



MEMORIA

II Congreso | **Sociedad de la Innovación y de la Inteligencia Artificial**

Universidad de Alicante | Facultad CC Económicas | 19-20/01/23

Organizan y colaboran:



INSTITUTO
DE ECONOMÍA
INTERNACIONAL
UNIVERSIDAD DE ALICANTE



UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



DEPARTAMENTO DE ANÁLISIS
ECONÓMICO APLICADO
UNIVERSIDAD DE ALICANTE



Cátedra de
RESPONSABILIDAD
SOCIAL
Universidad de Alicante



CÁTEDRA
DE BRECHA DIGITAL
GENERACIONAL



Torre Juana
Open Space Technology

Grupo de investigación
INNATUR
UNIVERSIDAD DE ALICANTE



Memoria

II Congreso Sociedad de la Innovación y de la Inteligencia Artificial Alicante, 19 y 20 de enero de 2023

Contenido

<i>Presentación.</i>	5
<i>Instrucciones del congreso.</i>	6
<i>Comité científico</i>	7
<i>Comité organizador</i>	7
<i>Llamada a las inscripciones.</i>	8
<i>Programa de presentaciones presenciales día 19 enero:</i>	9
<i>Programa de presentaciones online día 19 enero:</i>	10
<i>Programa eventos 20 enero:</i>	12
<i>Resúmenes de las ponencias.</i>	13
Pilar Herrero Caballero (Universidad de Alicante)	13
Álvaro Bernabeu-Bautista (Universidad de Alicante)	14
Alejandro Rodríguez Maroto (Universidad de Alicante)	15
Carlos M. Suárez Gargallo (Universidad de Alicante)	16
Marco A. Galicia Praskauer (Universidad Nacional Autónoma de México)	17
Iván Escudero Sánchez (Universidad Complutense de Madrid)	18
Wei Lin (Universidad de Alicante)	19
Eliabi López Jiménez (Universidad Nacional Autónoma de México)	20
Damian Tuset Varela (Universidad de Jaén)	21
Aimée Torres Penalva (Universidad de Alicante)	22
Marta Suárez Tostado (Universidad de Alicante)	23
Raquel Gil Monllor (Universidad de Alicante)	24
Francisco Conde Oria (Universidad de Cantabria)	26
Alejandro J. Pineda Sánchez (Keio University, Japón)	27
Ana M. Pereda Mirabal (Universidad de Burgos)	28
Giancarlo Alciaturi (Universidad Complutense de Madrid)	29
Victor-Hugo García (Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Madrid)	30
Beatriz Donayre Guerrero (Universidad del País Vasco)	31
Aline C. da Silva (Universidad Autónoma de Madrid)	32
Jaime Menéndez Sánchez (Universidad del País Vasco-UPV/EHU; Orkestra-Fundación Deusto; Deusto Business School)	33
Efraín Fandiño López (Universidad Paris Cité)	34

Mariana Huskinson (Universidad de Alicante)	35
Maryen Toledo Pérez (Universidad del Mar Campus Huatulco)	36
Ulises Fernández Saldaña (Universidad del Mar)	37
José Eduardo Cruz Esquivel (Universidad del Mar Campus Huatulco)	38
José Eduardo Cruz Esquivel (Universidad del Mar Campus Huatulco)	39
Karla Bastida García (Universidad del Mar Campus Huatulco)	40
Javier Martínez-Falcó (Universidad de Alicante)	41
Julia de las Obras-Loscertales Sampériz (Universidad Complutense de Madrid)	42
Luis Ernesto Paz Enrique (Universidad Nacional Autónoma de México)	43
Adriana Gil Hernandez (Universidad del Mar)	44
Israel Escudero-Castillo (Universidad de Oviedo)	45
Carlos Miranda Rodríguez (Euskal Herriko Unibertsitatea / Universidad del País Vasco)	46
<i>Mesa redonda “La digitalización del mercado laboral y de los sectores maduros”</i>	47
Participantes en la mesa redonda	53
Preguntas a debatir	53
<i>Decálogo de recomendaciones para la digitalización del mercado laboral y sectores productivos en España</i>	55

Presentación.

Segundo congreso en “Sociedad de la Innovación y de la IA” en la Universidad de Alicante, organizado por el grupo de investigación ECO-IA y la Facultad de Económicas

- El congreso tiene como objetivo promover y dar a conocer investigaciones sobre innovación digital e inteligencia artificial de estudiantes de máster y de doctorado, especialmente en el ámbito de las ciencias sociales.
- Se han seleccionado más de 30 trabajos de áreas relacionadas con la economía, el turismo o la gestión urbana. El objetivo del congreso es convertirse en un referente internacional en los próximos años.
- Cuenta con financiación del proyecto “Transición Digital e Innovación en el Mercado Laboral y los Sectores Maduros. Aprovechando la IA y la Economía de las Plataformas” (DILATO), con referencia TED2021-129600A-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea “NextGenerationEU”/PRTR.

El grupo de investigación en “Economía de la innovación y de la inteligencia artificial” (**ECO-IA**) del **Instituto de Economía Internacional** (IEI), en colaboración con la **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales** de la Universidad de Alicante, con el **Departamento de Análisis Económico Aplicado**, la **Cátedra de Responsabilidad Social**, la **Cátedra de Brecha Digital Generacional, Torre Juana**, el grupo de investigación **INNATUR** y con el grupo de investigación **Global Innovation Law and Policy (GIP LAW)**, han puesto en marcha el segundo congreso en **Sociedad de la innovación y de la inteligencia artificial**.

El congreso busca poner en valor las investigaciones del talento joven, que se encuentra inmerso en sus primeros trabajos relacionados con la innovación, la digitalización, la ciencia de datos o la inteligencia artificial. Con ello se pretende dar visibilidad a la investigación novel, compartir conocimientos y fomentar colaboraciones entre estudiantes, profesores y grupos de investigación.

En esta segunda edición, tras el éxito de los quince trabajos presentados el año pasado, se han seleccionado más de **30 trabajos** que recogen temas variados pero de especial relevancia para la sociedad alicantina, como es la modernización del **sector turístico**, la monitorización de la **gestión urbana** con nuevas tecnologías, el **impacto de la IA** en el crecimiento económico, o la **sostenibilidad** medioambiental.

El acto tendrá lugar los días **19 y 20 de enero de 2023, de 9:15 a 18:00 y de 10:00 a 14:30 respectivamente** en el aula Ernest Lluch (Facultad de Económicas) de la Universidad de Alicante. **Toda la información sobre los**

horarios y presentaciones está recogida en la página web del grupo de investigación ECO-IA: web.ua.es/es/eco-ia

Instrucciones del congreso.

El **II congreso en Sociedad de la Innovación y de la inteligencia artificial** surge como espacio para compartir y conocer las líneas de trabajo de los **estudiantes** inmersos en proyectos de fin de estudios (TFGs y TFM) o tesis doctorales **relacionadas con el grupo de investigación Eco-IA**.

Participantes:

Solo podrán participar en el congreso:

- Estudiantes que están inmersos en sus proyectos de fin de estudios (**TFGs y TFM) o tesis doctorales**.
- Estudiantes que han leído sus TFM) o tesis doctorales en el último año natural.

Inscripción:

- La inscripción se hará en la web: web.ua.es/es/eco-ia => Sección Eventos del grupo
- Una vez inscritos, nos pondremos en contacto para solicitar un resumen de la presentación de un máximo de 250 palabras. Este resumen se deberá enviar, como muy tarde, el **16 de enero**.

Desarrollo del congreso:

- Los estudiantes tendrán un tiempo limitado de exposición (**10 minutos para TFGs, 15 minutos para TFM) y tesis doctorales**).
- A continuación, se harán algunas recomendaciones a su trabajo (5 minutos para TFGs, 10 minutos para TFM) y tesis doctorales).
- Se debe asistir al 50% de las sesiones para recibir el diploma de participación. Se entregará una constancia al mejor trabajo.

Comité científico

El comité científico del II Congreso Sociedad de la innovación y de la Inteligencia Artificial está formado por:

Luis Moreno Izquierdo (Presidente del comité científico)
Leticia Serrano Estrada (Presidenta del comité organizador)
Estrella Gómez Herrera
Aurelio López-Tarruella Martínez
Irene Bajo García
Natalia Papí Gálvez
Andrés Pedreño Muñoz
Ana Ramón Rodríguez
Yolanda Bustos Moreno

Comité organizador

El comité organizador del II Congreso Sociedad de la innovación y de la Inteligencia Artificial está formado por:

Luis Moreno Izquierdo
Leticia Serrano Estrada
Olimpia Alcaraz Bautista
Alejandra Corbalán Garrigós
Adrián Más Ferrando
Jesús Navarro Navarro
Eva del Mar Pérez Fernández
Aimée Torres Penalva
Marta Suárez Tostado
Alexandre Peretó Rovira
Eliabi López Jiménez

Llamada a las inscripciones.

El congreso "Sociedad de la innovación y la IA" está dirigido a estudiantes que se encuentran en proceso de realización de trabajos de fin de estudios (grado y máster oficial) y de doctorado, y para aquellos que lo acaban de presentar.

La idea es conocer las líneas de investigación relacionadas con la innovación y la inteligencia artificial que tienen lugar especialmente en el ámbito de la Universidad de Alicante, y captar talento para futuros proyectos e investigaciones.

Registre sus datos si desea participar en el congreso "Sociedad de la Innovación y la IA", que tendrá lugar los días 19 y 20 de enero. Los horarios definitivos y el lugar de presentación (siempre en la UA) se darán a conocer una vez tengamos cerrado el número de participantes.

Se deberá enviar, como muy tarde el 16 de enero, un resumen de la presentación de un máximo de 250 palabras.

Programa de presentaciones presenciales día 19 enero:

AUTOR/A	TÍTULO DEL TRABAJO
Pilar Herrero Caballero	IA aplicada a la movilidad aérea urbana: Drones. Beneficios, retos y desafíos actuales.
Álvaro Bernabeu-Bautista	La relevancia del espacio público en los centros históricos de la ciudad mediterránea. Una mirada a través de las redes geolocalizadas.
Alejandro Rodríguez Maroto	Laboratorio de Innovación Social: espacio interdisciplinar de identificación y elaboración de propuestas para el abordaje de retos sociales, económicos y medioambientales de comunidades y municipios.
Carlos M. Suárez Gargallo	The Triple Bottom Line concept and the Sustainable Balanced Scorecard.
Marco A. Galicia Praskauer	Disputas discursivas sobre el calentamiento global y el cambio climático en el espacio público político en Estados Unidos 1988-2001.
Iván Escudero Sánchez	Puntos de inflexión en los factores estratégicos del avance tecnológico de los países.
Wei Lin	Gestión de la calidad del alojamiento colaborativo.
Eliabi López Jiménez	Las Turas Turísticas Económicas del estado de Oaxaca ¿Hacia un modelo de destino turístico inteligente?
Damian Tuset Varela	Principales desafíos jurídicos de la Inteligencia Artificial: un análisis de Estados Unidos y Europa.
Raquel Gil Monllor	Las consecuencias del Brexit para la población británica en la provincia de Alicante desde la perspectiva de género.
Aimée Torres Penalva	Innovación e IA: Una oportunidad para el turismo español en la era post COVID-19.
Marta Suárez Tostado	El desempeño innovador y la competitividad turística: un análisis longitudinal

Programa de presentaciones online día 19 enero:

