

Artículo de investigación

Recibido: 29-04-2025 Aceptado: 16-06-2025

Teoría y economía del turismo

Análisis de la producción científica sobre la inteligencia artificial en el sector turístico

Analysis of the scientific output on artificial intelligence in the tourism sector

1. *Rhianny Muñiz Sanamé*

Universidad de Matanzas, Km 3 ½ Matanzas, Cuba

(rmuniz0009@gmail.com) ID ORCID: <http://orcid.org/0009-0003-7511-8214>

2. *Nayelis Montes de Oca Mesa*

Universidad de Matanzas, Km 3 ½ Matanzas, Cuba

(nayelismontesdeoca3oca3@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2524-2081>

3. *Gabriela Lugones Fernández*

Universidad de Matanzas, Km 3 ½ Matanzas, Cuba

(gabrielalugones008@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-1012-5532>

4. *Manuel Marrero Marrero*

Universidad de Matanzas, Km 3 ½ Matanzas, Cuba

(manuelmarrero25@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7878-5204>

Resumen

La Inteligencia Artificial (IA) surgió como un concepto ambiguo de las informáticas y ahora se utiliza en muchos ámbitos de la vida. Ha despertado el interés del mundo académico por sus perspectivas y alternativas a problemas complejos. El objetivo de la presente investigación es evaluar el progreso sobre los temas de investigación de la IA en el ámbito del turismo recogidos en la base de datos de Scopus. Se llevó a cabo una investigación cuantitativa, con un enfoque retrospectivo y descriptivo, a partir de un estudio bibliométrico en el período 2021-2024. El pico de investigaciones fue 354. El país más productor fue China. Se identificaron cuatro líneas de investigación. El exhaustivo marco de conocimientos y las futuras líneas de investigación facilitan al lector una rápida comprensión de la evolución general y le inspiran para buscar temas específicos de forma eficiente y eficaz.

Palabras clave: bibliometría, inteligencia artificial, turismo

Abstract

Artificial Intelligence (AI) emerged as an ambiguous concept in computer science and is now used in many areas of our lives. It has attracted the interest of academia for its alternative perspectives to complex problems. The aim of the present research is to assess the progress on AI research topics in the field of tourism in the Scopus database. Quantitative research, with a retrospective and descriptive approach, was conducted on the basis of a bibliometric study in the period 2021-2024. The peak number of research papers was 354. The top producing country was China. Four lines of research were identified. The comprehensive knowledge framework and future lines of research provide the reader with a quick understanding of the overall development and inspires the reader to search for specific topics efficiently and effectively.

Keywords: bibliometrics, artificial intelligence, tourism

Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el turismo, también conocidas como turismo electrónico, han abierto una nueva era en la industria turística y hostelera contemporánea. Las TIC permitieron a los investigadores evaluar el comportamiento de los turistas a través de sistemas inteligentes mucho más rápidamente y les permitieron manejar una gran cantidad de datos procedentes tanto de los turistas como de los destinos. Las TIC también afectaron radicalmente el comportamiento de los turistas (Buhalis, 2003) cambiando la forma en que los turistas consumen, compran y comparten sus experiencias (Gretzel et al., 2006). Los turistas y los proveedores de servicios tuvieron la oportunidad de acceder a información relevante de forma más precisa, con una mayor movilidad y un mayor proceso de toma de decisiones, adquiriendo finalmente una experiencia turística más favorable (Gretzel, 2011).

Teniendo en cuenta los avances de las TIC, la Inteligencia Artificial (IA) se considera la próxima etapa de la industria turística (Bowen & Whalen, 2017; Gajdošík & Marciš, 2019; Kazak et al., 2020). La IA es conocida por sus sofisticadas capacidades informáticas, ya que puede tratar complejas relaciones y problemas entre diferentes conceptos (Pannu, 2015) y puede trabajar fácilmente con una gran cantidad de datos (Inanc-Demir & Kozak, 2019). En términos generales, un sistema de IA percibe información externa, la comprende, actúa a su vez para alcanzar determinados objetivos y aprende de su propia experiencia (Ferràs et al., 2020). La IA funciona de forma similar a un cerebro humano, ya que piensa, aprende, toma decisiones e inferencias a través de datos dados mediante el uso de máquinas inteligentes. El principal objetivo de la IA es permitir que las máquinas realicen tareas automáticamente sin necesidad de un cerebro humano (Singh et al., 2020).

