

IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LA INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA DEL SECTOR HOTELERO: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

THE IMPACT OF DIGITAL PLATFORMS ON INNOVATION, SUSTAINABILITY, AND RESILIENCE IN THE HOSPITALITY SECTOR: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Ángela del Carmen Mendoza Wilson¹, Andrés Guzmán Sala², Fabiola Itzel Ortiz Martínez³

¹Ángela del Carmen Mendoza Wilson, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México, email: gelawilsono8@gmail.com, <https://orcid.org/0000-003-4228-725X>

²Andrés Guzmán Sala, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México, email: andresguz18@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8095-5514>

³Fabiola Itzel Ortiz Martínez, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México, email: faitorma@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7997-9770>

RESUMEN

Este artículo presenta un análisis bibliométrico sobre el uso de plataformas digitales en el sector hotelero, destacando tres áreas clave: la gestión de pandemias y crisis, las plataformas digitales e innovación empresarial, y la sostenibilidad e impulsores culturales. A través de una búsqueda sistemática en la base de datos ScienceDirect, se identificaron 33 artículos publicados entre 2020 y 2024. Los resultados revelan que las plataformas digitales han sido fundamentales para transformar los modelos de negocio, mejorar la resiliencia operativa y fomentar prácticas sostenibles. Se concluye que estas tecnologías son catalizadoras de cambio en el sector hotelero, ofreciendo oportunidades para la personalización de servicios, la optimización de recursos y el fortalecimiento de estrategias culturalmente conscientes. Sin embargo, se identifican brechas en la literatura, particularmente en el impacto a largo plazo de estas plataformas y su integración en mercados emergentes.

Palabras clave: plataformas digitales, innovación empresarial, sostenibilidad, resiliencia, industria hotelera, análisis bibliométrico

Códigos JEL: L83, M15, Q01, C88, O33

ABSTRACT

This paper presents a bibliometric analysis of the use of digital platforms in the hospitality sector, focusing on three key areas: pandemic and crisis management, digital

Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico.

ISSN: 2539-2255 (En Línea).

Cali - Colombia.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons
Atribución - No Comercial - Sin Derivadas 4.0 Internacional.

Medio de difusión y divulgación de investigación de la Fundación Tecnológica Autónoma del Pacífico.

platforms and business innovation, and sustainability with cultural drivers. Through a systematic search in the ScienceDirect database, 33 articles published between 2020 and 2024 were identified. The findings reveal that digital platforms have been crucial in transforming business models, improving operational resilience, and promoting sustainable practices. It is concluded that these technologies act as catalysts for change in the hospitality sector, offering opportunities for service personalization, resource optimization, and the strengthening of culturally conscious strategies. However, gaps in the literature were identified, particularly regarding the long-term impact of these platforms and their integration into emerging markets.

Keywords: *digital platforms, business innovation, sustainability, resilience, hospitality industry, bibliometric analysis*

JEL Codes: L83, M15, Q01, C88, O33

INTRODUCCIÓN

El auge de las plataformas digitales ha transformado profundamente los modelos de negocio en la industria hotelera, permitiendo a las empresas adaptarse de manera ágil a las necesidades cambiantes de los consumidores mientras enfrentan desafíos globales como la pandemia de COVID-19. Estas plataformas no solo facilitan la interacción entre usuarios y proveedores, sino que también optimizan procesos operativos y fomentan la sostenibilidad mediante el uso de herramientas avanzadas como el análisis de datos, la inteligencia artificial (IA) y la minería de texto (Adongo et al., 2024a; Boccali et al., 2022; Kumar et al., 2021; Ying, 2024).

La digitalización ha permitido a los hoteles personalizar sus servicios de manera más efectiva, utilizando datos en tiempo real para anticipar las necesidades de los clientes y diseñar experiencias únicas (Sharma et al., 2024; Shen et al., 2023). Por ejemplo, el análisis de opiniones en plataformas de reseñas y el uso de modelos predictivos han demostrado ser clave para mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la lealtad hacia las marcas (Boccali et al., 2022; Gelashvili et al., 2024). Además, la implementación de tecnologías como el Internet de las cosas (IoT) y el aprendizaje automático ha permitido a los hoteles monitorear y ajustar automáticamente su consumo de energía, contribuyendo a objetivos de sostenibilidad (Chauhan et al., 2022).

El impacto de las plataformas digitales se ha intensificado en un contexto global caracterizado por la incertidumbre y los cambios rápidos, como los ocasionados por la pandemia de COVID-19. Durante este periodo, muchas empresas hoteleras adoptaron plataformas digitales para rediseñar sus estrategias de operación y comercialización, incluyendo el uso de análisis multimodal para prever patrones de demanda y ajustar sus recursos de manera eficiente (Liu & Ma, 2024). Asimismo, las herramientas digitales han desempeñado un papel crucial en la recuperación del sector al permitir la implementación de estrategias resilientes e innovadoras en respuesta a la crisis (El-Said et al., 2024).

El uso de plataformas también ha facilitado la integración de prácticas de sostenibilidad en los hoteles, como la gestión eficiente de recursos hídricos y energéticos, y la reducción de residuos mediante tecnologías circulares (Guerra-Lombardi et al., 2024). Estas prácticas no solo responden a las expectativas de los consumidores conscientes del medio ambiente, sino que también contribuyen a la competitividad del sector al reducir costos operativos y fortalecer la reputación de las marcas (Borges-Tiago et al., 2024; Fang & Li, 2022).

Finalmente, la disrupción tecnológica y las plataformas digitales están impulsando un cambio en la dinámica competitiva de la industria hotelera. Modelos colaborativos como Airbnb no solo han alterado las reglas tradicionales del mercado, sino que también han estimulado a los hoteles convencionales a adoptar estrategias más innovadoras para atraer y retener clientes (White et al.,

2025). Este entorno competitivo ha llevado a una transformación en la forma en que se conciben y ejecutan las estrategias empresariales en la industria.