AUTOR/A	TÍTULO DEL TRABAJO
Francisco Conde Oria	Big Data climático-turístico: estudio del impacto del cambio climático en el turismo de Cantabria en los próximos años.
Alejandro J. Pineda Sánchez	Place attachment in shrinking areas around Tokyo: Anticipating decline by mapping Severyday community life.
Ana M. Pereda Mirabal	Derecho de autor v/s Minería de Textos y Datos: un análisis técnico - jurídico.
Giancarlo Alciaturi	Inteligencia Artificial y Geo Big Data para la cartografía de los arrozales. Cuenca Laguna Merín, Uruguay.
Victor-Hugo García	"Un tigre sueco" en el siglo XXI: Gobernanza y ciberseguridad en Europa del Norte.
Beatriz Donayre Guerrero	Webtelling. Prácticas y usos del storytelling en el sitio web corporativo.
Aline C. da Silva	Brand personality appeal and affective engagement from brand content on Instagram.
Jaime Menéndez Sánchez	Análisis de las estrategias de sostenibilidad de las compañías petroleras.
Efraín Fandiño López	La originalidad de las obras creadas con inteligencia artificial.
Mariana Huskinson	Accesibilidad urbana y espacios públicos: métodos de análisis, criterios de buenas prácticas y estrategias de intervención a partir de la opinión ciudadana.
Maryen Toledo Pérez	El Marketing Digital como aliado perfecto para impulsar el Turismo.
Ulises Fernández Saldaña	Revitalizando las artesanías: Utilizando estrategias de Márketing 5.0 y las tecnologías emergentes para superar la crisis del oficio artesanal en el sector turístico.
José Eduardo Cruz Esquivel	Capital social comunitario, el primer paso hacia la sustentabilidad de una comunidad turística.
José Eduardo Cruz Esquivel	El turismo convencional y alternativo en los modelos de evolución turística.

Karla Bastida García	Experiencias de viaje con narrativa oaxaqueña: turismo literario en México.
Javier Martínez Falcó	El enoturismo y la innovación verde: una perfecta simbiosis.
Julia de las Obras-Loscertales Sampérez	El impacto de la COVID-19 en el turismo nacional en España: cambios en los comportamientos espaciales turísticos. Un análisis comparativo a partir de datos de telefonía móvil y su representación cartográfica.
Luis Ernesto Paz Enrique	El análisis de grandes volúmenes de información científica para el análisis de campos científicos. El caso del desarrollo comunitario en América Latina y el Caribe.
Adriana Gil Hernández	Las estrategias de comercialización y apropiación digital de las AAVV en la era post COVID.
Israel Escudero Castillo	El teletrabajo y su repercusión en el bienestar psicológico.
Carlos Miranda Rodríguez	El uso de las TICS y su relación con reducción de la pobreza: estudio de impacto en los asentamientos informales en la Región Metropolitana de Santiago de Chile.

Programa eventos 20 enero:

EVENTO	TÍTULO DE LA SESIÓN
Mesa Redonda	“La digitalización del mercado laboral y de los sectores maduros”, donde intervienen investigadores del proyecto competitivo “Transición Digital e Innovación en el Mercado Laboral y los Sectores Maduros”.
Defensa tesis doctoral	“Economía de la innovación y la digitalización del turismo: un estudio de Airbnb aplicando técnicas econométricas y redes neuronales” del doctorando e investigador junior de la Universidad de Alicante, Adrián Más Ferrando.

Resúmenes de las ponencias.

IA aplicada a la movilidad aérea urbana: Drones. Beneficios, retos y desafíos actuales.

Pilar Herrero Caballero (Universidad de Alicante)

Nos encontramos inmersos en una revolución tecnológica, la Cuarta Revolución Industrial, donde el creciente empleo y desarrollo de la IA aplicada a múltiples ámbitos ha comportado unos niveles de innovación, desarrollo, avance y progreso para la sociedad tan elevados y, en ocasiones tan beneficiosos, que ha conllevado la aparición de nuevos instrumentos y situaciones que requieren de la oportuna regulación jurídica ante las posibles vulneraciones de derechos fundamentales que los mismos puedan ocasionar así como los desequilibrios, daños y situaciones inseguras fruto de esta actividad tecnológica.

Una de las aplicaciones de la IA la encontramos en los “drones” o aeronaves no tripuladas, las cuales crecen en su uso por parte de la sociedad a la par que se requiere de una normativa más armonizada al respecto. Al hilo de ello destacaremos sus múltiples y útiles empleos con los beneficios que ello genera para los actores intervinientes y cómo en muchas ocasiones los beneficios obtenidos también plantean desafíos y retos que el legislador debe abordar desde una perspectiva sistémica.

Finalmente abordaremos el U-Space y los Sandbox, ya que la premisa fundamental en la actividad de estas aeronaves es la seguridad en sus operaciones, para lo cual necesitarán de una plataforma segura para sus pruebas y de un espacio aéreo habilitado para su vuelo junto a aeronaves tripuladas, lo cual constituye uno de los grandes desafíos a los que hacer frente dentro del ámbito de actividad de este tipo de aeronaves y donde la IA tiene un importante papel que desempeñar.

La relevancia del espacio público en los centros históricos de la ciudad mediterránea. Una mirada a través de las redes sociales geolocalizadas.

Álvaro Bernabeu-Bautista (Universidad de Alicante)

Este estudio contribuye al conocimiento existente sobre los aspectos que conducen al éxito de los espacios públicos en la actualidad. Para ello, se implementan datos generados por usuarios provenientes de redes sociales geolocalizadas con el objetivo de identificar, caracterizar y comparar los espacios públicos de mayor éxito situados en los centros históricos de cuatro ciudades del Arco Mediterráneo Central Español (Valencia, Alicante, Castellón de la Plana y Elche). En concreto, se obtienen datos de Google Places, Foursquare, Twitter e Instagram para obtener información sobre la oferta y la demanda de actividad económica y urbana, la presencia espaciotemporal de personas en los espacios urbanos y la imagen urbana colectiva de los espacios públicos y su entorno inmediato (específicamente 500 metros de distancia desde los accesos a las plazas).

Los resultados sugieren que el éxito de estos espacios públicos en la actualidad está fuertemente asociado a: [1] la complejidad funcional de los edificios situados en las intersecciones de las calles que desembocan a estos espacios; [2] la existencia de otros hitos, lugares de interés y/o actividades en las inmediaciones de los espacios públicos (en un máximo de 3-5 minutos a pie); [3] la buena conectividad con otros barrios y áreas de la ciudad y la presencia de una buena infraestructura peatonal; y [4] la importancia de acoger festividades o celebraciones locales que generen un sentimiento de comunidad y pertenencia en la población. Estos resultados pueden contribuir a la definición de proyectos estratégicos de regeneración de áreas urbanas con el fin de generar entornos sociales, en lugar de propuestas puntuales limitadas a un espacio público concreto.

Laboratorio de Innovación Social: espacio interdisciplinar de identificación y elaboración de propuestas para el abordaje de retos sociales, económicos y medioambientales de comunidades y municipios.

Alejandro Rodríguez Maroto (Universidad de Alicante)

Este proyecto de emprendimiento enmarcado en el Máster de Innovación Social y Dinámicas de Cambio tiene como objetivo fomentar el crecimiento de nuestro ecosistema de Innovación Social que aspira a conectar e implicar a más agentes sociales de la Administración Pública, el Sector Privado, la Sociedad Civil (organizada y no organizada) y la Academia en el abordaje de retos sociales.

Para ello, se desarrollan los procesos inclusivos y participativos en el que los distintos agentes sociales pueden trabajar en conjunto para la toma de decisiones en lo relativo a la identificación de retos sociales, económicos y medioambientales y las propuestas para su debido abordaje. Se van a trabajar estos retos junto con las personas/actores implicados a través de la reflexión sobre estos retos, sus posibles orígenes, desarrollo, evolución, situación actual y tendencias, identificar cuáles son los elementos clave y establecer una serie de objetivos/metetas para su abordaje.

Para ello, los actores sociales implicados vamos a codiseñar las propuestas o líneas estratégicas de acción elaboradas a partir de estos procesos inclusivos y participativos para su eficiente planificación, trabajo de campo, evaluación e impacto. Tales proyectos, programas y acciones de intervención social se orientan hacia el abordaje de los retos sociales que la población haya considerado más importantes, urgentes o prioritarios.

Esta iniciativa surge como respuesta a la creciente demanda social para la capacitación de profesionales y entidades desde enfoques de derechos humanos, corresponsabilidad social, interdisciplinariedad y trabajo en red para el correcto abordaje de retos sociales, económicos y medioambientales emergentes.

The Triple Bottom Line concept and the Sustainable Balance Scorecard.

Carlos M. Suárez Gargallo (Universidad de Alicante)

In 1992 Kaplan and Norton presented the Balanced Scorecard (BSC), designed to provide managers a tool to help them in translating the strategy at all levels of the firm. It establishes a relationship between the long-term goals of the firm –placed in the strategy and traditionally available only for top managers– with the short-term actions, being so understandable for frontline employees, aligning goals to be achieved in a future with goals to be achieved now. Since then, the BSC has experimented a permanent evolution, developing different features as the strategy maps or the Office of Strategy Management (OSM).

Within the past 10 years, sustainability started to be included into the BSC under the denomination of ‘Sustainable Balanced Scorecard (SBSC)’, although following different approaches: integrating it into the traditional BSC frame, maintaining the four perspectives; adding a fifth or even a sixth perspective; or creating a parallel sustainable balanced scorecard. This SBSC has been growing with the years, as an answer to the environmental and social issues, where the firm works daily with.

The Triple Bottom Line (TBL) was coined by Elkington in 1994, to open a debate in putting at the core of the strategy three different dimensions: the economic, the environmental, and the social. Or, in other words, ‘be sustainable’: sustainable in business, sustainable with the environment, and sustainable with the community.

The integration of the TBL into the SBSC follows a natural process, although only Kaplan and few authors have tackled this issue so far.

Disputas discursivas sobre el calentamiento global y el cambio climático en el espacio público político en Estados Unidos 1988-2001.

Marco A. Galicia Praskauer (Universidad Nacional Autónoma de México)

El siguiente trabajo hace uso de la socio-semiótica o teoría de los discursos sociales, para estudiar la construcción en el espacio público político de Estados Unidos de términos como “cambio climático” y “calentamiento global”. Hace especial énfasis en la interacción entre las instituciones científicas y las instituciones de gobierno, sobre todo el parlamento.

Este análisis se hace a través de un corpus de documentos y un análisis institucional de la interacción entre las instituciones de gobierno y las instituciones científicas, tanto estadounidenses como internacionales. Esto con el fin de explorar en general el debate sobre la ontología pública del cambio climático y calentamiento global.

Algunas de las principales instituciones a analizar son las empresas energéticas, institutos científicos, órganos políticos y centros de pensamiento. Actores que construyen las ontologías cívicas del cambio climático, su conceptualización y sus propuestas de políticas públicas a través de un poco más de una década de 1988 a 2001.

En este periodo se pueden observar fenómenos como la cimentación de una alianza científica internacional que da lugar al nacimiento de un consenso científico-político global sobre la existencia del cambio climático antropogénico y medidas para combatirlo y mitigarlo, a su vez que una poderosa maquinaria de propaganda que va a negar la existencia de este. El resultado de este choque es tanto el planteamiento como el bloqueo del protocolo de Kyoto

Puntos de inflexión en los factores estratégicos del avance tecnológico de los países.

