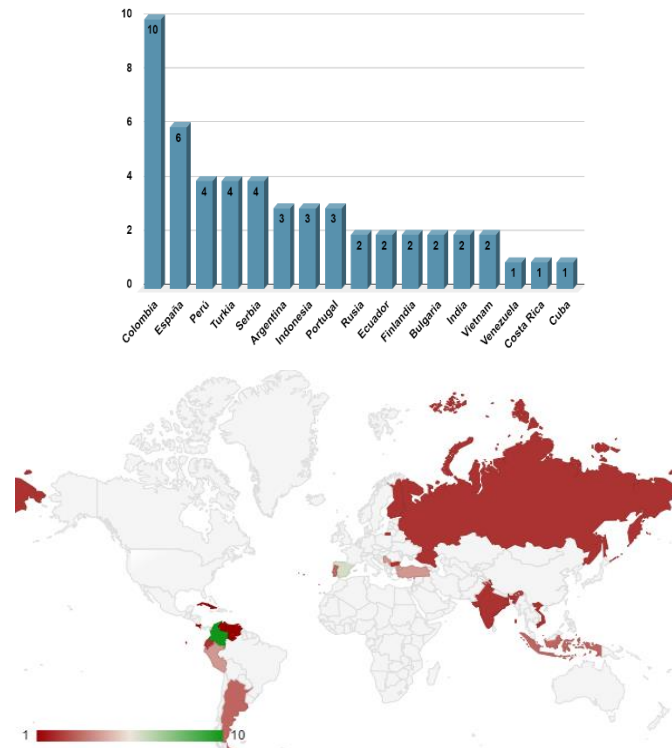
Fuente: Elaboración propia.

De manera general, el 25,37% de los 67 proyectos investigativos tienen un mayor número de citas con respecto al promedio de citas ($\bar{X}=3.40$). El resto de ellas tienen dos, una o ninguna cita, por lo que la mayoría de los trabajos, todavía no han alcanzado un gran impacto en la comunidad científica. La investigación con más citas alcanzadas (28) fue *“The Smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations”* de Gretzel Ulrike, en idioma Inglés, donde aborda los destinos inteligentes como un paso hacia la transformación digital en el Turismo. Por encima de las diez citas se encuentran: *“Digital Transformation in the Function of Improving the Competitiveness of the Republic of Serbia in the Tourism Sector”*, *“Digital transformation in the chilean lodging sector: Opportunities for sustainable businesses”*, *“Digital transformation in tourism”*, *“Management and leadership for digital transformation in tourism”* y *“Digital transformation in tourism: Modes for continuing professional development in a virtual community of practice”*.

En la figura 5 se expresa el volumen de las investigaciones objeto de estudio de los países de origen más destacados.

Figura 5

Volumen de investigaciones por países de origen.

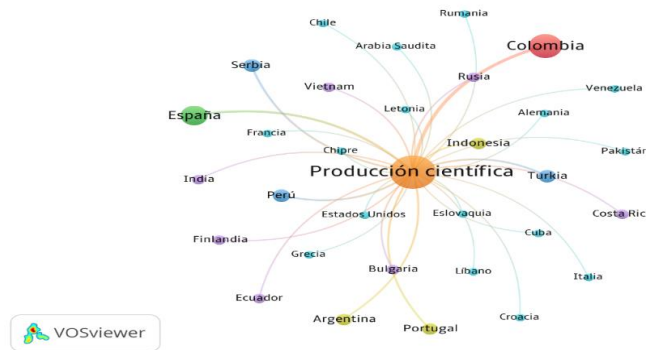


Fuente: Elaboración propia.