MARCO TEÓRICO

1. Gestión de Pandemias y Crisis

La pandemia de COVID-19 ha sido un catalizador para el cambio en la industria hotelera, revelando la imperante necesidad de resiliencia y capacidad de innovación en tiempos de crisis (Le et al., 2024). Este periodo crítico evidenció la fragilidad de los modelos tradicionales de negocio y la importancia de integrar enfoques estratégicos que permitan adaptarse a entornos volátiles y de alta incertidumbre (El-Said et al., 2024). En respuesta, muchas cadenas hoteleras internacionales han adoptado estrategias disruptivas que combinan tecnologías emergentes y la colaboración con partes interesadas clave para garantizar la continuidad operativa y fortalecer su capacidad de recuperación.

Una de las principales respuestas estratégicas ha sido la adopción de tecnologías digitales avanzadas, como el análisis de datos en tiempo real, la inteligencia artificial (IA) y la analítica multimodal (Kluge et al., 2020). Estas herramientas permiten prever patrones de demanda, optimizar recursos y tomar decisiones informadas durante crisis como la pandemia (Liu & Ma, 2024). Por ejemplo, estudios recientes destacan cómo el uso de modelos predictivos basados en datos históricos y dinámicas de mercado ha permitido a los hoteles ajustar su capacidad operativa y servicios, minimizando pérdidas económicas y maximizando la eficiencia operativa (Borges-Tiago et al., 2024).

La innovación impulsada por crisis, también conocida como “crisis-driven innovation”, ha sido otra estrategia central (Bianchi & Milano, 2024; Chaudhary et al., 2024; El-Said et al., 2024; Mota et al., 2024). Este enfoque se basa en la reorganización de los modelos de negocio existentes para adaptarlos a las nuevas realidades del mercado, como la implementación de servicios sin contacto, plataformas digitales para la gestión de reservas y herramientas de auto-servicio para los huéspedes (El-Said et al., 2024; Gupta et al., 2024; Mota et al., 2024). Estas soluciones no solo responden a las necesidades actuales de los consumidores, sino que también generan ventajas competitivas a largo plazo al fortalecer la percepción de seguridad y confiabilidad de los hoteles.

Además, la colaboración con partes interesadas, como proveedores, clientes y gobiernos, ha demostrado ser crucial en la recuperación del sector hotelero. La co-creación de estrategias con stakeholders ha permitido a los hoteles acceder a recursos financieros y logísticos esenciales para implementar soluciones innovadoras en medio de la crisis (Raghavendra et al., 2024). Este enfoque colaborativo no solo refuerza la resiliencia organizacional, sino que también fomenta la sostenibilidad operativa.

Por último, los estudios sobre la gestión de crisis subrayan la importancia de la capacitación del personal en habilidades de manejo de crisis y el diseño de protocolos de contingencia efectivos. La inversión en formación y en el fortalecimiento de las capacidades internas de las organizaciones contribuye a una respuesta más ágil y efectiva ante crisis futuras, fortaleciendo la confianza del cliente y garantizando la continuidad operativa (El-Said et al., 2024; White et al., 2025).

Durante la pandemia, los “hoteles inteligentes” que integran tecnologías como el Internet de las cosas (IoT), la inteligencia artificial (IA) y plataformas digitales demostraron una notable capacidad de adaptación (Zahoor et al., 2022). Estas innovaciones permitieron implementar sistemas de reservas automatizados y asistentes virtuales que garantizaron el distanciamiento social y mejoraron la experiencia del cliente, respondiendo eficazmente a las demandas de un entorno cambiante y desafiante (Chauhan et al., 2022). Por otro lado, en regiones particularmente afectadas como Europa y Asia, los gobiernos colaboraron estrechamente con los hoteles para desarrollar estrategias de recuperación. Estas iniciativas incluyeron la implementación de protocolos de bioseguridad estrictos y la promoción del turismo seguro mediante campañas digitales, además de proporcionar subsidios para apoyar a las empresas del sector en su recuperación económica (El-Said et al., 2024).

La experiencia vivida durante la pandemia destaca la importancia de que los hoteles adopten estrategias proactivas fundamentadas en la innovación tecnológica y la colaboración con partes interesadas clave. Estas medidas no solo son esenciales para enfrentar futuras crisis globales, sino que también

posicionan a las empresas para competir de manera efectiva en un mercado cada vez más dinámico y orientado hacia la tecnología.

2. Plataformas Digitales e Innovación Empresarial

La transformación digital ha emergido como uno de los motores centrales de competitividad en la industria hotelera, redefiniendo los modelos de negocio tradicionales y acelerando la adopción de tecnologías innovadoras. Plataformas colaborativas como Airbnb han revolucionado el sector al introducir modelos disruptivos que priorizan la autenticidad y la personalización en la experiencia del cliente. Estas plataformas no solo han ampliado las opciones de alojamiento, sino que también han estimulado la innovación en hoteles tradicionales para mantenerse competitivos en un mercado altamente dinámico (Fang & Li, 2022).

Entre las tecnologías clave que están impulsando esta transformación, el Internet de las cosas (IoT) destaca por su capacidad para conectar dispositivos y sistemas, creando entornos inteligentes que mejoran la experiencia del cliente y optimizan la eficiencia operativa (Kaur et al., 2022; Luqman et al., 2021; Pettas, 2024; Sanz-Lopez et al., 2024). Por ejemplo, la implementación de sensores inteligentes en habitaciones permite ajustar automáticamente la temperatura, la iluminación y el consumo de energía según las preferencias de los huéspedes, mejorando la satisfacción y reduciendo los costos operativos (Chauhan et al., 2022). Además, tecnologías como la inteligencia artificial (IA) han permitido a los hoteles analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, facilitando decisiones más informadas y estrategias personalizadas para cada cliente.