Iván Escudero Sánchez (Universidad Complutense de Madrid)

En esta investigación se examina empíricamente la existencia de rendimientos no lineales en los principales factores determinantes de la Productividad Total de los Factores (PTF). Entre los que se incluyen la distancia a la frontera tecnológica, la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y el capital humano. El objetivo es identificar los puntos de inflexión que describen estos factores en su relación con el avance de la PTF bajo este supuesto no lineal. Para ello, se ha propuesto un modelo de relaciones cuadráticas entre las variables con un panel de datos de 123 países para el periodo de 1995-2017. Los resultados alcanzados son significativos y revelan que tanto la brecha tecnológica como el capital humano exhiben rendimientos en forma de “U”, mientras que la inversión en I+D manifiesta incrementos decrecientes.

Gestión de la calidad del alojamiento colaborativo.

Wei Lin (Universidad de Alicante)

Muchos estudios confirman que una correcta gestión de la calidad ayuda a mejorar los resultados de las empresas. La gestión de la calidad se considera como una herramienta eficaz para fortalecer las empresas, y se ha convertido en una práctica básica en sus operaciones cotidianas. En el contexto de las empresas turísticas, la gestión de la calidad es también un factor clave para mejorar su competitividad y alcanzar el éxito.

Dentro de las empresas turísticas, este trabajo analiza las empresas de alojamiento colaborativo cuya reciente historia, inmadurez, crecimiento extensivo, y su limitado tamaño del equipo hacen que la gestión de la calidad sea más difícil y esté menos desarrollada. En este tipo de empresas, la competitividad en el mercado sigue aumentando por la incertidumbre política y la aparición creciente de los rivales.

A tenor de la revisión de la literatura, se observa que no existen suficientes estudios sobre la gestión de la calidad aplicados al alojamiento colaborativo. De esta forma, esta tesis doctoral se centra en la gestión de la calidad en el sector del alojamiento colaborativo y, tiene como objetivos a) analizar la situación actual de la gestión de la calidad, b) identificar los criterios clave para su implementación y, por último, c) proponer un modelo para dicho sector.

Las Rutas Turísticas Económicas del estado de Oaxaca ¿Hacia un modelo de destino turístico inteligente?

Eliabi López Jiménez (Universidad Nacional Autónoma de México)

Esta investigación tiene el objetivo de analizar cómo se ha gestionado el destino turístico ciudad de Oaxaca, México, a partir de un programa de política gubernamental aplicada al ámbito turístico denominado: Rutas Turísticas Económicas; el cual tuvo la finalidad, según la visión gubernamental, de apuntar hacia un destino turístico local sustentable, inteligente, competitivo, innovador y con una visión estratégica.

El argumento anterior, es propio del contexto globalizador al que se han tenido que sumar los destinos turísticos ante las exigencias de un mercado más competitivo, por lo que investigaciones recientes sobre el desarrollo de destinos turísticos, han defendido la necesidad de gestionar estos sobre los principios de lo que se ha denominado una buena gobernanza, término que según la OMT (2010), debe promover la coordinación y colaboración entre los distintos niveles de gobierno, y entre los diferentes actores y sectores que componen el sistema turístico con la finalidad de dirigir de manera eficiente el mismo.

En este sentido, dado que la gobernanza se materializa en la existencia de instrumentos normativos, estructurales y organizativos relacionados con la capacidad de gestión, se busca responder si las acciones planteadas hacia un destino turístico inteligente, como se lo propuso esta acción de política turística, en la práctica son llevadas a cabo entre los actores participantes en estas rutas turísticas, tomando en consideración los ejes de innovación, competitividad, cooperación, colaboración y coordinación como variables clave para alcanzar el modelo de desarrollo turístico que se busca.

Principales desafíos jurídicos de la Inteligencia Artificial: un análisis de Estados Unidos y Europa.

Damian Tuset Varela (Universidad de Jaén)

La inteligencia artificial (IA) plantea una serie de desafíos jurídicos en todos los ámbitos, pero especialmente en el mundo jurídico. Existen tres grandes formas de abordar la regulación de estos desafíos: el capitalismo de la vigilancia, el Estado de vigilancia y el sistema humanista. Los desafíos van desde la responsabilidad (determinar quién es responsable en caso de un accidente o un daño causado por un sistema de IA), la privacidad (como se protege la privacidad de los datos personales utilizados para entrenar y operar los sistemas de IA), la igualdad (analizar cómo se garantiza que los sistemas de IA no perpetúen la discriminación o la desigualdad en su diseño y operación), la transparencia (sistemas de IA sean transparentes y explicables para los usuarios y las autoridades reguladoras) hasta la seguridad (la protección de los sistemas de IA frente a ataques y ciberamenazas).

Europa ha optado por una regulación humanista, en la que se plantea un equilibrio entre los derechos de los ciudadanos y la innovación. En 2019, la Comisión publicó las Directrices éticas para una Inteligencia Artificial de confianza y en 2020 vio la luz el Libro Blanco sobre Inteligencia Artificial, una estrategia industrial de la IA para que Europa adopte y lidere el desarrollo de esta tecnología, a la vez que propone un marco legislativo que impulse la confianza en la IA respetando los derechos fundamentales y la ética de Europa. En marzo de 2021 con la publicación de la Ley de Inteligencia Artificial, una propuesta para regular los usos de la IA con el fin de abordar adecuadamente los beneficios y riesgos de su uso.

En Estados Unidos en octubre de 2022 se ha presentado un plan de Derechos Fundamentales de la Inteligencia Artificial (“Blueprint for an AI Bill of Rights”). La propuesta estadounidense hace hincapié en sistemas seguros, protección frente a la discriminación algorítmica, la protección de datos y las alternativas humanas. El marco legal actual para la IA está compuesto por leyes sectoriales y regulaciones gubernamentales, mientras que en Europa, se ha adoptado un enfoque más regulatorio, a través del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la futura regulación de IA. Sin embargo, en ambos lugares, no existe una regulación específica para la IA, esto hace que los desafíos mencionados anteriormente son abordados de manera fragmentaria y puede generar dificultades para el desarrollo y aplicación de la IA de manera ética y segura.

En su día el RGPD tuvo un impacto en la normativa internacional y, especialmente, en la americana, lo que se vino a conocer como “efecto Bruselas”. ¿Tendrá el mismo efecto el Reglamento europeo en materia de IA?

Innovación e IA: Una oportunidad para el turismo español en la era post COVID-19.

Aimée Torres Penalva (Universidad de Alicante)

El valor de la innovación en la actividad económica resulta innegable, al igual que la importancia del turismo en la economía española. Sin embargo, tradicionalmente se ha considerado que el turismo es menos innovador que otros sectores, provocando que se haya prestado menor atención a las investigaciones sobre esta cuestión.

Con la llegada de la pandemia y su destructivo impacto sobre el turismo, el interés por las nuevas tecnologías aplicadas al sector alcanza su auge. Por ello, el presente trabajo busca constatar si el uso de estas, y en concreto de la IA, supone una oportunidad para el sector turístico español en la era post COVID-19.

Para ello, se lleva a cabo un análisis descriptivo de diversos casos de éxito en la aplicación de esta tecnología en el sector, así como una solución propia para dar respuesta a uno de los problemas derivados de esta nueva situación: el uso de mascarillas.

El desempeño innovador y la competitividad turística: un análisis longitudinal

Marta Suárez Tostado (Universidad de Alicante)

La irrupción de la economía digital ha supuesto un reto mayúsculo para las organizaciones públicas y privadas del ámbito turístico, en la medida en la que se han visto inmersas en una carrera de fondo por la búsqueda de alternativas capaces de generar y mantener la competitividad de los destinos. En este punto, ha sido clave el trabajo dedicado al diseño y vertebración de políticas públicas orientadas hacia el desarrollo y fomento de la I+D+i en la planificación y gestión turística como respuesta a las incipientes muestras de agotamiento del sector. Este asunto no se ha abordado igual desde todos los países, ni siquiera entre las regiones de un mismo país.

Por eso, esta investigación cuantitativa de alcance descriptivo pretende estudiar la evolución del desempeño innovador y la competitividad turística en Europa. Relacionando el Índice Regional de Innovación (Regional Innovation Scoreboard, EU) con el número de llegadas de turistas a los países europeos (EUROSTAT), utilizando esta última variable para medir la competitividad en los destinos. Para ello se propone un panel de datos de 250 regiones europeas (NUTS2) para el período 2015-2021. Los primeros resultados apuntan a una evolución de la capacidad innovadora desigual a lo largo de la geografía europea, afectando concretamente a los países del sur de Europa, asociados a estructuras económicas fuertemente relacionadas con el sector servicios, y por tanto, turístico.

Las consecuencias del Brexit para la población británica en la provincia de Alicante desde la perspectiva de género.

Raquel Gil Monllor (Universidad de Alicante)

Las migraciones por estilo de vida (lifestyle migration en inglés) son un campo poco estudiado en España, teniendo en cuenta la importancia de este fenómeno en zonas como la provincia de Alicante. Mucho menos investigado está desde la perspectiva de género, a pesar de que esta variable ha demostrado ser determinante en cualquier tipo de movimiento migratorio.

Dado que en esta provincia predominan los lifestyle migrants de origen británico, el proceso de salida de la Unión Europea por parte del Reino Unido (también llamado "Brexit") presenta una situación insólita para este tipo de migrantes, que suelen mantener fuertes conexiones con su lugar de origen y a menudo viven en un limbo registral en sus destinos.

Por ello, este trabajo analiza cualitativamente los efectos, diferenciados por razón de género, que ha tenido el Brexit en la población británica asentada en la provincia de Alicante. Tras realizar una serie de entrevistas, concluimos que el Brexit, como traba legal e institucional, ha supuesto un impacto considerable para el conjunto de esta población. No obstante, el peso de esta dificultad parece recaer principalmente en las mujeres, que acostumbran a encargarse de

gestionar las agitaciones familiares, así como tienen dificultades añadidas para adaptarse a su nuevo estilo de vida transnacional.

Siendo así, existe una necesidad de avanzar en el estudio de los impactos de género en las comunidades de lifestyle migrants, más allá de las migraciones tradicionales, para conseguir comunidades más sostenibles e igualitarias, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Big Data climático-turístico: estudio del impacto del cambio climático en el turismo de Cantabria en los próximos años.

Francisco Conde Oria (Universidad de Cantabria)

El turismo es una actividad económica con una importancia creciente, de hecho, ya implica a una de cada seis personas, por lo que es necesario el análisis de sus componentes para medir su volumen e importancia. Entre ellos, las condiciones atmosféricas son uno de los principales recursos, ya que facilitan la realización de actividades específicas, influyen en el nivel de satisfacción y definen unos calendarios turísticos específicos.

Con las variaciones climáticas producidas por el cambio climático resulta conveniente el análisis de su impacto en las actividades recreativas para ver qué ocurrirá en los próximos años con el turismo. Para ello, se requiere de un gran volumen de datos climáticos y turísticos que muestran las preferencias establecidas, reveladas y declaradas del turista en función de las condiciones atmosféricas.

Los índices climáticos turísticos, que emplean los datos reales de frecuentación turística y de meteorología, producidos de forma continua, y los resultados de encuestas sobre la planificación, las preferencias climáticas y la satisfacción del turista, son útiles para conocer los hábitos de los turistas.