Desde finales de los años noventa, los estudios de IA se han aplicado a la investigación turística para predecir la ocupación hotelera y la demanda turística (Law, 1998, 2000). Posteriormente, los investigadores utilizaron la IA en diferentes tipos de investigaciones, como la gestión de recursos en empresas turísticas (Casteleiro-Roca et al., 2018), examinar los datos de las redes sociales y las reseñas en línea (Kirilenko et al., 2017; TOPAL & UÇAR, 2018), previsión de flujos y llegadas de turistas (Zhang et al., 2020), evaluación de la satisfacción del turista mediante el reconocimiento de la expresión facial (González-Rodríguez et al., 2020), y hacer recomendaciones inteligentes (Zheng et al., 2020). Los modelos de IA se utilizan cada vez más en los estudios turísticos porque estos modelos tienen mucha más flexibilidad y pueden utilizarse para estimar relaciones no lineales sin los límites de los métodos tradicionales (Hadavandi et al., 2011).

Aunque la IA promete soluciones totalmente alternativas para problemas potenciales y prospectivos del turismo, gracias a sus avanzadas capacidades informáticas y de resolución de

problemas faltan investigaciones académicas sobre la IA en el contexto del turismo (Gajdošík & Marciš, 2019; Popesku, 2019)

Las conclusiones de este estudio tienen varias implicaciones útiles. Para los sociales e investigadores del turismo interesados en la IA, el estudio ofrece una visión general del tema en lo que se refiere a estudios clave, autores, colaboraciones y temas emergentes. Como campo emergente e interdisciplinario, la IA puede aportar distintos puntos de vista a las ciencias sociales y ayudarnos a comprender cuestiones sociales complejas (Pavaloiu et al., 2017). Especialmente en contexto turístico, este tipo de visión puede ofrecer perspectivas útiles ante crisis y situaciones caóticas como pandemias o catástrofes mundiales (Ritchie, 2004). Por otra parte, este estudio puede afectar a las futuras tendencias de investigación y la carrera profesional de los investigadores (Law et al., 2010). Los gestores turísticos también pueden beneficiarse de las capacidades de la IA, como la computación compleja y el tratamiento de grandes volúmenes de datos.

Por consiguiente, este estudio adoptó un método bibliométrico para evaluar el progreso sobre los temas de investigación de la IA en el ámbito del turismo recogidos en la base de datos de Scopus.

Métodos

Se llevó a cabo una investigación bajo el paradigma cuantitativo (Sánchez Suárez et al., 2023; Tápanes Suárez et al., 2023), con un enfoque retrospectivo y descriptivo, a partir de un estudio bibliométrico con el objetivo de analizar los indicadores que permitan describir la ciencia y la triangulación para así identificar líneas de investigación y posibles agendas de trabajo en el futuro (Sánchez Suárez et al., 2021; Sánchez Suárez et al., 2023).

2.1 Criterios de selección

Para la selección de los documentos se establecieron un conjunto de criterios con el objetivo de garantizar el impacto, relevancia y calidad de las investigaciones encontradas (Sarmentero Bon et al., 2022). Entre los criterios de inclusión se centraron en la identificación y recopilación de los artículos más relevantes en idioma inglés en el período 2021-2025 (últimos cuatro años), en las bases de datos: SCOPUS (<https://www.scopus.com/>), por su impacto a nivel internacional agrupando revistas de corriente principal y Lens (<https://www.Lens.org/>) por su amplia biblioteca de investigaciones.

2.2 Estrategias de búsqueda

Para la confección de la estrategia de búsqueda se identificaron los descriptores temáticos principales, estos fueron: “artificial intelligence”, “tourism”. La fórmula de búsqueda fue: (TITLE-ABS-KEY(“artificial intelligence” AND “tourism”))

Se realizó el 19 de enero del 2025. La tabla 1 muestra un resumen de los resultados de la búsqueda. Se descargó la información en un formato “RIS” para su análisis y procesamiento.

Tabla 1. Resultados de la búsqueda

Parámetros	Cantidad
SCOPUS	1160
Lens	607
Total	1767
Duplicados	0

Fuente: elaboración propia.

2.3. Indicadores bibliométricos

En el análisis de los indicadores bibliométricos se combinó la fuente de información entre ambas bases de datos y se describen a continuación:

Indicadores de tendencia

- Producción científica por años: se estudió el comportamiento de las investigaciones, su frecuencia a lo largo del tiempo, y se graficó la línea de tendencia ajustada al valor de R^2 más alto, para así determinar el nivel de confianza de la función.