La digitalización también ha abierto la puerta a modelos de economía circular en el sector hotelero, integrando prácticas sostenibles en los procesos empresariales. Mediante el uso de plataformas digitales, los hoteles pueden implementar sistemas de reciclaje, optimizar el consumo de recursos y reducir el desperdicio, alineando así sus objetivos de sostenibilidad con las expectativas de los consumidores conscientes del medio ambiente. Estas iniciativas no solo mejoran la percepción de las marcas, sino que también contribuyen al cumplimiento de normativas ambientales y al fortalecimiento de la responsabilidad social corporativa (Borges-Tiago et al., 2024)).

En este contexto, el marketing basado en datos ha adquirido un papel crucial para comprender y responder a las necesidades de los clientes (Lee et al., 2021). Las plataformas de reseñas como TripAdvisor y Google Reviews ofrecen una fuente invaluable de información, permitiendo a los hoteles analizar las opiniones de los huéspedes y ajustar sus estrategias en función de las expectativas del mercado. Estudios recientes destacan que el análisis de sentimientos (Hossain, 2024), combinado con técnicas de minería de texto, permite identificar patrones y tendencias en las preferencias de los consumidores, mejorando la capacidad de los hoteles para ofrecer servicios altamente personalizados (Boccali et al., 2022; Gelashvili et al., 2024).

Además, las tecnologías digitales han facilitado la creación de experiencias interactivas y auténticas para los huéspedes (Dwivedi et al., 2022). Los hoteles han comenzado a implementar realidad virtual (VR) y aumentada (AR) para ofrecer recorridos virtuales de las instalaciones y destinos, permitiendo a los clientes explorar sus opciones antes de realizar una reserva. Estas innovaciones no solo aumentan la confianza del cliente, sino que también generan un diferencial competitivo significativo en un mercado saturado (White et al., 2025).

En conclusión, las plataformas digitales y las tecnologías emergentes están transformando la industria hotelera al fomentar la innovación, mejorar la sostenibilidad y redefinir la experiencia del cliente. Los hoteles que adopten estas herramientas de manera estratégica estarán mejor posicionados para competir en un entorno global cada vez más interconectado y orientado hacia la tecnología (Adongo et al., 2024b; Gozzoli et al., 2024).

3. Sostenibilidad e Impulsores Culturales

La sostenibilidad se ha consolidado como un eje estratégico fundamental en los modelos de negocio hoteleros, integrándose no solo como una respuesta a las demandas de los consumidores, sino también como una práctica que mejora la competitividad y la resiliencia operativa del sector. La implementación de estrategias de sostenibilidad corporativa (CSS) permite a los hoteles abordar desafíos ambientales mientras obtienen beneficios económicos, como la reducción de costos operativos y la mejora de su reputación ante un público cada vez más consciente del medio ambiente (Deo & Prasad, 2024; Guerra-Lombardi et al., 2024; Nyuga & Tanova, 2024). Estas

estrategias abarcan desde la adopción de fuentes de energía renovable hasta la optimización de procesos que minimicen el impacto ambiental.

Una de las áreas clave en la sostenibilidad hotelera es la gestión eficiente de recursos como el agua y la energía. Mediante el uso de tecnologías como sensores inteligentes y sistemas automatizados, los hoteles han logrado optimizar su consumo, lo que no solo reduce costos, sino que también contribuye al cumplimiento de normativas ambientales (Chauhan et al., 2022). Por ejemplo, hoteles de lujo en Europa han implementado sistemas de monitoreo que ajustan automáticamente el flujo de agua y la temperatura en función de la ocupación, generando ahorros significativos y mejorando la percepción de los huéspedes sobre el compromiso ambiental del establecimiento (Borges-Tiago et al., 2024).

Además, las prácticas de sostenibilidad no se limitan al ámbito operativo, sino que también incluyen la integración de políticas de bienestar laboral. Estudios recientes destacan que los empleados que trabajan en entornos con políticas de sostenibilidad bien definidas reportan mayores niveles de satisfacción y compromiso, lo que mejora la productividad y reduce la rotación de personal (Guerra-Lombardi et al., 2024). Estas políticas abarcan desde la capacitación en prácticas sostenibles hasta la creación de espacios de trabajo saludables y libres de estrés.

Desde una perspectiva intercultural, la sostenibilidad en la industria hotelera debe adaptarse a las expectativas y valores locales. Investigaciones han demostrado que la percepción de las prácticas sostenibles varía significativamente según el contexto cultural, lo que implica que los hoteles deben ajustar sus estrategias en función del mercado al que se dirigen (Wąsowicz-Zaborek, 2025). Por ejemplo, en regiones donde los consumidores priorizan el bienestar comunitario, como Asia y América Latina, los hoteles que invierten en proyectos de impacto social suelen obtener mayor lealtad por parte de sus clientes.

En un sentido más amplio, los impulsores culturales también desempeñan un papel crucial en la sostenibilidad organizacional. Los valores y creencias locales pueden influir en cómo los clientes perciben la autenticidad y efectividad de las prácticas sostenibles de los hoteles. Esto resalta la importancia de desarrollar estrategias culturalmente conscientes que respeten y promuevan las tradiciones

y necesidades de las comunidades anfitrionas (White et al., 2025). Por ejemplo, algunos hoteles en África han incorporado elementos arquitectónicos y decorativos basados en tradiciones locales para reflejar su compromiso con la comunidad, mientras que en Europa han surgido alianzas con productores locales para ofrecer experiencias gastronómicas sostenibles.