El resultado de estos índices puede ser introducido en los modelos futuros de cambio climático y en los escenarios de aptitud climático-turística para analizar las posibilidades que ofrecerá en el futuro. En suma, anticipar los cambios en el comportamiento de los flujos y la demanda turística regional, resultando de gran interés para la toma de decisiones a medio y largo plazo, y lo que es más importante, formular estrategias de adaptación y previsión de medidas correctoras, y/o de mitigación.

Place attachment in shrinking areas around Tokyo: Anticipating decline by mapping Severyday community life.

Alejandro J. Pineda Sánchez (Keio University, Japón)

The shrinkage of urban peripheries in metropolitan areas is a growing phenomenon, and planners worldwide are exploring ways to regenerate them. In Japan, most suburban towns are expected to experience the highest effects of depopulation in the coming decades. High-speed economic and population growth transformed these peripheries into urban sprawl, with a mix of residential and agricultural areas. In the current post-growth era, the increasing vacant spaces are unevenly piercing the urban built environment, hindering the application of regeneration strategies. Most policies addressing this issue propose generic economic and demographic goals, unable to turn them into concrete interventions. In this context, mapping the subjective components of place, such as place identity and attachment, can help unveil clear spaces and structures which can complement previous policies in designing rooted strategies to face decline.

After reviewing the causes and consequences of urban decline, and the particularities of the Japanese case, this research presents two case studies of subjectivities mapping in suburban areas around Tokyo. The first one proposes an identity-building method, which collects the radically exterior perceptions of international visitors to trigger conversations with residents in Chōfu city. The second one develops a participatory-mapping methodology based on the knowledge of the local stakeholders of Minamiashigara city. The final aim of these methodologies is to find critical elements to consider when developing design strategies to anticipate decline. The proposed research methods and many of the findings can be applied to other areas facing similar threats, not only in Japan but also worldwide.

Derecho de autor v/s Minería de Textos y Datos: un análisis técnico-jurídico.

Ana M. Pereda Mirabal (Universidad de Burgos)

Los puntos de convergencia entre el Derecho de autor y la sociedad digital resultan polémicos. El uso cada vez mayor de la Inteligencia Artificial (IA) empleando técnicas como la minería de textos y datos, cuando estos contenidos son obras protegidas por la propiedad intelectual desata conflictos pendientes de solución.

La Unión Europea (UE) ha intentado armonizar los intereses en pugna a través de la Directiva 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital. El Título II de la Directiva regula las excepciones y limitaciones al Derecho de autor en el entorno digital y transfronterizo, con el ánimo de establecer un sistema de límites que armonice el Derecho de la Unión Europea en materia autoral teniendo en cuenta las exigencias impuestas por el mercado único digital.

La Directiva se transpone al ordenamiento jurídico español a través del Real Decreto- Ley 24/2021, percibiéndose en ambos casos que la excepción de Minería de Textos y Datos se concibe como una herramienta para garantizar la competitividad geopolítica y económica frente a países como China y Estados Unidos, apartándose del sentido y fundamento que debe distinguir una limitación al Derecho de autor en el sistema continental. Salvando las distancias entre la regulación que hace la Directiva de la excepción de Minería en dos supuestos diferentes y la que hace España, de manera confusa, en un único supuesto, el denominador común en ambos cuerpos normativos apunta a un cuestionamiento de la excepción al amparo de la regla de los tres pasos.

En este sentido se parte de reconocer que la minería de textos y datos permite una nueva explotación de la obra porque las tecnologías de la información y las comunicaciones están basadas en procesos de copia y reproducción de obras protegidas por el Derecho de autor. Por su parte la inteligencia artificial se desarrolla a través de minería de textos y datos, actividad que incide de forma directa en la sistemática tradicional de la regulación de la materia autoral aun cuando se intente configurar como una excepción a las facultades exclusivas de autores y titulares. En consecuencia, se hace necesario armonizar estos intereses contrapuestos con adecuada técnica jurídica dentro del cambiante contexto digital.

Inteligencia Artificial y Geo Big Data para la cartografía de los arrozales. Cuenca Laguna Merín, Uruguay.

Giancarlo Alciaturi (Universidad Complutense de Madrid)

Basándose en herramientas de la Inteligencia Artificial (IA) y el Geo Big Data (GeoBD), se pretende comparar el desempeño de los algoritmos Random Forest (RF) y Support Vector Machine (SVM) para ejecutar clasificaciones supervisadas a partir de extensos juegos de imágenes satelitales Sentinel 1 (S1) y Sentinel 2 (S2). El objetivo es cartografiar los arrozales y otras clases de uso y cobertura del suelo (UCS) para la Cuenca Laguna Merín (CLM) en territorio uruguayo, zafra 2019 - 2020. La metodología incluye: la revisión bibliográfica, la consulta a expertos, la conformación de la base de datos, la aplicación de transformaciones espectrales, la creación de los campos de entrenamiento, el ajuste de los hiperparámetros, la ejecución de los algoritmos de clasificación supervisada y la validación de los productos. Se subraya que el procesamiento de las citadas imágenes tiene lugar en la plataforma Google Earth Engine (GEE), mediante el desarrollo e implementación de códigos en el lenguaje Python. Durante la fase experimental son alcanzados resultados satisfactorios, no obstante, se harán ajustes para optimizar los mismos. La metodología es promisoría, dado que es potencialmente reproducible y ajustable para análisis contextualizados en diferentes horizontes de tiempo o ámbitos espaciales. A la luz de la experiencia, se afirma que el empleo de la IA y el GeoBD son recursos idóneos para el estudio de fenómenos con una compleja dinámica espacio temporal.

“Un tigre sueco” en el siglo XXI: Gobernanza y ciberseguridad en Europa del Norte.

Victor-Hugo García (Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, Madrid)

El contexto actual de polarización de la política internacional afectó decisivamente al Reino de Suecia. Así, los constante ciberataques, hackeos y conflictos en Ucrania llevados adelante por su verdadero “enemigo atávico”, la Federación Rusa, determinaron que no solo abandonara su perdurable neutralidad, sino que el Ministerio de Defensa sueco elaborara un plan que, por comprender los sectores civiles y militares, lleva el nombre de Defensa Total (Totalförsvaret).

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las medidas relativas a la ciberseguridad contempladas en este programa y los debates en torno a estas. De esta forma, la primera parte pretende delinear los principales aspectos de la Defensa Total y el lugar que otorga a la ciberseguridad (definida como la protección de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información y, puede agregarse, de los servicios esenciales). En la segunda parte se describe como cierto sector de la política pretende tergiversar este rol clave de las Fuerzas Armadas suecas (Försvarsmakten) haciendo referencia a la tensión entre seguridad y libertad que involucra el uso del ejército en la investigación de delitos comunes. Asimismo, se analizan distintos casos en los que es visible que las funciones que intenta atribuírsele a las FFAA son cumplidas con eficiencia por la Policía Sueca; fuerza que colabora asiduamente, por ejemplo, con la Policía Nacional del Reino de España. Se espera, así, aproximarse a los efectos de la polarización global en Escandinavia; tratando de mostrar cómo la preocupación por la ciberseguridad y el contexto de guerra no son causa suficiente para avanzar sobre los derechos fundamentales de la población.

Webtelling. Prácticas y usos del storytelling en el sitio web corporativo.

Beatriz Donayre Guerrero (Universidad del País Vasco)

El storytelling, esa capacidad vital de contar historias es un hacer activo asociado originalmente al ámbito de la literatura, el cine o la dramaturgia. Sin embargo, es un concepto que se ha extendido e integrado a campos tan diversos como la educación, la política, la cultura, los negocios y la comunicación. Hacer referencia al storytelling en otros ámbitos es validar su trascendencia y su posibilidad de manifestarse en el planteamiento de narrativas que generen determinados efectos entre quienes entren en contacto con los contenidos de las historias.

En el campo de la comunicación se hace mención, por ejemplo, al storytelling político, urbano, corporativo, personal o digital. El storytelling digital enmarca a las narrativas que se generan en espacios donde la tecnología de los personal media posibilita estas puestas en escena. Uno de estos posibles espacios son los sitios webs corporativos, soportes con contenidos estratégicamente aplicados a fin de apelar a mecanismos de información y persuasión.

Por lo tanto, la presente investigación plantea analizar los usos y las prácticas del storytelling en los sitios webs corporativos de empresas con una favorable reputación interna. De esta forma, será interesante, analizar cómo se expresan en su comunicación externa a través de estos soportes corporativos. El objetivo será analizar hasta qué punto sus contenidos aplican herramientas asociadas al storytelling, es decir, cómo son esos inicios, intermedios o finales de sus historias, si sus narrativas son emocionales o racionales, si apelan a arquetipos, cuáles son los tipos de argumentos, qué transformaciones proponen, si los objetivos que proponen son de fácil identificación o no, entre otros análisis cuantitativos y cualitativos.

Así, desde una mirada teórica y de análisis del concepto storytelling es posible adoptar nuevas maneras de exposición y de narrativas a fin de generar mensajes y contenidos que se vinculen con las personas y, que de alguna manera, influyan en sus comportamientos y actitudes hacia las marcas y el ámbito corporativo en general.

Brand personality appeal and affective engagement from brand content on Instagram.

Aline C. da Silva (Universidad Autónoma de Madrid)

La industria cosmética ha sufrido profundas transformaciones debido a los avances tecnológicos y cambios sociales. Por un lado, la tecnología proporciona diagnósticos más precisos que permite a las empresas personalizar la oferta de productos y satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Por otro lado, los consumidores enarbolan la bandera de la diversidad y tolerancia hacia “la belleza real”.

En este contexto, las redes sociales crean un espacio donde los consumidores exponen sus intereses y las empresas se apropian de este conocimiento para construir su ventaja competitiva. El presente estudio pretende aportar nuevo conocimiento sobre cómo el contenido de las marcas en las RRSS aborda los problemas actuales de los consumidores (como la personalización, la reivindicación de lo natural y la sostenibilidad) para mejorar el atractivo de la marca y el engagement del consumidor a la misma. Este engagement incorpora tanto la cocreación de valor del usuario en las redes sociales de la marca como sus intenciones de compra de la marca.

Análisis de las estrategias de sostenibilidad de las compañías petroleras.

Jaime Menéndez Sánchez (Universidad del País Vasco-UPV/EHU; Orkestra-Fundación Deusto; Deusto Business School)

En un contexto de transición energética a nivel global, las compañías petroleras se encuentran en un proceso de evolución y adaptación a las nuevas políticas y tendencias de mercado. Comprender el concepto “multi-energético” emergente entre estas empresas resulta clave para la descarbonización, dado el papel histórico, actual y futuro de este sector en el suministro energético mundial. Si bien la literatura sobre este ámbito ha crecido en los últimos años, se requiere una mayor profundidad de análisis acerca de cómo las estrategias de las compañías petroleras se alinean con los parámetros de los modelos de negocio sostenibles.

En este trabajo se sigue una metodología de caso de estudio y se aplica la taxonomía conocida como “arquetipos de modelos de negocio sostenibles” (sustainable business model archetypes o SBMA), desarrollada en la literatura para distintos sectores. Primero, se clasifican las tendencias de innovación tecnológica en el sector de acuerdo con los SBMA, extrayendo ejemplos concretos del caso de estudio. Segundo, se identifican los actores involucrados en los ejemplos del caso de estudio para mapear el ecosistema de innovación estructurado en torno a la estrategia de sostenibilidad de la empresa analizada, de acuerdo con el enfoque de múltiples partes interesadas de la teoría sobre los SBMA.