Indicadores de producción

- Producción científica por áreas del conocimiento: se cuantificaron la cantidad de investigaciones por áreas del conocimiento.
- Producción científica por país: se cuantificó la cantidad de investigaciones por país.
- Producción científica por filiación institucional: se cuantificó la cantidad de investigaciones por filiación institucional, estas se relacionaron con los países a partir de una matriz binaria (filiación contra país), que se procesó en el software UCINET for Windows – Versión 6 y se creó una red de filiación institucional y su frecuencia.

Fuente de información: Se obtuvieron de la base de datos SCOPUS. Se descargaron los archivos XLSX en formato Excel y se procesaron posteriormente utilizando el software Microsoft Excel. El mapa de países se generó con la plataforma Lens, la densidad corresponde a la introducción y la asimilación de los resultados.

La tabla 3 muestra la relación entre los análisis y mapas de conocimiento descrito y las plataformas o formas de obtención.

Tabla 3. Fuentes de obtención de los mapas de conocimiento

Análisis - Mapas	Fuentes de obtención
Análisis de coocurrencia de palabras claves	
Mapa bibliométrico network	Vosviewer

Fuente: elaboración propia.

Resultados y discusión

La tendencia de las investigaciones va hacia el incremento (Figura 1) caracterizada por una función polinómica con un nivel de confianza de 93,7 % con un pico máximo de 354 investigaciones en lo que va de 2024.

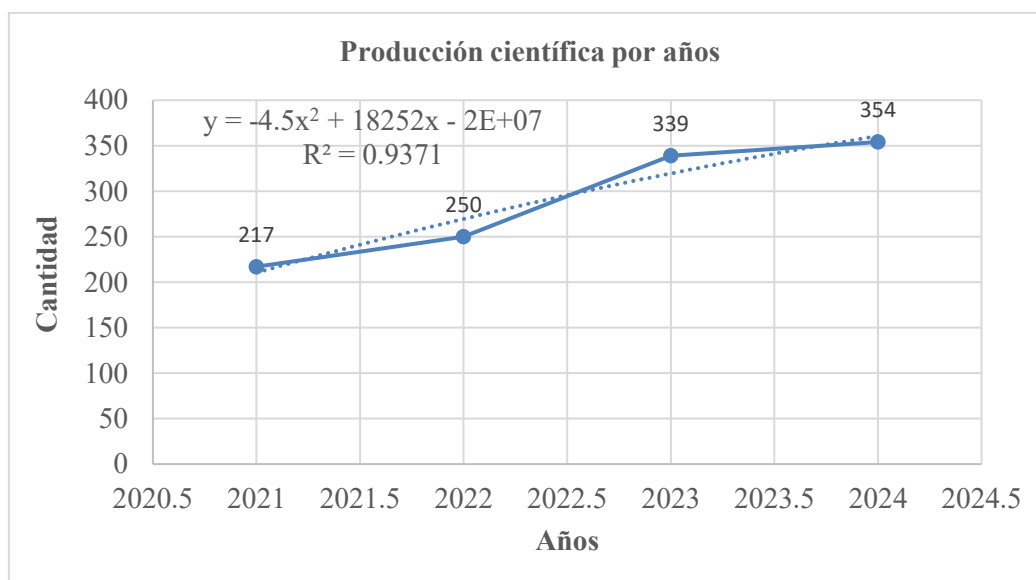


Figura 1. Producción científica por años.

Fuente: elaboración propia.

Se identificaron investigaciones en 25 áreas del conocimiento, y se realizó un análisis de aquellas que aportaron más de 45 publicaciones (Figura 2), predominó el área de ciencias de la computación con 590, la de negocios, gestión y contabilidad, y ciencias sociales con 440 y 293 respectivamente.