La economía circular también está ganando protagonismo como un modelo sostenible en la industria hotelera. Este enfoque, que busca reducir el desperdicio mediante la reutilización y el reciclaje de recursos, está siendo adoptado por un número creciente de hoteles, lo que refuerza su compromiso ambiental mientras genera ventajas competitivas. Por ejemplo, programas de reciclaje de desechos orgánicos para su conversión en compost o energía han sido implementados con éxito en hoteles de cadenas internacionales, demostrando que la sostenibilidad y la rentabilidad pueden ir de la mano (Chauhan et al., 2022).

Lo anterior implica que la sostenibilidad e impulsores culturales son elementos esenciales para el éxito a largo plazo en la industria hotelera. Adoptar prácticas sostenibles que respondan tanto a las demandas globales como a las necesidades locales no solo posiciona a los hoteles como líderes responsables, sino que también asegura su relevancia en un mercado competitivo y en constante evolución.

Este estudio tiene como objetivo principal analizar las brechas identificadas en la literatura sobre la integración efectiva de plataformas digitales en el sector hotelero, a partir de un análisis bibliométrico que destacó tres categorías clave: gestión de pandemias y crisis, plataformas digitales e innovación empresarial, y sostenibilidad e impulsores culturales. Al profundizar en estas áreas, el estudio busca comprender el impacto de estas plataformas en la transformación digital de la industria, con un enfoque en cómo pueden mejorar la resiliencia organizacional, fomentar la sostenibilidad operativa y promover estrategias innovadoras que fortalezcan la competitividad en un entorno dinámico y globalizado.

METODOLOGÍA

El presente estudio adoptó un enfoque bibliométrico para identificar y analizar tendencias clave en la

literatura relacionada con el uso de plataformas digitales en la gestión hotelera. El análisis bibliométrico constituye una herramienta valiosa para evaluar el impacto científico y explorar patrones de investigación a lo largo del tiempo, permitiendo una visión integral de los temas más relevantes en un área de estudio (Donthu et al., 2021). Este enfoque implicó un proceso estructurado que incluyó la recopilación de datos, el análisis de palabras clave y la agrupación de estas en clústers temáticos mediante técnicas de visualización de redes.

La recopilación de datos se realizó en la base de datos ScienceDirect, empleando una fórmula de búsqueda diseñada para capturar artículos relevantes de manera sistemática. La fórmula utilizada fue:

("digital platforms" OR "hotel management software") AND ("hotel management" OR "hospitality industry") AND ("customer satisfaction" OR profitability) AND (hotels NOT "vacation rentals").

Esta fórmula combinó operadores booleanos para optimizar la búsqueda. Las palabras dentro de comillas dobles, como "digital platforms" y "hotel management software", aseguraron la especificidad en la búsqueda. Los operadores OR, permitieron incluir sinónimos o términos relacionados, ampliando el alcance de los resultados. Los operadores AND vincularon conceptos clave para garantizar la relevancia de los artículos seleccionados. Y el operador NOT excluyó términos no pertinentes, como "vacation rentals", evitando incluir estudios que no fueran relevantes para el contexto hotelero.

Esta estrategia de búsqueda identificó un total de 33 artículos revisados por pares, publicados entre 2020 y 2024. El rango temporal seleccionado aseguró la inclusión de literatura reciente, particularmente relevante en el contexto de los cambios provocados por la pandemia de COVID-19.

Los artículos recopilados fueron sometidos a un análisis bibliométrico detallado. En una primera etapa, se extrajeron palabras clave de los títulos, resúmenes y etiquetas proporcionadas por los autores. Estas palabras clave se procesaron utilizando el software VOSviewer, que permitió construir redes de co-ocurrencia para medir la frecuencia y conexión entre los términos (van Eck & Waltman, 2010).

En una segunda etapa, se construyeron redes temáticas a partir de las co-ocurrencias identificadas. Cada nodo de estas redes representó una palabra clave, mientras que los enlaces reflejaron la intensidad de las relaciones entre términos. Los nodos se agruparon en clústers temáticos mediante algoritmos de clustering que consideraron la fuerza de los enlaces, lo que permitió identificar categorías prioritarias dentro del ámbito de estudio.

Posteriormente, se calcularon métricas bibliométricas para cada clúster, incluyendo:

- 1. Total de ocurrencias:** Número de veces que cada palabra clave apareció en los artículos.
- 2. Total de enlaces y fuerza total de enlaces:** Indicadores del número y la intensidad de las conexiones entre palabras clave, reflejando su relevancia temática.
- 3. Año promedio de publicación:** Promedio del año en que se publicaron los documentos asociados a cada clúster.

Los resultados obtenidos se visualizaron mediante mapas de densidad y diagramas de redes temáticas. Estas representaciones facilitaron la identificación de áreas prioritarias de investigación y su relación con otros temas clave dentro de la literatura.

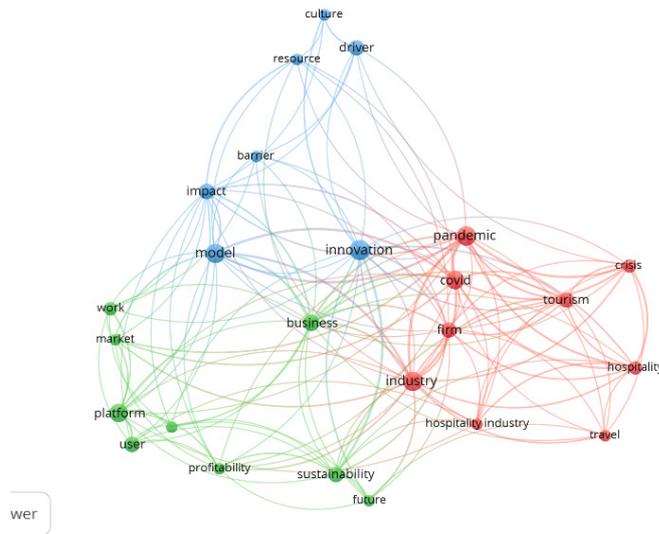
Entre las limitaciones del estudio, destaca que el análisis se restringió a artículos en inglés disponibles en ScienceDirect, lo que pudo excluir literatura relevante publicada en otros idiomas o plataformas. Además, la dependencia de palabras clave definidas por los autores pudo introducir sesgos en la identificación de los temas más representativos.