Los resultados muestran el potencial de los clústeres locales para que las compañías petroleras impulsen iniciativas de descarbonización de alcance multisectorial. Esto sugiere implicaciones ligadas a la teoría de creación de valor compartido y se plantean nuevas líneas de investigación para profundizar en este aspecto.

La originalidad de las obras creadas con inteligencia artificial.

Efraín Fandiño López (Universidad Paris Cité)

La originalidad es una de las exigencias que debe cumplir una creación para acceder a la protección del derecho de autor. A pesar de que no existe una definición jurídica en el derecho europeo o nacional de lo que es una obra original, los comentaristas consideran que la originalidad se encuentra en la “expresión de la personalidad del autor”, es decir, en las intenciones y el estilo individual que expresa un determinado creador a través de la forma de la obra.

En el marco de las creaciones realizadas con inteligencia artificial, el cumplimiento de esta exigencia ha sido objeto de discusión, debido a dos grandes problemas: el primero es que las creaciones realizadas con inteligencia artificial reproducen los datos de entrenamiento o de entrada utilizados por el desarrollador para la configuración del sistema. Este fenómeno, que denominamos “la huella de los datos”, puede configurar un problema para la caracterización de la originalidad, en la medida en que la reproducción de varios elementos de una obra protegida utilizada como dato de entrada puede poner en duda la protección del resultado del proceso de automatización. En segundo lugar, varios autores consideran que el hecho de que un sistema de inteligencia artificial ejecute automáticamente los actos de creación, se traduce en que el autor (persona natural) no expresa su personalidad.

No obstante, veremos que estos dos obstáculos no impiden que una obra automatizada pueda ser original. Veremos que una obra que reproduce elementos preexistentes en otra creación puede ser original. También, que ciertos elementos como el estilo de un creador no son protegidos por el derecho de autor, y por ende la imitación de ciertos estilos no debería ser un gran obstáculo para acceder al derecho de autor. Finalmente, veremos que a pesar de que el sistema de inteligencia artificial automatiza el proceso de creación de una obra, esto no es impedimento para que ésta sea el resultado de la personalidad del autor.

Accesibilidad urbana y espacios públicos: métodos de análisis, criterios de buenas prácticas y estrategias de intervención a partir de la opinión ciudadana.

Mariana Huskinson (Universidad de Alicante)

Esta investigación parte de la noción de que una ciudad accesible consta de espacios que promueven la estancia y las trayectorias cómodas y amenas para personas de todas las edades y capacidades. Para conseguir este tipo de espacios es indispensable contar con la participación ciudadana en la toma de decisiones en asuntos que van desde la política urbana, la gestión y planificación hasta las pequeñas actuaciones que repercuten cualitativamente en la ciudad y en la vida cotidiana de sus habitantes.

Así, el trabajo que se propone persigue dos objetivos principales: primero, caracterizar la situación actual de la ciudad de Alicante y en concreto, de los espacios públicos de estancia, con especial énfasis en su capacidad de promover itinerarios y estancias universalmente accesibles; y, segundo, desarrollar una metodología para el análisis y diagnóstico de espacios públicos urbanos, poniendo especial énfasis en las buenas prácticas y estrategias que permitan orientar e informar la toma de decisiones en favor de la accesibilidad universal. Para acometer dichos objetivos se propone contrastar metodologías alternativas de recolección de datos sobre las preferencias ciudadanas que permitan comprender el funcionamiento de las ciudades y el territorio en términos de accesibilidad, basadas en procesos de participación ciudadana a partir de aproximaciones directas -encuestas, trabajo de campo y entrevistas- y datos geolocalizados de crowdsourcing pasivo.

El Marketing Digital como aliado perfecto para impulsar el Turismo.

Maryen Toledo Pérez (Universidad del Mar Campus Huatulco)

Después de la emergencia sanitaria del virus SARS-CoV-2, la recuperación y reactivación de la industria turística transformó los perfiles y hábitos del prestador de servicios turísticos, así como también del turista. Actualmente, en un mundo en el que las herramientas digitales y el Internet se desempeñan indispensables para la comunicación, han obligado al viajero a adaptarse a nuevas formas de búsqueda de información del sector turístico para la planificación, organización, desarrollo de sus viajes, dando como resultado a nuevas tendencias en el sector viajero.

De acuerdo con las diferentes estrategias mercadológicas existentes, el presente estudio de investigación tiene como objetivo principal describir la estrategia menos intrusiva del Marketing Digital, considerado Inbound Marketing como aliado para impulsar el Turismo. Además, este estudio pretende mostrar la relación que existe entre la generación de esas nuevas estrategias y el comportamiento del actual turista ahora digital, para llevar a cabo la realización de un viaje.

El método que se implementó para la recolección de información es revisión documental de diversas bases de datos, nacionales e internacionales, artículos científicos, complementada con información publicada por especialistas en la mercadotecnia. Finalmente, se obtuvo como resultado que los contenidos como fotografías, videos, podcast, infografías, entre otros, son publicados en redes sociales y en páginas webs con enfoque turístico, permiten mejorar la experiencia de viaje a los turistas. En conclusión, las organizaciones dedicadas a la comercialización de servicios turísticos deberán implementar estrategias de Marketing Digital para la captación de clientes potenciales, además de su misma promoción, publicidad, ventas y fidelización.

Revitalizando las artesanías: Utilizando estrategias de Marketing 5.0 y tecnologías emergentes para superar la crisis del oficio artesanal en el sector turístico.

Ulises Fernández Saldaña (Universidad del Mar)

En la actualidad, el marketing turístico juega un papel fundamental en la difusión de las artesanías como forma para atraer a los turistas y fomentar el progreso económico local. Los artesanos tienen la posibilidad de aplicar diferentes tácticas de marketing para dar a conocer sus productos y llegar a un público más amplio. Las artesanías son parte fundamental de la cultura e historia de un lugar, desde su diseño, creación, promoción y venta, son fuente de orgullo y medio de comunicación para las comunidades locales.

A finales del siglo XX, las investigaciones sugerían que las artesanías se mantenían al día a través de la adaptación a los cambios, combinando, tanto formas tradicionales de elaboración, como otras surgidas para satisfacer necesidades y gustos contemporáneos. En lugar de desaparecer, las artesanías evolucionan a través del tiempo adaptándose a las condiciones y necesidades del mercado y del artesano para su comercialización. Sin embargo, nuevas investigaciones muestran una situación de declive y abandono acelerado del oficio del artesano en varios países de Latinoamérica. Esto indica una crisis que probablemente ya haya tenido efectos devastadores para varios destinos turísticos.

Se presenta una investigación en curso que pretende diseñar estrategias de Marketing 5.0, utilizando tecnologías como la inteligencia artificial y la realidad aumentada, en un contexto turístico con desigualdades generacionales, polarización económica y brechas digitales, a través del Design Thinking, enfoque antropocéntrico, para innovar e integrar las necesidades de los artesanos, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito en el mercado turístico.

Capital social comunitario, el primer paso hacia la sustentabilidad de una comunidad turística.

José Eduardo Cruz Esquivel (Universidad del Mar Campus Huatulco)

La sustentabilidad es vista como la meta que aspiran todas las actividades realizadas por las sociedades hoy en día, su aplicación requiere de múltiples directrices que complican el poder lograrlo de manera efectiva y total; paralelamente, se propone la idea del desarrollo sustentable como un medio por el cual se puede llegar a la sustentabilidad encaminando los esfuerzos del individuo, los grupos y las sociedades. La complejidad de la sustentabilidad deriva de la búsqueda del equilibrio entre tres esferas: la social, la ambiental y la económica; hoy, la idea de lo sustentable ha sido requerida en todas las actividades y escalas de la vida en sociedad.

Una de las principales críticas a la sustentabilidad es la necesidad de emplear un orden entre tales esferas, se plantea que la sustentabilidad social debe ser la que prime como punto de partida ya que integra a los stakeholders en el proceso y demanda su participación efectiva.

Para escalas comunitarias, se plantea que el capital social comunitario puede ser una herramienta facilitadora en el logro de cualquier actividad que busque la sustentabilidad, esto es gracias a la aplicación de redes sociales al interior del colectivo que al estar constituidas de reciprocidad y confianza, y regidas por normas de comportamiento, garantizan la existencia de participación comunitaria, compromiso cívico y gobernanza; así, una forma positiva de capital social comunitario proporciona las condiciones necesarias para las metas individuales o colectivas.

El turismo convencional y alternativo en los modelos de evolución turística.

José Eduardo Cruz Esquivel (Universidad del Mar Campus Huatulco)

De la misma manera que un producto tiene un nacimiento, un crecimiento, un desarrollo y una muerte, los destinos cumplen con tal cualidad en su evolución. Los Modelos de Evolución Turística (MET) representan diferentes propuestas donde los destinos pueden presentar su desempeño; gran parte de las propuestas responden a fases más o menos similares, en ellas lo que cambia son el número y nombres de sus fases, aunque responden a cualidades parecidas.

De todas las propuestas MET, el modelo Tourism Area Life Cycle de Richard Butler (1980) ha sido el más empleado por los académicos del turismo, esta propuesta se ha adaptado a destinos con particularidades, asimismo, ha sufrido cambios en la propuesta de sus fases, como es el caso de Agarwal (2006). Otras propuestas MET importantes han sido las de Miossec (1997) y de Chadeaud (1987); para cualquiera de los tres casos, su aplicación ha sido direccionada en la explicación de destinos de turismo convencional donde el flujo de turistas, ocupación hotelera y plazas de alojamiento son las variables principales.

La actual necesidad de los destinos desde hace algunas décadas ha sido la adaptación y evaluación de áreas turísticas que emplean modelos alternos al turismo convencional, específicamente para aquellos que se basan en formas sustentables. Ante esto, algunas adaptaciones del modelo TALC han planteado a la capacidad de carga y a la oferta turística ecológica como variables de medición, empero, resulta necesario replantear tales variables cuantitativas por formas cualitativas que permitan medir el desempeño turístico empleando indicadores de sustentabilidad.

Experiencias de viaje con narrativa oaxaqueña: turismo literario en México.

Karla Bastida García (Universidad del Mar Campus Huatulco)

Este trabajo desea mirar a la literatura desde una perspectiva turística. Las historias son el pretexto para comenzar un viaje y debido a la gran riqueza literaria del país, se considera que existe un gran potencial para el desarrollo del turismo literario en el estado de Oaxaca.

El objetivo general de este trabajo se simplifica en identificar las experiencias que pueden surgir con la narrativa en la entidad. Dentro de los objetivos específicos se considera vital conceptualizar al turismo literario y el concepto de “experiencia”, definir los perfiles de turista literario, determinar el potencial turístico literario de Oaxaca y proponer experiencias para el destino. Este trabajo parte desde un método deductivo y la investigación se realizará desde un estudio cualitativo para conceptualizar al turismo literario y definir el perfil de turista. De forma complementaria, se realizará un estudio exploratorio con los encargados de la FILO y se realizarán entrevistas semi estructuradas a panelistas y asistentes.

Es importante destacar que en el estado se identifica una gran variedad de escritores, entre los que destacan José Vasconcelos, Andres Hernestrosa y Leonardo da Jandra. También, posee una riqueza significativa en tradición oral y una gran cantidad de literatura en lengua indígena, así como una Feria Internacional del Libro de Oaxaca.

Por lo que, proponer experiencias turístico-literarias en la región visibilizaría un gran campo de acción sin explotar y posicionaría a la literatura oaxaqueña con experiencias inolvidables.