Se determinaron un total de 31 países, indicados cada uno en la figura 6, en los cuales se ha abordado el tema de la transformación digital en el turismo; en primer lugar y con un total de 10 publicaciones en 10 años es Colombia, país que en los últimos años ha mostrado un ascenso en la elaboración de trabajos científicos referentes al tema abordado. Posteriormente, le siguen España, Perú, Turquía y Serbia con 6 y 4 investigaciones publicadas respectivamente, países con alto potencial turístico y con interés en crecer y desarrollar el sector, especialmente, España, el cual a lo largo de la historia ha mostrado un gran interés por el desarrollo de proyectos investigativos enfocados al turismo y buscar cada año mantenerse en la cima de la producción científica enfocada a este importante sector económico. Entre estos cinco primeros países se cubre el 42,42% de las investigaciones publicadas.

Figura 6

Producción científica referente a la Transformación Digital en el Turismo por países de origen.

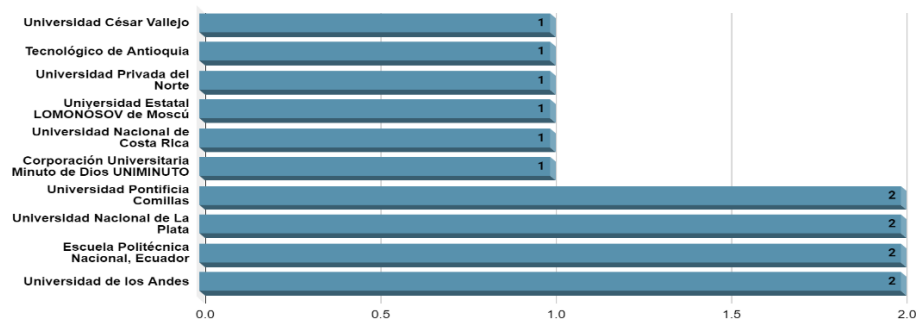


Fuente: Elaboración propia.

En la figura 7 se relacionan las universidades que se destacaron en la producción científica, las cuales fueron la Universidad de los Andes (colombiana), la Escuela Politécnica Nacional de Ecuador, la Universidad de La Plata y la Universidad Pontificia Comillas con dos investigaciones registradas por cada una de ellas respectivamente. De forma general, es evidente que no sobresale, hasta el momento, una institución superior educativa en el desarrollo de proyectos de investigación que guarden relación con la temática seleccionada para el estudio.

Figura 7

Universidades destacadas en la producción científica referente a la Transformación Digital en el Turismo.

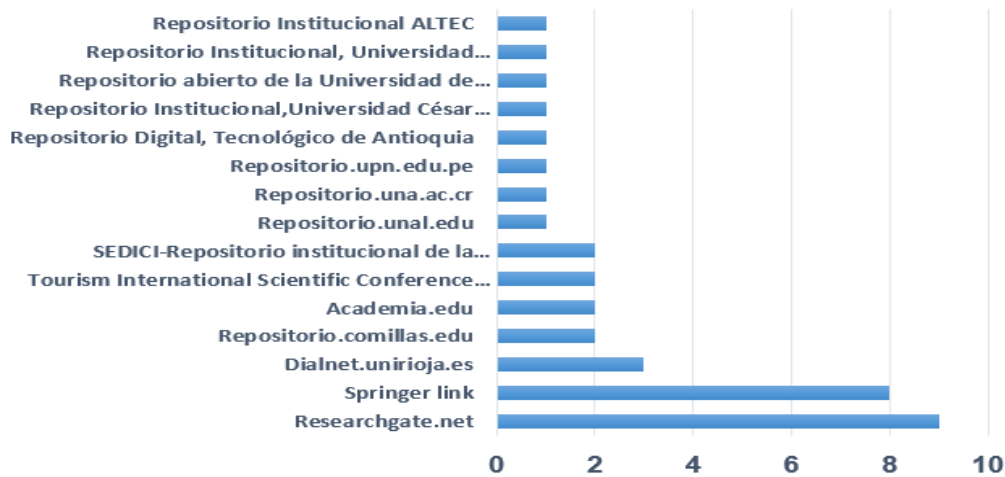


Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la figura 8 se evidencian las diferentes revistas, sitios web o repositorios que estuvieron vinculados con las publicaciones investigativas. Se detectaron que las bases de datos más activas en este sentido fueron Researchgate y Springer Link con 9 y 8 investigaciones publicadas.