En conclusión, el enfoque bibliométrico utilizado, en combinación con una búsqueda sistemática en ScienceDirect, permitió construir una visión integral de las tendencias actuales en la investigación sobre plataformas digitales en la industria hotelera. Este análisis resalta temas prioritarios que sirven como base para futuras investigaciones y contribuyen al desarrollo de estrategias efectivas en el sector.

RESULTADOS

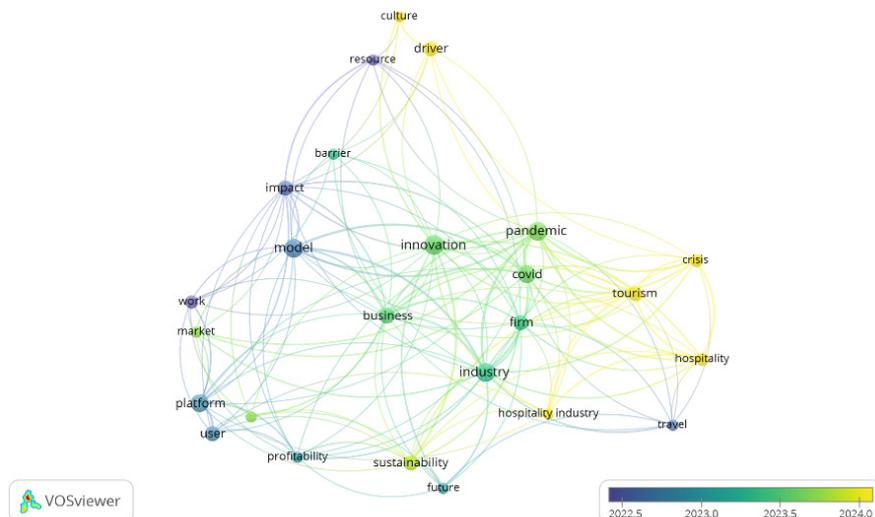
El análisis bibliométrico realizado permitió identificar los principales temas abordados en la literatura

Figura 2. Mapa de co-ocurrencias



Nota. Cada nodo representa una palabra clave, mientras que los enlaces reflejan la fuerza de conexión entre términos relacionados. Los colores de los nodos indican los clústers temáticos identificados: Gestión de Pandemias y Crisis (rojo), Plataformas Digitales e Innovación Empresarial (verde) y Sostenibilidad e Impulsores Culturales (azul). Esta red visualiza cómo las palabras clave están interconectadas dentro de la literatura, revelando las áreas prioritarias de investigación en el sector hotelero.

Figura 3. Año promedio de publicación



Nota. La tercera imagen muestra un overlay basado en el Año Promedio de Publicación de los artículos asociados a cada palabra clave. Los colores oscilan de la púrpura (temas más antiguos) al amarillo (temas más recientes), lo que permite identificar la evolución temporal de los tópicos investigados. Por ejemplo, términos como "pandemic" y "crisis" están asociados con años recientes, mientras que términos como "model" y "platform" reflejan un interés sostenido en la última década. Este overlay facilita la comprensión de las tendencias temporales en la investigación del sector hotelero.

Identificación de Clústers y Temas Clave

El análisis identificó tres clústers principales, que representan los temas más relevantes en la literatura actual: gestión de pandemias y crisis, plataformas e innovación empresarial y finalmente, sostenibilidad e impulsores culturales.

Gestión de Pandemias y Crisis

Este clúster incluye palabras clave como “covid”, “crisis”, “empresa”, “hospitalidad”, “industria

hotelera”, “industria”, “pandemia”, “turismo” y “viaje”. Es el clúster con mayor total de ocurrencias (47), enlaces totales (121) y fuerza total de los enlaces (229), con un año promedio de publicación de 2023.63. Estos resultados reflejan que la pandemia de COVID-19 es un tema transversal, destacándose como un catalizador de cambios significativos en el sector hotelero. Los estudios se centran en estrategias para manejar crisis globales y su impacto en la industria de la hospitalidad (ver tabla 1).

Tabla 1: Palabras por Clúster con Métricas

NOMBRE DEL CLÚSTER	PALABRAS	TOTAL DE OCURRENCIAS	TOTAL DE ENLACES	FUERZA TOTAL DE ENLACES	AÑO PROMEDIO DE PUBLICACIÓN
Gestión de Pandemias y Crisis	covid, crisis, empresa, hospitalidad, industria hotelera, industria, pandemia, turismo, viaje	47	121	229	2023.63
Plataformas e Innovación Empresarial	negocio, futuro, mercado, marketing, plataforma, rentabilidad, usuario, trabajo	39	98	140	2023.20
Sostenibilidad e Impulsores Culturales	barrera, cultura, motor, impacto, innovación, modelo, recurso, sostenibilidad	36	75	107	2023.30

Nota. El Año Promedio de Publicación refleja la actualidad de los temas analizados, destacando que los artículos sobre Gestión de Pandemias y Crisis (2023.63) se concentran en respuestas recientes a la COVID-19, mientras que los relacionados con Plataformas Digitales e Innovación Empresarial (2023.20) muestran una atención sostenida en la transformación digital como motor de competitividad. Por su parte, el clúster de Sostenibilidad e Impulsores Culturales (2023.30) indica un interés emergente en integrar prácticas sostenibles y factores culturales en estrategias empresariales. Estos valores subrayan la relevancia contemporánea de estos temas y oportunidades para explorar enfoques más profundos en sostenibilidad e innovación.