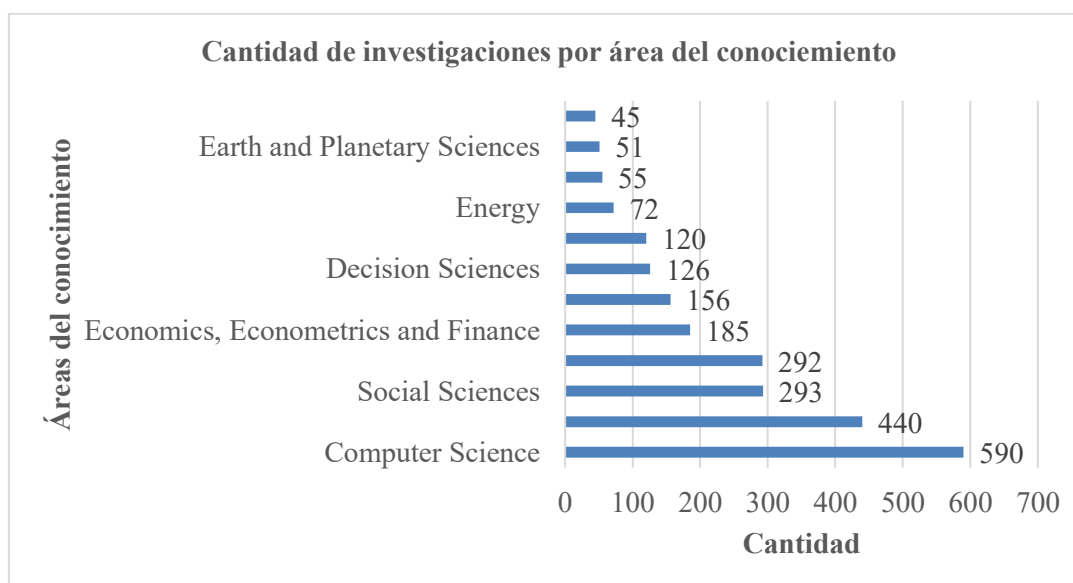


Figura 2. Producción científica por área del conocimiento.

Fuente: elaboración propia.

La figura 3 muestra el análisis de la producción científica por país, se analizó inicialmente la cantidad de investigaciones por región, en las Américas el único país que aportó al tema fue Estados Unidos con 78 investigaciones. Las regiones con mayores resultados fue Europa y Asia. En Europa los países que lideraron fue España y Reino Unido con 70 y 63 investigaciones respectivamente. En Asia, China fue el de mayor tendencia en las publicaciones con 263 artículos, siendo este el país que más investigaciones aporta al tema en estudio.

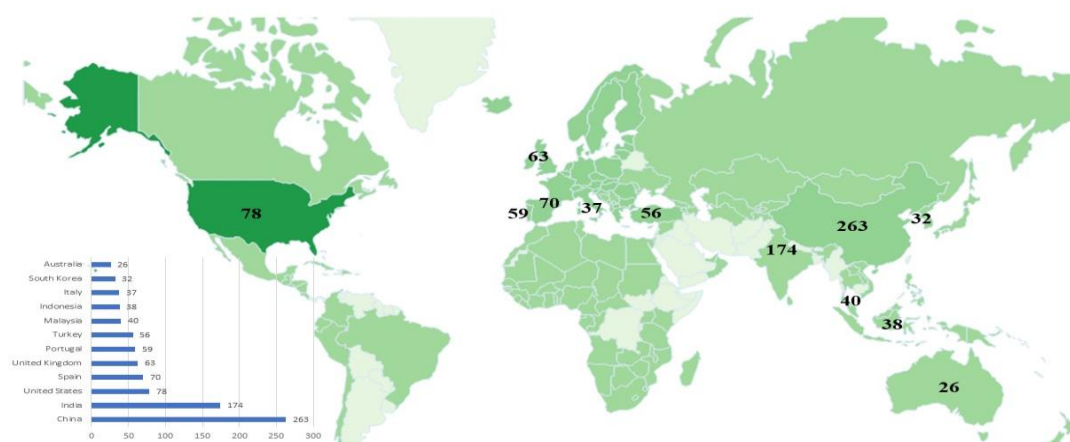


Figura 3. Cantidad de publicaciones por país.

Fuente: elaboración propia.

Se identificaron investigaciones en 35 filiaciones institucionales, estas fueron asociadas con sus países de origen mediante diagramas de afinidad que resultó en la confección de la matriz binaria y de su procesamiento se obtuvo la red de filiación institucional (Figura 4). Donde se evidenció que los países con mayor producción por filiaciones institucionales fueron Portugal y China con siete y cinco investigaciones respectivamente mientras que en el continente americano destacó Estados Unidos con tres instituciones.