El enoturismo y la innovación verde: Una perfecta simbiosis

Javier Martínez-Falcó (Universidad de Alicante)

El enoturismo es una actividad con una larga tradición en los países pertenecientes al Nuevo Mundo, entre los que destaca Estados Unidos, Australia, Chile y Sudáfrica. Por lo que respecta al caso de España, dicha actividad posee cada vez una mayor relevancia. De hecho, varios investigadores han estudiado el papel de la actividad enoturística en el país ibérico para impulsar la competitividad de un determinado territorio, incrementar la producción de vino, mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y respetar el medioambiente. Sin embargo, hasta donde alcanza nuestro conocimiento, el efecto del enoturismo sobre la innovación ecológica no ha sido abordado en la literatura académica. Para superar este vacío en el conocimiento científico, la presente investigación tiene como objetivo analizar el efecto del enoturismo sobre la implementación de innovaciones ecológicas de proceso y de producto en las empresas vinícolas españolas. Con la finalidad de alcanzar el objetivo de investigación planteado, se propone un modelo conceptual, el cual se contrasta a través de la Modelización de Ecuaciones Estructurales (PLS-SEM, por sus siglas en inglés) con datos recogidos de 202 bodegas españolas. Los resultados obtenidos indican que existe una relación positiva y significativa entre el desarrollo de actividades de enoturismo y la implementación de innovaciones verdes de proceso y de producto. La investigación pone de manifiesto el efecto catalizador de la actividad de enoturismo para el desarrollo de innovaciones ecológicas que puedan mejorar no solo la performance económica de las bodegas, sino también la social y la medioambiental.

El impacto de la COVID-19 en el turismo nacional en España: cambio en los comportamientos espaciales turísticos. Un análisis comparativo a partir de datos de telefonía móvil y su representación cartográfica.

Julia de las Obras-Loscertales Sampérez (Universidad Complutense de Madrid)

El turismo ha sido uno de los sectores más afectados por la COVID-19. En el presente trabajo se ha analizado el impacto de la pandemia en el turismo nacional en España a partir de una nueva fuente de Big Data basada en registros de telefonía móvil. Para ello, se han analizado los cambios en la distribución de los turistas recibidos y emitidos, su variación porcentual anual y con respecto de la media nacional a distintas escalas –área de movilidad, provincia y comunidad autónoma– tomando dos fechas del verano de 2019 y dos del 2020 con características similares. Los resultados muestran un descenso desigual en las distintas regiones durante el verano de 2020 así como la constatación de cambios en los comportamientos de los turistas como puede ser el auge del turismo rural frente al turismo urbano y de “sol y playa” o la apuesta por viajes de corta distancia frente a otros con destinos más lejanos. El mayor grado de detalle aportado por esta fuente de datos ha permitido ahondar sobre los factores que han provocado dichos cambios, siendo estos las limitaciones supraindividuales –medidas de contención y restricciones de movilidad–, los factores económicos y factores psicológicos tales como la percepción de riesgo.

El análisis de grandes volúmenes de información científica para el análisis de campos científicos. El caso del desarrollo comunitario en América Latina y el Caribe

Luis Ernesto Paz Enrique (Universidad Nacional Autónoma de México)

Los estudios sociales acerca del desarrollo comunitario en América Latina y el Caribe constituyen un campo científico que ha sido poco estudiado y delimitado. La Región ha sido víctima de paradigmas eurocentristas y de la colonialidad del saber. A partir del 2008, con los cambios políticos ocurridos en el continente, se potenciaron políticas sociales con enfoque comunitario. Esta investigación tiene como propósito delimitar la estructura del campo científico de los estudios sociales acerca del desarrollo comunitario en América Latina y el Caribe. El estudio parte de una perspectiva mixta que integra el análisis teórico con la aplicación de instrumentos empíricos. La investigación clasificó como analítico – descriptiva a partir del empleo de una posición intermedia entre el internalismo y el externalismo desde la sociología del conocimiento en combinación con las potencialidades del método bibliométrico. Para la obtención de resultados se obtuvo una base de datos bibliográfica con toda la producción científica de las revistas indizadas en SciELO Citation Index desde el 2008 hasta el 2018. Para la visualización de los resultados se emplearon herramientas que utilizan inteligencia artificial y que permitieron asociar metadatos correspondientes a las relaciones objetivas del campo: instituciones, autores, palabras clave y frecuencia de términos. Se identificaron los agentes, capitales en juego, perspectivas teóricas y metodológicas del campo. Se concluyó que el campo científico de los estudios sociales acerca del desarrollo comunitario en la Región se estructura a partir de escasas instituciones, redes y asociaciones profesionales especializadas, mostrando el predominio de enfoques dominantes de la ciencia, siendo consecuente con la dinámica de autoconservación.

Las estrategias de comercialización y apropiación digital de las AAVV en la era post COVID.

Adriana Gil Hernandez (Universidad del Mar)

El evento conocido como pandemia COVID 19 representó para el mundo un parteaguas de una nueva era digital la cual ha tenido impacto en todos los sectores económicos, afectando de manera especial al sector turismo. Medidas como el cierre de fronteras, el toque de queda y la prohibición de actividades turísticas han representado la caída jamás antes vista del turismo lo que ha llevado al fin de muchas empresas y han representado un reto de adaptación para las aún existentes.

Las Agencias de viajes tradicionales pertenecientes al sector turístico, han tenido que migrar al espacio digital para comercializar su producto o servicio, este hecho ha representado un reto para muchas de estas empresas. Destinos como México han tenido que luchar contra la brecha digital existente en el país para lograr posicionar su producto en un nuevo escenario donde ha incrementado el uso de la internet, redes sociales, compras online, etc., lo anterior ha dado paso a la hibridación de lo tradicional y lo digital, formando así nuevas estrategias de venta.

En este sentido se presenta la investigación en curso que busca localizar las estrategias de comercialización y apropiación digital de las Agencias de viajes en la era post COVID 19, se pretende conocer qué estrategias de marketing online tienen las Agencias de viajes al día de hoy, con el fin de determinar cuáles son las más utilizadas y por qué. A partir de allí, se analizan dichas estrategias, el impacto generado en el comportamiento del cliente, la percepción por parte del prestador de servicios, las ventajas y las desventajas; para posteriormente obtener un manual de buenas prácticas que oriente en el uso de estas estrategias al sector de agencias de viajes.

El aumento del teletrabajo y el bienestar psicológico en España

Israel Escudero-Castillo (Universidad de Oviedo)

Según datos de la Encuesta de Población Activa de España, el porcentaje de la población ocupada que declaraba haber teletrabajado más de la mitad de los días durante el año 2019 fue del 4,8%. En el año 2020 y 2021, a resultas de la pandemia, este porcentaje aumentó hasta 10,8% y 9,5% respectivamente. Este aumento del teletrabajo ha repercutido en cambios en las estructuras empresariales, cambios en los hogares e incluso cambios legislativos como la Ley del Teletrabajo del año 2021. Aunque es esperable que el porcentaje de la población ocupada bajo esta modalidad de empleo haya descendido una vez superada la fase más aguda de la pandemia de los años 2020 y 2021, según la última Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, el 14% de la población ocupada española siguió desarrollando alguna forma de teletrabajo durante el año 2022.

Aunque, en general, la modalidad remota de empleo, podría relacionarse con una mejora las perspectivas laborales de parte de la población activa, también puede relacionarse con consecuencias no deseadas. En este sentido, este trabajo analiza la relación entre la modalidad remota de empleo y el bienestar psicológico. Los resultados obtenidos, permiten concluir que, aunque la modalidad de teletrabajo se relaciona con un mejor bienestar psicológico si se compara con la situación de desempleo, trabajar de manera remota se relacionó con un peor estado psicológico en comparación con haber continuado trabajando en la modalidad presencial. Además, este empeoramiento es especialmente reseñable entre mujeres.

El uso de las TICs y su relación con reducción de la pobreza: estudio de impacto en los asentamientos informales en la Región Metropolitana de Santiago de Chile.

Carlos Miranda Rodríguez (Euskal Herriko Unibertsitatea / Universidad del País Vasco)

En la presente investigación abordaremos el tema de cómo es la relación entre el uso y acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, y la pobreza, abordando la revisión específica del caso para los asentamientos informales de la Región Metropolitana de Santiago de Chile.

En los últimos años, ha habido un aumento por un lado de la pobreza en Chile como de la cantidad de asentamientos informales y de familias que viven en esto, pese a la tendencia a la baja de los indicadores de pobreza de manera sostenida desde hace años, la cual se ha visto revertida en los últimos, especialmente desde el año 2019, problemática que se fue profundizando desde el 2020 por la crisis pandémica.

En el presente estudio investigaremos, a través de revisión de bibliografía y trabajo de campo, la relación existente entre las variables dependientes de pobreza multidimensional: económica y de dimensiones de bienestar (salud, educación y estándares de vida), con las variables independientes relacionadas con el uso y acceso a las TICs. El nivel de incidencia y relación se determinará a través del estudio de la relación de las variables a través del coeficiente de correlación Spearman, para establecer el nivel de incidencia de cada una, los resultados pueden expresar determinada consistencia, pero no son determinantes y deben ser complementados con investigaciones futuras que nos den una comprensión más profunda de la temática de cómo la brecha digital y la pobreza informativa, con sus variables asociadas, inciden en la pobreza.



Mesa redonda “La digitalización del mercado laboral y de los sectores maduros”

Esta actividad se inscribe dentro del proyecto “Transición Digital e Innovación en el Mercado Laboral y los Sectores Maduros. Aprovechando la IA y la Economía de las Plataformas” (DILATO), con referencia TED2021-129600A-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea "NextGenerationEU"/PRTR

La Sociedad del Siglo XXI se ha caracterizado por una revolución tecnológica que ha condicionado diversos ámbitos (Popkova y Gulzat, 2020¹); además, la pandemia por COVID-19 ha puesto de manifiesto y acelerado la revuelta digital, siendo las condiciones laborales uno de los aspectos que han mostrado un impacto significativo (Diab-Bahman y Al-Enzi, 2020²).

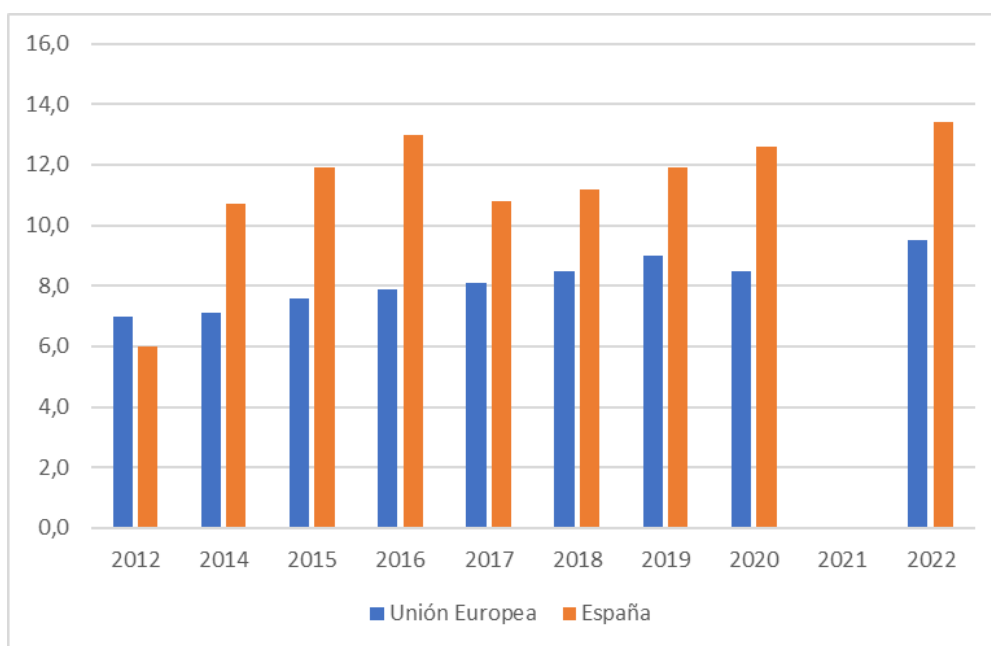
Este contexto ha tenido disímiles implicaciones en los sectores productivos, condicionando actualmente la forma en cómo se realiza el trabajo en España. Particularmente, la digitalización ha modificado sustancialmente las relaciones laborales con efectos ambivalentes (Cruz-Villaón, 2017³). Por un lado, se perciben nuevas oportunidades de empleo en áreas relacionadas con la tecnología, el desarrollo de software, la inteligencia artificial y la ciberseguridad, por mencionar algunos ejemplos. Esto a su vez, ha demandado cambios en las habilidades y conocimientos requeridos para ocupar puestos de trabajo en el mediano y corto plazo en este contexto digital laboral (**Figura 1 y Figura 2**).