La tabla presenta un análisis detallado de los clústers temáticos identificados en el estudio bibliométrico, proporcionando una descripción integral de los grupos de palabras clave asociadas a cada temática principal. Cada clúster ha sido denominado según el enfoque central de los términos relacionados, lo que facilita la interpretación y comprensión de las tendencias en la literatura. Los nombres asignados a los clústers reflejan su contenido temático, como “Gestión de Pandemias y Crisis”, “Plataformas e Innovación Empresarial” y “Sostenibilidad e Impulsores Culturales”.

Las palabras clave dentro de cada clúster representan conceptos recurrentes en los artículos analizados, agrupados por su conexión temática. El Total de Ocurrencias se refiere a la suma de veces que las

palabras de cada clúster aparecen en el conjunto de datos, indicando su frecuencia y relevancia en la literatura. Por ejemplo, el clúster “Gestión de Pandemias y Crisis” presenta el mayor Total de Ocurrencias, lo que sugiere que este tema es central en las investigaciones recientes sobre la industria hotelera.

El Total de Enlaces y la Fuerza Total de Enlaces miden la conectividad y la intensidad de las relaciones entre las palabras clave, reflejando la integración de cada clúster con otros temas. El clúster “Gestión de Pandemias y Crisis” destaca nuevamente por su alta Fuerza Total de Enlaces, mostrando que los términos asociados están fuertemente conectados con otros tópicos dentro de la literatura, lo que subraya su carácter transversal (Donthu et al., 2021).

Por otro lado, el clúster “Plataformas e Innovación Empresarial” resalta la transformación de los modelos de negocio mediante la adopción de tecnologías digitales. Las métricas de conectividad muestran que este tema posee un dinamismo significativo y establece conexiones clave con otros conceptos emergentes en el campo hotelero, como el uso de plataformas digitales para la personalización de servicios y la economía circular (Chauhan et al., 2022).

El clúster “Sostenibilidad e Impulsores Culturales”, aunque tiene un menor Total de Ocurrencias, refleja una importancia creciente en la literatura debido a su énfasis en prácticas sostenibles y adaptaciones culturales. Además, presenta el Año Promedio de Publicación más reciente, lo que indica que es un tema emergente y en desarrollo, alineado con las demandas contemporáneas de sostenibilidad en el sector turístico (Guerra-Lombardi et al., 2024; Wąsowicz-Zaborek, 2025).

En conjunto, esta tabla permite una comprensión profunda de las tendencias temáticas en la literatura sobre plataformas digitales en la industria hotelera, destacando áreas prioritarias de investigación y orientando la discusión hacia prácticas innovadoras y sostenibles en un mercado en constante evolución.

Plataformas e Innovación Empresarial
Este clúster está compuesto por términos como “negocio”, “futuro”, “mercado”, “marketing”, “plataforma”, “rentabilidad”, “usuario” y “trabajo”. Con un total de ocurrencias de 39, 98 enlaces totales y una fuerza total de 140, representa cómo las plataformas digitales están transformando los modelos de negocio en hoteles. Este clúster destaca la adopción de tecnologías para mejorar la

rentabilidad, explorar nuevos mercados y optimizar procesos operativos.

Sostenibilidad e Impulsores Culturales
Palabras como “barrera”, “cultura”, “motor”, “impacto”, “innovación”, “modelo”, “recurso” y “sostenibilidad” forman este clúster. Con 36 ocurrencias, 75 enlaces totales y una fuerza total de 107, este grupo subraya la creciente importancia de integrar prácticas sostenibles y superar barreras culturales en la industria hotelera. El año promedio de publicación (2023,30) sugiere que este tema está ganando relevancia en investigaciones recientes.

Métricas Generales

En total, se analizaron 25 palabras clave agrupadas en tres clústers principales. El promedio general del año de publicación fue 2023,38, indicando que estos temas son de alta actualidad en la literatura científica. La palabra clave “pandemia” se destacó como el término más frecuentemente relacionado, evidenciando su relevancia transversal en los clústers identificados.

Implicaciones del Análisis

Los resultados destacan tres áreas prioritarias para la investigación y práctica en el sector hotelero: la capacidad de respuesta ante crisis globales, la adopción de plataformas digitales como motor de innovación empresarial y la integración de sostenibilidad y consideraciones culturales como factores estratégicos clave. Estas áreas reflejan la necesidad de soluciones integradas que combinen innovación tecnológica, resiliencia operativa y sostenibilidad a largo plazo (ver tabla 2).

Tabla 2. Soluciones integradas propuestas

ÁREA PRIORITARIA	PALABRAS CLAVE ASOCIADAS	NECESIDAD IDENTIFICADA	OBJETIVO ESTRATÉGICO
Respuesta ante Crisis Globales	pandemia, crisis, resiliencia, recuperación	Soluciones para manejar crisis y fortalecer la resiliencia operativa.	Fomentar la capacidad de respuesta organizacional ante incertidumbre.
Innovación Empresarial mediante Plataformas Digitales	innovación, plataformas digitales, personalización, competitividad	Aprovechamiento de plataformas para transformar modelos de negocio.	Implementar tecnologías que optimicen servicios y procesos.
Sostenibilidad e Impulsores Culturales	sostenibilidad, cultura, valores locales, prácticas responsables	Integración de sostenibilidad ambiental con factores culturales.	Promover prácticas culturalmente conscientes y sostenibles.

Este análisis proporciona una base sólida para la discusión de tendencias clave y recomendaciones, orientando futuras investigaciones en torno a las oportunidades y desafíos que enfrenta el sector hotelero en su transición digital.