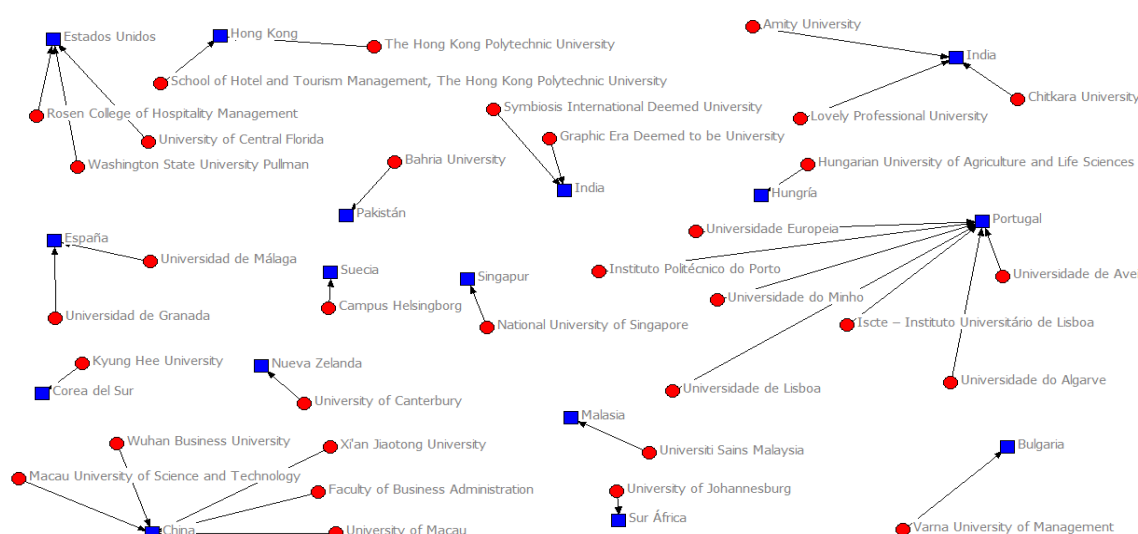


Figura 4. Mapa de red institucional.

Fuente: elaboración propia.

La figura 5 muestra el mapa de coocurrencia de palabras claves, donde se identificaron seis clústeres y 59 ítems, a partir del análisis de la interrelación entre los ítems se identificaron cuatro posibles líneas de investigación:

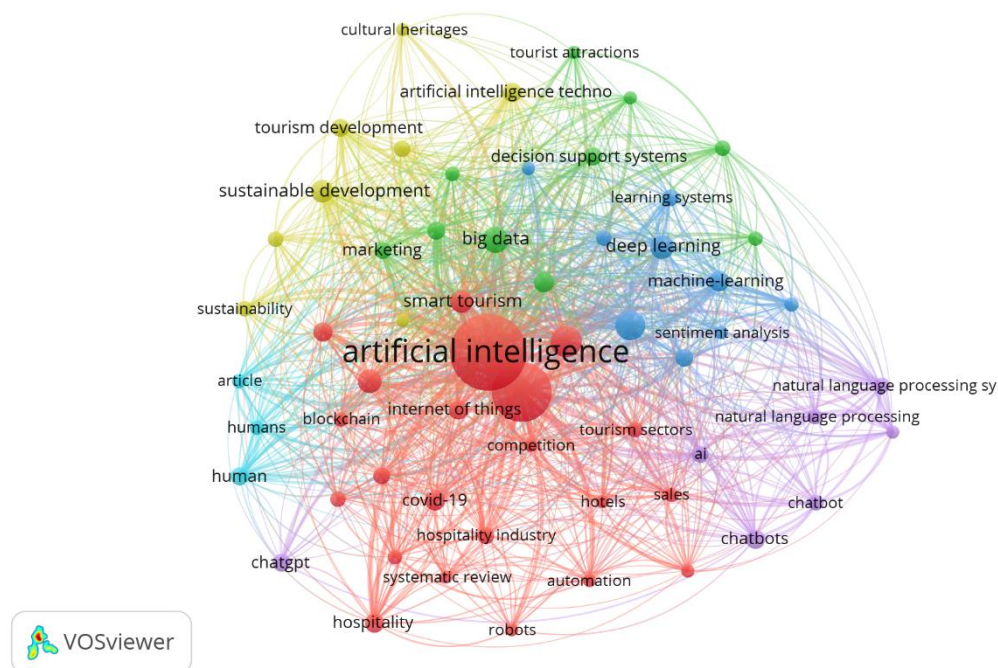


Figura 5. Mapa de coocurrencia de palabras claves.