¹ Popkova, E. G., & Gulzat, K. (2020). Technological revolution in the 21 st century: digital society vs. artificial intelligence. In *The 21st century from the positions of modern science: Intellectual, digital and innovative aspects* (pp. 339-345). Springer International Publishing.

² Diab-Bahman, R., & Al-Enzi, A. (2020). The impact of COVID-19 pandemic on conventional work settings. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(9/10), 909-927.

³ Cruz Villalón, J. (2017). Las transformaciones de las relaciones laborales ante la digitalización de la economía. *Temas laborales: revista andaluza de trabajo y bienestar social*, 138, 13-47.

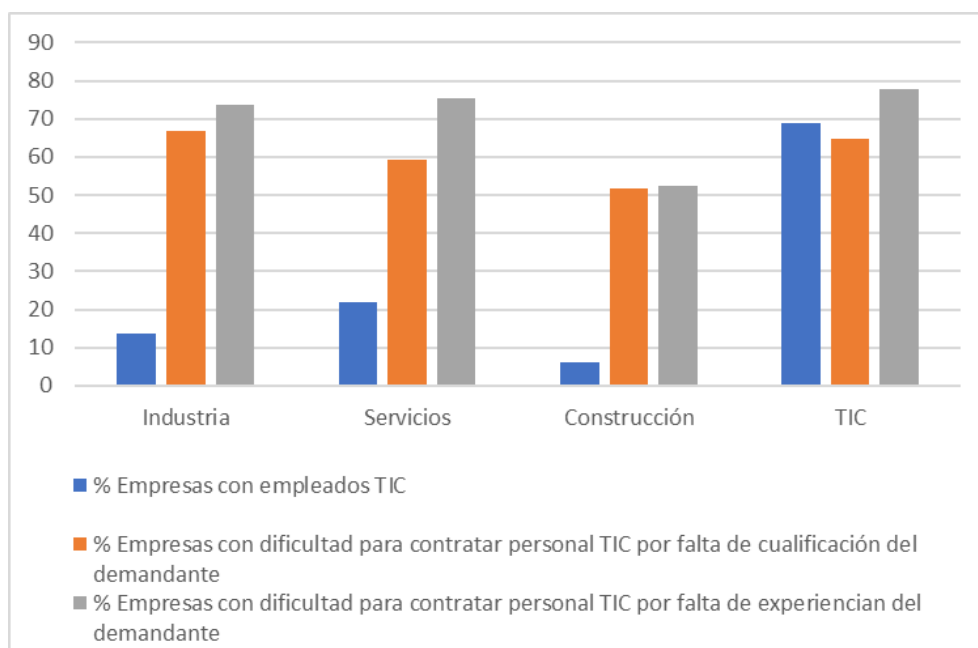
Figura 1. % Empresas que contrataron o intentaron contratar especialistas TIC.



Fuente: Eurostat.

Para el caso de España, los datos evidencian que cada vez más las empresas españolas, independientemente de su sector de actividad, demandan trabajadores formados en habilidades digitales y especializados en las TIC, superando la media de la Unión Europea desde el año 2014. Sin embargo, apenas un 14% de las empresas de la Industria española cuentan con empleados de estas características, las del sector Servicios un 22% y únicamente un preocupante 6% en el sector de la Construcción. Esto es debido, entre otros factores, a que los solicitantes de empleo no cuentan con la cualificación necesaria (67% en Industria, 60% en Servicios y 52% en Construcción) o con experiencia previa en este tipo de trabajos (74% en Industria, 75% en Servicios y 52% en Construcción).

Figura 2. Empleo TIC y dificultad para contratar personal con habilidades digitales en las empresas españolas, por sectores (primer trimestre de 2022).



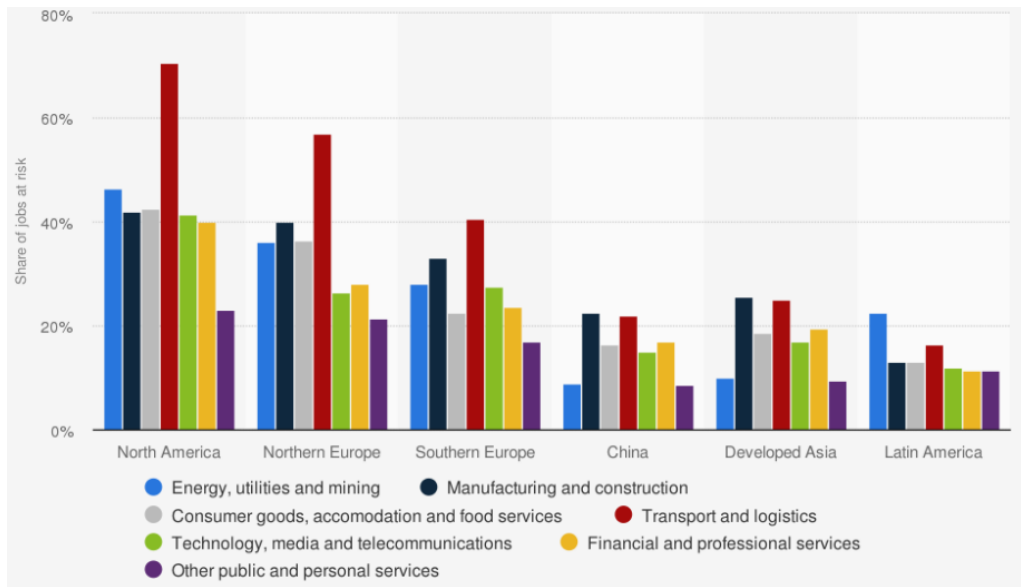
Fuente: Encuesta de uso TIC y Comercio Electrónico en las empresas 2021-22, INE.

Sin embargo, la tecnología también está permitiendo automatizar una variedad de tareas, lo que está reduciendo la necesidad de trabajadores en algunos sectores tradicionales, situación que pone en riesgo el empleo y la competitividad tanto de empresas tradicionales como del recurso humano que no se adapte a tales condiciones (Ernst y otros, 2019⁴) (**Figura 3** y **Figura 4**).

Son precisamente los sectores maduros y aquellos donde España, y gran parte de sus Comunidades Autónomas, se especializa los que corren el mayor riesgo de destrucción de puestos de trabajo por la automatización de sus industrias. La manufactura y la construcción, el transporte y la logística o la energía son algunos de las industrias que deben adaptarse a los cambios radicales que proponen las tecnologías derivadas de la inteligencia artificial en la economía. Como resultado, según datos de la OCDE, se estima que el 30% del empleo español corre un riesgo significativo de ser automatizado y el 22% de alto riesgo.

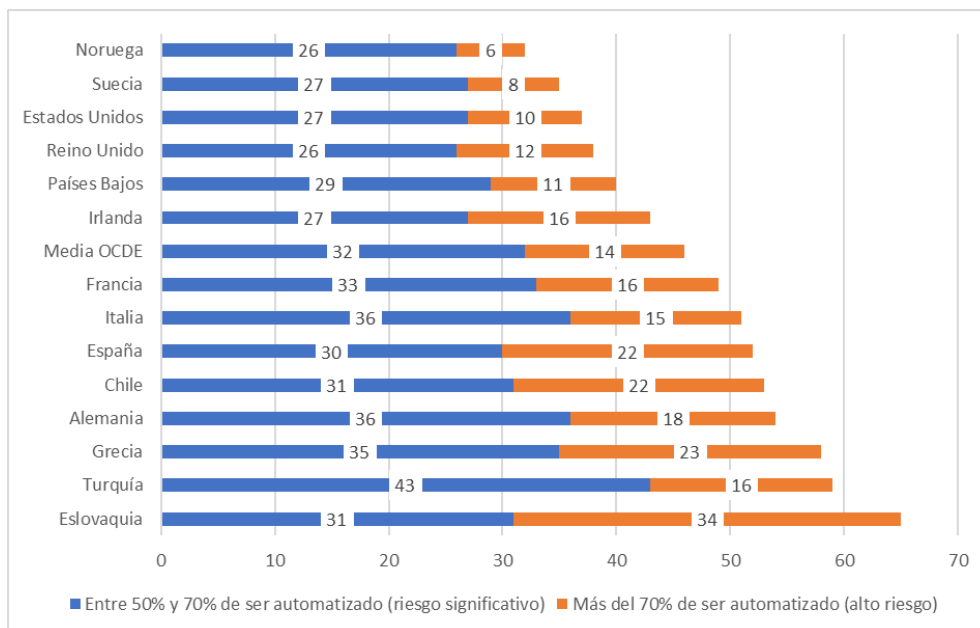
⁴ Ernst, E., Merola, R., & Samaan, D. (2019). Economics of artificial intelligence: Implications for the future of work. *IZA Journal of Labor Policy*, 9(1).

Figura 3. Porcentaje de puestos de trabajo bajo riesgo de automatización para el año 2030, por región y sectores.



Fuente: Statista vía PwC.

Figura 4. % Puestos de trabajo en riesgo de automatización.

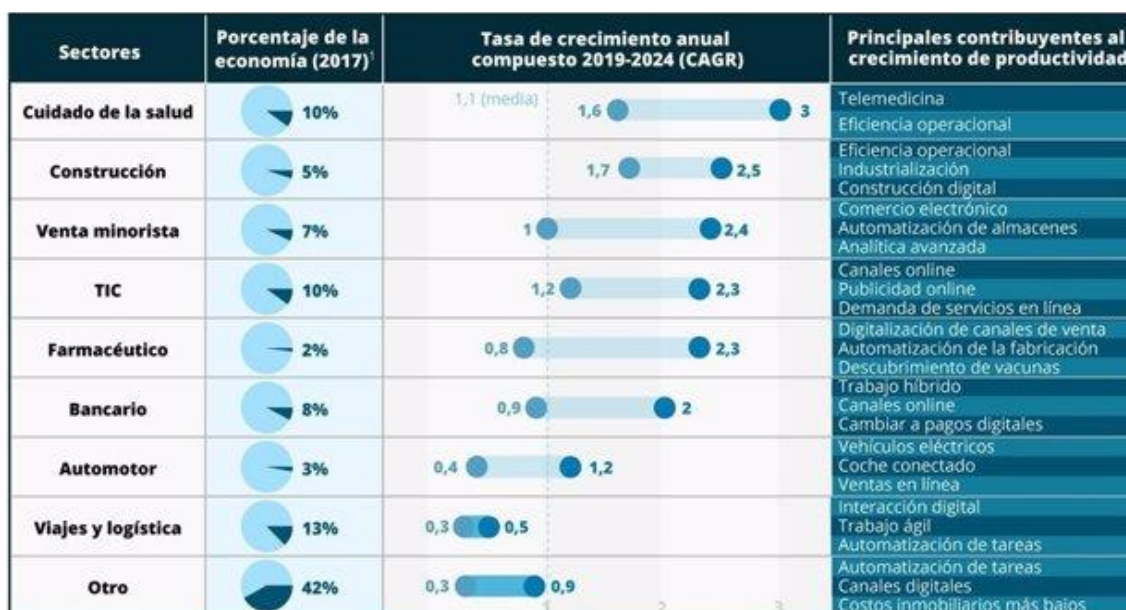


Fuente: Survey of Adult Skills, OECD 2019.