DISCUSIÓN

El presente estudio bibliométrico permitió identificar tendencias clave en la literatura sobre el uso de plataformas digitales en la industria hotelera, revelando tres áreas principales de interés: la gestión de pandemias y crisis, las plataformas digitales e innovación empresarial, y la sostenibilidad con impulsores culturales. Estas categorías no solo reflejan los temas más investigados, sino también las áreas donde existe una necesidad apremiante de soluciones prácticas y estrategias informadas.

En relación con la gestión de pandemias y crisis, los resultados destacan cómo la pandemia de COVID-19 impulsó la adopción de tecnologías digitales para mitigar sus efectos. Las redes temáticas construidas muestran que términos relacionados con “pandemia”, “crisis” y “resiliencia” están altamente conectados con conceptos como “innovación” y “recuperación” (El-Said et al., 2024). Este hallazgo confirma la relevancia de las estrategias de innovación impulsadas por crisis, ya señaladas por estudios previos (Liu & Ma, 2024). Sin embargo, persisten brechas en la literatura sobre la implementación a largo plazo de estas tecnologías y su sostenibilidad económica.

En cuanto a las plataformas digitales e innovación empresarial, el análisis resalta su papel en la transformación de los modelos de negocio en el sector hotelero. El uso de tecnologías como la inteligencia

artificial y el análisis de datos ha demostrado ser fundamental para personalizar servicios, mejorar la experiencia del cliente y optimizar recursos (Chauhan et al., 2022). Además, el clúster correspondiente evidencia la importancia de las plataformas colaborativas como Airbnb en la redefinición de la dinámica competitiva del sector (Fang & Li, 2022). Sin embargo, se identifica una falta de estudios que evalúen el impacto de estas plataformas en mercados emergentes, donde los contextos culturales y económicos presentan desafíos únicos.

Respecto a la sostenibilidad y los impulsores culturales, el análisis destaca que este es un tema emergente, con un año promedio de publicación más reciente en comparación con las otras categorías. Esto refleja una creciente preocupación por prácticas responsables que respondan tanto a exigencias ambientales como a valores culturales locales (Wąsowicz-Zaborek, 2025). Los hallazgos confirman que la sostenibilidad, junto con estrategias culturalmente conscientes, puede mejorar significativamente la percepción de las marcas y fomentar la lealtad del cliente (Guerra-Lombardi et al., 2024). No obstante, la literatura aún carece de enfoques integrales que aborden simultáneamente la sostenibilidad ambiental, la equidad social y la rentabilidad económica.

En términos generales, el análisis bibliométrico reveló que el objetivo del estudio, que consistía en analizar el impacto de las plataformas digitales en la innovación, sostenibilidad y resiliencia frente a crisis, se logró parcialmente. Si bien se identificaron patrones claros y temas prioritarios, persisten vacíos teóricos y prácticos que limitan una comprensión completa de cómo las plataformas digitales pueden integrarse de manera efectiva en contextos diversos.

CONCLUSIONES

Este estudio bibliométrico proporcionó una visión integral de las tendencias actuales en la investigación sobre plataformas digitales en la industria hotelera. Los resultados revelan que la pandemia de COVID-19 ha sido un catalizador para la adopción de tecnologías digitales, fomentando innovaciones en modelos de negocio y estrategias de recuperación. Además, las plataformas digitales emergen como herramientas esenciales para personalizar servicios, optimizar recursos y mejorar la sostenibilidad en el sector hotelero.

Los hallazgos destacan tres áreas principales: primero, la gestión de pandemias y crisis, donde la resiliencia organizacional y la capacidad de innovación han sido fundamentales; segundo, las plataformas digitales y la innovación empresarial, que han transformado la competitividad y la experiencia del cliente; y tercero, la sostenibilidad y los impulsores culturales, un tema emergente

que integra prácticas responsables con valores locales. Estas áreas representan no solo los logros actuales, sino también los desafíos y oportunidades para el desarrollo futuro.

Si bien el objetivo del estudio fue alcanzado al identificar estas tendencias clave, se reconocen limitaciones inherentes al enfoque bibliométrico, como la dependencia de palabras clave definidas por los autores y la exclusión de literatura en otros idiomas. Por tanto, futuras investigaciones deberían enfocarse en contextos específicos, como mercados emergentes, y en enfoques interdisciplinarios que integren sostenibilidad, innovación y cultura.

En conclusión, este estudio refuerza la importancia de las plataformas digitales como catalizadoras de cambio en la industria hotelera, ofreciendo un marco conceptual para guiar futuras investigaciones y estrategias prácticas en un sector que continúa evolucionando rápidamente.

REFERENCIAS

- Adongo, C. A., Dayour, F., Bukari, S., Akotoye, E. A., & Amissah, E. F. (2024a). Workaholism among young people in the ride-hailing travel economy. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(1), 100117. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100117>
- Adongo, C. A., Dayour, F., Bukari, S., Akotoye, E. A., & Amissah, E. F. (2024b). Workaholism among young people in the ride-hailing travel economy. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(1), 100117. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100117>
- Bianchi, R. V, & Milano, C. (2024). Polycrisis and the metamorphosis of tourism capitalism. *Annals of Tourism Research*, 104, 103731. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103731>
- Boccali, F., Mariani, M. M., Visani, F., & Mora-Cruz, A. (2022). Innovative value-based price assessment in data-rich environments: Leveraging online review analytics through Data Envelopment Analysis to empower managers and entrepreneurs. *Technological Forecasting and Social Change*, 182, 121807. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121807>
- Borges-Tiago, M. T., Almeida, A., Tiago, F. G. B., & Avelar, S. M. M. (2024). Bridging the innovative Attitude-Behavior Gap: A dual-level analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100561. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100561>
- Chaudhary, S., Kaur, P., Ferraris, A., Bresciani, S., & Dhir, A. (2024). Connecting entrepreneurial ecosystem and innovation. Grasping at straws or hitting a home run? *Technovation*, 130, 102942. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102942>
- Chauhan, C., Parida, V., & Dhir, A. (2022). Linking circular economy and digitalisation technologies: A systematic literature review of past achievements and future promises. *Technological Forecasting and Social Change*, 177, 121508. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121508>
- Deo, K., & Prasad, A. (2024). Factors influencing green energy consumer behaviour in Australia. *Journal of Cleaner Production*, 460, 142609. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.142609>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133(March), 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66(July), 102542. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- El-Said, O. A., Elhoushy, S., Smith, M., & Youssif, M. (2024). Crisis-driven innovation in hospitality: How do international hotel chains innovate to recover from a global crisis? *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103758. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103758>