Fuente: elaboración propia.

- Clusters 1 (22 ítems) se enfocó en el impacto de la inteligencia artificial y blockchain en la competitividad (Wang, 2021) y sostenibilidad del turismo inteligente (Lukita et al., 2023; Puri et al., 2023).
- Clusters 2 (10 ítems) se enfocó en el uso de big data para la personalización del marketing (Huang et al., 2022; Zhang, 2021) y la mejora de la gestión de información (Wang, 2022) en atracciones turísticas (Fararni et al., 2021; Zhu, 2021).
- Clusters 3 (9 ítems) el uso de algoritmos de aprendizaje profundo (He, 2024; Utku & Can, 2021) y automático (Al sari et al., 2022; Yu & Chen, 2022) para la detección de bots y la personalización de contenidos en redes sociales (Muneer & Mohamed Basheer, 2023).
- Clusters 4 (8 ítems) el papel de las tecnologías de inteligencia artificial en la promoción del turismo sostenible (Indaryanto et al., 2023; Wong et al., 2024).
- Clusters 5 (7 ítems) el impacto de los modelos de procesamiento del lenguaje natural en la efectividad y aceptación de los chatbots (Benaddi et al., 2024; Orden-Mejía et al., 2023) en la atención al cliente.
- Clusters 6 (3 ítems) el impacto de los artículos científicos en la comprensión de la evolución y el comportamiento humano (Minora et al., 2023).

Conclusiones

- La tendencia de las investigaciones va hacia el incremento con un pico máximo de 354 investigaciones en lo que va del año 2024.
- El área del conocimiento que más aporte realizó al tema fue la de ciencias de la computación con 590 investigaciones.
- Europa y Asia fueron los continentes que más destacaron en el tema, siendo China el de mayor tendencia en las publicaciones con 263.
- Los países con mayor producción por filiaciones institucionales fueron Portugal y China con siete y cinco investigaciones respectivamente.
- Del análisis de coocurrencia de palabras claves se identificaron seis posibles líneas de investigación.

Referencias bibliográficas

- Al sari, B., Alkhaldi, R., Alsaffar, D., Alkhaldi, T., Almaymuni, H., Alnaim, N., Alghamdi, N., & Olatunji, S. O. (2022). Sentiment analysis for cruises in Saudi Arabia on social media platforms using machine learning algorithms [Article]. *Journal of Big Data*, 9(1), Article 21. <https://doi.org/10.1186/s40537-022-00568-5>
- Benaddi, L., Ouaddi, C., Jakimi, A., & Ouchao, B. (2024). Towards A Software Factory for Developing the Chatbots in Smart Tourism Mobile Applications. *Procedia Computer Science*,
- Bowen, J., & Whalen, E. (2017). Trends that are changing travel and tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(6), 592-602. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2017-0045>
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson education.
- Casteleiro-Roca, J.-L., Gómez-González, J. F., Calvo-Rolle, J. L., Jove, E., Quintián, H., Martín, J. F. A., Perez, S. G., Diaz, B. G., Calero-Garcia, F., & Méndez-Perez, J. A. (2018). Prediction of the energy demand of a hotel using an artificial intelligence-based model. Hybrid Artificial Intelligent Systems: 13th International Conference, HAIS 2018, Oviedo, Spain, June 20-22, 2018, Proceedings 13,
- Fararni, K. A., Nafis, F., Aghoutane, B., Yahyaouy, A., Riffi, J., & Sabri, A. (2021). Hybrid recommender system for tourism based on big data and AI: A conceptual framework [Article]. *Big Data Mining and Analytics*, 4(1), 47-55, Article 9321202. <https://doi.org/10.26599/BDMA.2020.9020015>
- Ferràs, X., Hitchen, E. L., Tarrats-Pons, E., & Arimany-Serrat, N. (2020). Smart tourism empowered by artificial intelligence: The case of Lanzarote. *Journal of Cases on*