Figura 8

Bases de datos vinculadas a la producción científica referente a la Transformación Digital en el Turismo.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La realización de la investigación, facilitó analizar la producción científica registrada sobre la transformación digital en el turismo a partir de un análisis bibliométrico, lo cual permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- Lo más importante de este análisis fue arribar a resultados positivos que contribuyen a la toma de decisiones de los investigadores o que sirven como herramienta para buscar una bibliografía confiable y de impacto científico respecto a la disciplina.
- Lo que más contribuyó a analizar esta producción científica fue Google Académico, una base de datos de investigadores totalmente gratuita, que da la opción de crear una biblioteca para guardar las investigaciones y después exportarlas a un libro de Microsoft Excel para el posterior análisis de datos.
- Lo más difícil en la elaboración de este proyecto investigativo fue recopilar algunos metadatos adicionales como los países de los trabajos, las universidades, las citas y el índice h, porque hay que acceder a las investigaciones y los sitios web para hacer una búsqueda exhaustiva para lograrlo.
- En relación a lo anterior, es importante señalar que existen páginas web que sí dan directamente todos estos datos para exportar a un libro Excel como son Scopus y la Web de la Ciencia, pero no están disponibles en la zona geográfica.

- Los estudios relacionados a la transformación digital en el turismo no han alcanzado un ascenso definitivo, sino que todavía están en plena evolución y queda mucho trabajo por delante.
- Las investigaciones relacionadas con este tema tuvieron un aumento considerable en la segunda mitad del periodo analizado (2019-2023) en comparación con la primera (2013-2018). También se evidenció que el 2022 fue el año que mayor producción científica tuvo.
- Los subsectores turísticos como las agencias de viajes, los destinos turísticos y los hoteles necesitan un mayor desarrollo investigativo centrado en la transformación digital y en el desarrollo de estrategias, tendencias tecnológicas, buen uso de redes sociales, sitios web y otras herramientas digitales que contribuyan en este sentido.

Conflicto de intereses

No existe conflicto de intereses.

Referencias bibliográficas

- Cabrera et al., D. (2023). La transformación digital en la gestión de emprendimientos e innovación y su impacto de confiabilidad a los consumidores en la provincia de Tungurahua. *Espíritu Emprendedor TES*, p. 24.
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). La transformación digital de la banca. *ResearchGate*, p.2.
- Delgado Fernández, T., Castro Díaz, A., & Ash Hernández, G. (2022). Diagnóstico de transformación digital en hotelería: caso de estudio en el Hotel Nacional de Cuba. *Revista Universidad y Sociedad*, p. 542.
- Duarte et al., G. (2016). Importancia de la Transformación Digital en Pequeñas y Medianas Empresas de Turismo Accesible. *ResearchGate*, p. 43.
- Duarte Lesmes, A. (2020). Transformación digital. Caso de estudio: sector hotelero de Santander. *Repositorio de la Universidad Nacional de Cantabria*, p. 5.
- Marcelo Del Do, A., & Pandolfi, D. (2023). Desafíos de la Transformación Digital en las PYMES. *Informes Científicos Técnicos-UNPA*, 200-229.
- Martínez Buleo, J. (2016). *La transformación digital y su repercusión en las empresas (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de Valencia)*.
- Ruiz Jhones, A., Delgado Fernández, T., Febles Estrada, A., & Estévez Velarde, S. (2022). *Habilitando la Transformación Digital*. La Habana: Tomo I.

Serna, E. (2021). *DESARROLLO E INNOVACIÓN EN INGENIERÍA*. Medellín: Editorial Instituto Antioqueño de Investigación.

Solano Rubio, C. (2020). *El uso de las redes sociales en el sector hotelero de la región de Murcia*. Universidad Politécnica de Cartagena.



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Alfa Publicaciones**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Alfa Publicaciones**.



Indexaciones