- Fang, Y. H., & Li, C. Y. (2022). Does the sharing economy change conventional consumption modes? *International Journal of Information Management*, 67(October 2021), 102552. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102552>
- Gelashvili, V., Martínez-Navalón, J. G., DeMatos, N., & de Brito Correia, M. (2024). Technological transformation: The importance of E-WOM and perceived privacy in the context of opinion platforms. *Technological Forecasting and Social Change*, 205, 123472. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123472>
- Gozzoli, R. B., Gozzoli, P. C., & Wattanacharoensil, W. (2024). Resilience model for a destination support: Pattaya, Thailand. *Heliyon*, 10(4), e26599. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26599>
- Guerra-Lombardi, V., Hernández-Martín, R., & Padrón-Fumero, N. (2024). Drivers, barriers and key practices of corporate sustainability strategy implementation in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 120(May), 103791. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103791>
- Gupta, N., Sardana, D., & Lee, R. (2024). Dynamic capabilities that matter for business failure versus survival. *Industrial Marketing Management*, 116(May 2022), 40–50. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.11.004>
- Hossain, M. S. (2024). Textual feature engineering for purchase intent and customer satisfaction: Insights from marketing 4.0 and sentiment. *Sustainable Futures*, 8, 100385. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100385>
- Kaur, P., Talwar, S., Islam, N., Salo, J., & Dhir, A. (2022). The effect of the valence of forgiveness to service recovery strategies and service outcomes in food delivery apps. *Journal of Business Research*, 147, 142–157. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.020>
- Kluge, U., Ringbeck, J., & Spinler, S. (2020). Door-to-door travel in 2035 – A Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 157, 120096. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120096>
- Kumar, S., Kar, A. K., & Ilavarasan, P. V. (2021). Applications of text mining in services management: A systematic literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(1), 100008. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2021.100008>
- Le, T. H., Le, D. (Jenny), Nimri, R., & Quach Thaichon, S. (2024). Re-imagining delightful experiences in “New Normal” conditions: A systematic critical review and future research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103781. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103781>
- Lee, S.-H., Yun, J. J., Díaz, M. M., & Duque, C. M. (2021). Open Innovation through Customer Satisfaction: A Logit Model to Explain Customer Recommendations in the Hotel Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 180. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030180>
- Liu, Y., & Ma, L. (2024). Stock movement prediction in a hotel with multimodality and spatio-temporal features during the Covid-19 pandemic. *Heliyon*, 10(21), e40024. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40024>
- Luqman, A., Talwar, S., Masood, A., & Dhir, A. (2021). Does enterprise social media use promote employee creativity and well-being? *Journal of Business Research*, 131, 40–54. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.051>
- Mota, B., Rua, O. L., & Neira-Gómez, I. (2024). New advances in science mapping and performance analysis of the open innovation and tourism relationship. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100154. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100154>
- Nyuga, G., & Tanova, C. (2024). Assessing the mediating role of knowledge management in the relationship between technological innovation and sustainable competitive advantage. *Heliyon*, 10(23), e39994. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e39994>
- Pettas, D. (2024). Platform labour on the margins and beyond the digital realm: Mapping the landscape of “platform-generated labour” in the digitally mediated short-term rental market. *Digital Geography and Society*, 6, 100082. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2024.100082>

- Raghavendra, A. H., Bellary, S., Bala, P. K., & Mukherjee, A. (2024). Exploring user adoption of online hotel booking platforms: A text mining approach. *Procedia Computer Science*, 234, 106–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.02.157>
- Sanz-Lopez, F., Gallego-Losada, R., Montero-Navarro, A., & García-Abajo, E. (2024). Is the digitalisation the future of the luxury industry? *Heliyon*, 10(21), e40029. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40029>
- Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation and Knowledge*, 9(4), 100572. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100572>
- Shen, T., Downs, J., Hou, X., & Wang, Y. (2023). Digital marketplace: The role of probabilistic selling strategies in the travel industry. *Journal of Economy and Technology*, 1, 75–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ject.2023.10.003>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Wąsowicz-Zaborek, E. (2025). National culture as a factor in visitors' evaluations of hotel services. *International Journal of Hospitality Management*, 125(September 2023), 104009. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.104009>
- White, K., Cakanlar, A., Sethi, S., & Trudel, R. (2025). The past, present, and future of sustainability marketing: How did we get here and where might we go? *Journal of Business Research*, 187, 115056. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115056>
- Ying, S. (2024). Cross-cultural study of hotel practices as perceived by Chinese and North American travellers: A data mining analysis. *Heliyon*, 10(11), e31883. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31883>
- Zahoor, N., Golgeci, I., Haapanen, L., Ali, I., & Arslan, A. (2022). The role of dynamic capabilities and strategic agility of B2B high-tech small and medium-sized enterprises during COVID-19 pandemic: Exploratory case studies from Finland. *Industrial Marketing Management*, 105, 502–514. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.07.006>