- information Technology (JCIT)*, 22(1), 1-13. <https://doi.org/DOI:10.4018/JCIT.2020010101>
- Gajdošík, T., & Marciš, M. (2019). Artificial intelligence tools for smart tourism development. *Artificial Intelligence Methods in Intelligent Algorithms: Proceedings of 8th Computer Science On-line Conference 2019*, Vol. 2 8,
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pacheco Gómez, C. (2020). Facial-expression recognition: An emergent approach to the measurement of tourist satisfaction through emotions. *Telematics and Informatics*, 51, 101404. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101404>
- Gretzel, U. (2011). Intelligent systems in tourism: A Social Science Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 757-779. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.014>
- Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., & O'Leary, J. T. (2006). The transformation of consumer behaviour. In *Tourism business frontiers* (pp. 9-18). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6377-9.50009-2>
- Hadavandi, E., Ghanbari, A., Shahanaghi, K., & Abbasian-Naghneh, S. (2011). Tourist arrival forecasting by evolutionary fuzzy systems. *Tourism Management*, 32(5), 1196-1203. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.015>
- He, W. (2024). Application of light sensor localization based on deep learning algorithm in tourist path recommendation in cultural scenic spots [Article]. *Optical and Quantum Electronics*, 56(2), Article 238. <https://doi.org/10.1007/s11082-023-05876-5>
- Huang, A., De la Mora Velasco, E., Haney, A., & Alvarez, S. (2022). The Future of Destination Marketing Organizations in the Insight Era [Article]. *Tourism and Hospitality*, 3(3), 803-808. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3030049>
- Inanc-Demir, M., & Kozak, M. (2019). Big data and its supporting elements: Implications for tourism and hospitality marketing. *Big data and innovation in tourism, travel, and hospitality: Managerial approaches, techniques, and applications*, 213-223. <https://doi.org/doi.org/10.1007/978-981-13-6339-9>
- Indaryanto, A., Harijadi, B. D., & Sinaga, E. (2023). The growing use and impact of artificial intelligence technologies in the tourism industry [Article]. *Sustainable Engineering and Innovation*, 5(2), 189-204. <https://doi.org/10.37868/sei.v5i2.id238>
- Kazak, A., Chetyrbok, P., & Oleinikov, N. (2020). Artificial intelligence in the tourism sphere. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*,
- Kirilenko, A. P., Stepchenkova, S. O., Kim, H., & Li, X. (2017). Automated Sentiment Analysis in Tourism: Comparison of Approaches. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1012-1025. <https://doi.org/10.1177/0047287517729757>

- Law, R. (1998). Room occupancy rate forecasting: a neural network approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(6), 234-239. <https://doi.org/doi.org/10.1108/09596119810232301>
- Law, R. (2000). Back-propagation learning in improving the accuracy of neural network-based tourism demand forecasting. *Tourism Management*, 21(4), 331-340. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00067-9](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00067-9)
- Law, R., Leung, R., & Buhalis, D. (2010). An analysis of academic leadership in hospitality and tourism journals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(4), 455-477. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1096348010370866>
- Lukita, C., Pangilinan, G. A., Chakim, M. H. R., & Saputra, D. B. (2023). Examining the Impact of Artificial Intelligence and Internet of Things on Smart Tourism Destinations: A Comprehensive Study [Article]. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 5(2Sp), 12-22. <https://doi.org/10.34306/att.v5i2sp.332>
- Minora, U., Iacus, S. M., e Silva, F. B., Sermi, F., & Spyrtos, S. (2023). Nowcasting tourist nights spent using innovative human mobility data [Article]. *PLoS ONE*, 18(10 October), Article e0287063. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287063>
- Muneer, V. K., & Mohamed Basheer, K. P. (2023). A Collaborative Destination Recommender Model in Dravidian Language by Social Media Analysis. *Lecture Notes in Networks and Systems*,
- Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, M., Huertas, A., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2023). Modeling users' satisfaction and visit intention using AI-based chatbots [Article]. *PLoS ONE*, 18(9 September), Article e0286427. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286427>
- Pannu, A. (2015). Artificial intelligence and its application in different areas. *Artificial Intelligence*, 4(10), 79-84.
- Pavaloiu, A., Köse, U., & Boz, H. (2017). How to apply artificial intelligence in social sciences. *IASOS-Congress of International Applied Social Sciences*,
- Popescu, J. (2019). Current applications of artificial intelligence in tourism and hospitality. *Sinteza 2019-International Scientific Conference on Information Technology and Data Related Research*,
- Puri, V., Mondal, S., Das, S., & Vrana, V. G. (2023). Blockchain Propels Tourism Industry—An Attempt to Explore Topics and Information in Smart Tourism Management through Text Mining and Machine Learning [Article]. *Informatics*, 10(1), Article 9. <https://doi.org/10.3390/informatics10010009>

- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.004>
- Sánchez Suárez, Y., Pérez Castañeira, J. A., Sangroni Laguardia, N., Cruz Blanco, C., & Medina Nogueira, Y. E. (2021). Retos actuales de la logística y la cadena de suministro. *Ingeniería Industrial*, 42(1), 169-184. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362021000100169&script=sci_arttext&tlng=pt
- Sánchez Suárez, Y., Pérez Gamboa, A. J., Hernández Nariño, A., Díaz-Chieng, L. Y., Marqués León, M., Pancorbo Sandoval, J. A., & Rodríguez Torres, E. (2023). Cultura hospitalaria y responsabilidad social: un estudio mixto de las principales líneas para su desarrollo. *Salud, Ciencia y Tecnología-Serie de Conferencias*, 2, 451-451. <https://doi.org/https://doi.org/10.56294/sctconf2023451>
- Sarmentero Bon, I., Sánchez Suárez, Y., Rodríguez Sánchez, Y., Bravo Macías, C. C., & Torrens Pérez, M. E. (2022). Bibliometría sobre la cultura organizacional en el sector de la salud, ante la COVID-19. *Universidad y Sociedad*, 14(S6), 427-436.
- Singh, S. K., Rathore, S., & Park, J. H. (2020). BlockIoTIntelligence: A Blockchain-enabled Intelligent IoT Architecture with Artificial Intelligence. *Future Generation Computer Systems*, 110, 721-743. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.future.2019.09.002>
- Tápanes Suárez, E., Bosch Nuñez, O., Sánchez Suárez, Y., Marqués León, M., & Santos Pérez, O. (2023). Sistema de indicadores para el control de la sostenibilidad de los centros históricos asociada al transporte. *Región Científica*, 2(1), 202352-202352. <https://doi.org/https://doi.org/10.58763/rc202352>
- TOPAL, İ., & UÇAR, M. K. (2018). In tourism, using artificial intelligence forecasting with Tripadvisor data: Year of Turkey in China. 2018 International Conference on Artificial Intelligence and Data Processing (IDAP),
- Utku, A., & Can, U. (2021). Deep Learning Based Effective Weather Prediction Model for Tunceli City. Proceedings - 6th International Conference on Computer Science and Engineering, UBMK 2021,
- Wang, D. (2021). Artificial intelligence-based mountain soil erosion and the impact of climate conditions on marathon competitions [Retracted]. *Arabian Journal of Geosciences*, 14(11), Article 948. <https://doi.org/10.1007/s12517-021-07245-6>
- Wang, N. (2022). Application of DASH client optimization and artificial intelligence in the management and operation of big data tourism hotels [Article]. *Alexandria Engineering Journal*, 61(1), 81-90. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2021.04.080>

- Wong, L. W., Tan, G. W. H., Ooi, K. B., & Dwivedi, Y. (2024). The role of institutional and self in the formation of trust in artificial intelligence technologies [Article]. *Internet Research*, 34(2), 343-370. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2021-0446>
- Yu, N., & Chen, J. (2022). Design of Machine Learning Algorithm for Tourism Demand Prediction [Article]. *Computational and Mathematical Methods in Medicine*, 2022, Article 6352381. <https://doi.org/10.1155/2022/6352381>
- Zhang, B., Li, N., Shi, F., & Law, R. (2020). A deep learning approach for daily tourist flow forecasting with consumer search data. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 323-339. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1709876>
- Zhang, H. (2021). Exploration and Analysis of Tourism Marketing Management Innovation Based on Big Data. *Journal of Physics: Conference Series*,
- Zheng, W., Liao, Z., & Lin, Z. (2020). Navigating through the complex transport system: A heuristic approach for city tourism recommendation. *Tourism Management*, 81, 104162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104162>
- Zhu, B. (2021). Impact of Tourism Big Data on B & B Sharing Economy. *Journal of Physics: Conference Series*,

Contribución autoral

Rhianny Muñiz Sanamé: conceptualización y diseño del estudio, desarrollo de la metodología bibliométrica, redacción del borrador inicial del manuscrito

Nayelis Montes de Oca Mesa: recolección y curación de datos, contribución a la interpretación de los resultados.

Gabriela Lugones Fernández: contribución a la discusión y conclusiones del estudio, edición y revisión final del manuscrito.

Manuel Marrero Marrero: contribución a la redacción de la sección de resultados

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.