Por otro lado, se ha destacado que la tecnología está ayudando a aumentar la eficiencia y la productividad en muchos sectores

(Ben-Ayed y Hanana, 2021⁵; Şerban y Lytras, 2020⁶; Abioye y otros, 2021⁷) , teniendo un impacto en la competitividad de las empresas entre ellas (**Figura 5**). Además, apuntar hacia nuevos modelos de negocio, es otra de las bondades que la digitalización ha permitido a las empresas, transitando a modelos como la economía de plataforma, considerada como uno de los principales icónicos de la revolución digital (McAfee y Brynjolfsson, 2017⁸).

Figura 5. Potencial de crecimiento de la productividad por sectores 2019-2024.



Fuente: McKinsey.

Así mismo, dentro de otras oportunidades a destacar en este entorno, ha sido el aumento de la competencia en el mercado laboral debido a la facilidad de conectarse con empleadores y empleados en todo el mundo, lo que genera a su vez, un mayor acceso a oportunidades de empleo y formación a través de plataformas en línea (Reaves, 2019⁹).

Sin embargo, y a pesar de todos los cambios que están planteando este tipo de tecnologías, los sectores maduros españoles no parecen estar capacitados para subirse a esta nueva ola tecnológica, o al menos encuentras muchas dificultades para poder innovar y

⁵ Ben Ayed, R., & Hanana, M. (2021). Artificial intelligence to improve the food and agriculture sector. *Journal of Food Quality*, 2021, 1-7.

⁶ Şerban, A. C., & Lytras, M. D. (2020). Artificial intelligence for smart renewable energy sector in europe—smart energy infrastructures for next generation smart cities. *IEEE access*, 8, 77364-77377.

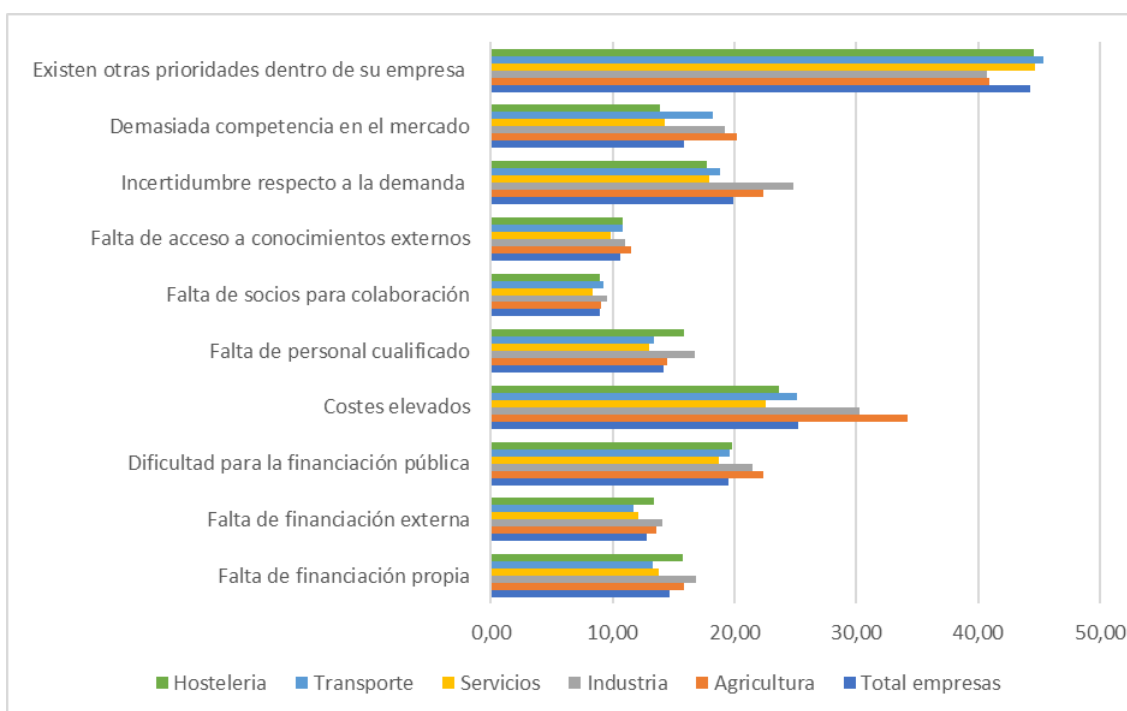
⁷ Abioye, S. O., Oyedele, L. O., Akanbi, L., Ajayi, A., Delgado, J. M. D., Bilal, M., ... & Ahmed, A. (2021). Artificial intelligence in the construction industry: A review of present status, opportunities and future challenges. *Journal of Building Engineering*, 44, 103299.

⁸ McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). *Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future*. WW Norton & Company.

⁹ Reaves, J. (2019). 21st-century skills and the fourth Industrial Revolution: A critical future role for online education. *International Journal on Innovations in Online Education*, 3(1).

aprovechar las virtudes de estas tecnologías, suponiendo una barrera para adaptar sus necesidades al nuevo mercado laboral. Acudiendo a los datos de la Encuesta de Innovación Empresarial del INE (**Figura 6**), más del 40% de las empresas españolas, independiente del sector, creen que existen otras prioridades en su negocio que iniciar procesos de innovación interna, más del 25% señalan falta de financiación externa y propia para poder acometerlos, más del 20% critican la falta de ayuda pública para poder innovar, más del 25% argumentan que supone unos costes demasiado elevados para su modelo de negocio y cerca del 15% no cuentan con personal cualificado para ello.

Figura 6. Motivos para no innovar de las empresas españolas, por sector de actividad.



Fuente: Encuesta de Innovación Empresarial, 2020 INE.

Si bien, se han destacado algunos puntos de importancia en el contexto de la digitalización y el uso de la tecnología en el ámbito laboral, las controversias sobre el tema y sobre todo cómo afrontar este panorama justifican la mesa de discusión que se plantea, ante la importancia de conocer y debatir cómo deben adaptarse a estas nuevas necesidades la formación de profesionales desde las universidades.

Con estos antecedentes, se llevó a cabo una mesa redonda bajo la temática: **“La digitalización del mercado laboral y de los sectores maduros”** con una serie de preguntas centrales de las que derivaron un decálogo como aportaciones de este trabajo. El objetivo se centró en analizar las necesidades de la formación de profesionales desde las universidades hacia la adaptación del proceso de digitalización del

mercado de trabajo y los sectores productivos tradicionales en España, teniendo como resultado una serie de recomendaciones, producto del debate y opinión de diferentes expertos, así como la contribución del público asistente.

Participantes en la mesa redonda

La mesa está conformada por expertos del ámbito estudiantil, académico, administrativo o empresarial.

Moderador 1: Luis Moreno Izquierdo (Profesor titular de la Universidad de Alicante).

Moderadora 2: Estrella González (Profesora ayudante doctora de la Universidad de Islas Baleares)

Interviene: Yolanda Bustos Moreno (Profesora titular de la Universidad de Alicante).

Interviene: Teresa Torregrosa Martí (Secretaria Académica ContinUA).

Interviene: Damian Tuset Varela (Jurista, Universidad de Jaén).

Interviene: Olimpia Alcaraz Bautista (Gestora de proyectos en 1million bot).

Interviene: Andrés Pedreño Lloret (Co-Fundador de Meta Software Factory y Head of Sales Public Sector en 1millionbot).

Interviene: Paula García Esteban (Instructora en IA y Global IT Corporate Applications BI Manager Analyst en Dufry Group).

Interviene: Jorge Seva Ródenas (Estudiante de doctorado, línea de investigación en mercado laboral).

Preguntas a debatir

El debate de la sesión giró alrededor de las siguientes preguntas de interés:

- 1. ¿Son suficientes las estrategias actuales de España y de la Unión Europea para impulsar la transición digital del mercado laboral?*
- 2. En su actual estado de innovación, los sectores maduros, en especial el sector turístico, ¿son capaces de hibridarse con las nuevas tecnologías digitales y actualizar su oferta laboral?*

3. *Las plataformas laborales digitales tienen un alcance global: ¿cómo afectan a la redistribución de tareas? y ¿cómo pueden ayudar a fomentar el empleo?*
4. *¿Puede suponer la transición del mercado laboral hacia la inteligencia artificial un riesgo de exclusión para determinados colectivos o el incremento de brechas como la salarial de género?*
5. *¿Qué papel juega la economía de los datos y de la plataforma en el desarrollo económico de los sectores maduros?*
6. *¿Qué papel juegan los datos en las decisiones de consumo de los usuarios y la fijación de precios por parte de las empresas?*
7. *¿Cómo pueden ayudar las nuevas tecnologías digitales a mejorar la competitividad de los destinos turísticos y a la capacidad de crecimiento empresarial?*

Decálogo de recomendaciones para la digitalización del mercado laboral y sectores productivos en España

Recopilación de los principales puntos:

1. El nuevo mercado laboral digital exige una actualización de los servicios públicos de empleo a la hora de adaptar su oferta con el objetivo de resolver el desencuentro actual con la demanda laboral.
2. De manera general, los sectores maduros no reúnen las capacidades necesarias para que la inversión en I+D sea suficiente para enfrentar los retos que plantean las tecnologías de vanguardia.
3. Es necesario impulsar políticas públicas en clave digital con visión de género para que las oportunidades en el nuevo mercado laboral digital sean equitativas en cualquier tipo de ámbito y sector.
4. Las plataformas de trabajo digital y la tecnología de la nube permiten agilizar el proceso de digitalización de las empresas de cualquier sector.
5. El capital humano requiere de un nuevo conjunto de *skills* digitales y conocimiento relacionado con el análisis de datos, la experiencia de usuario o la programación junto con formación no digital adaptada a nuevos retos innovadores.
6. La economía de los datos y de la plataforma trae consigo importantes mejoras en términos de productividad y competitividad de los sectores maduros, pero también importantes retos sobre la defensa de la competencia, posibles situaciones de oligo/monopolios o sobre la cantidad y la calidad de empleo en los sectores donde actúa.
7. El desarrollo del big data y de la inteligencia artificial requieren de medidas específicas que eviten sesgos o discriminaciones en su uso, el mal uso de los datos o la violación de la privacidad de los usuarios de estas plataformas y tecnologías.
8. Las plataformas se retroalimentan gracias al nuevo papel que adopta el usuario de éstas como co-creador de valor y consumidor del contenido, generando polémicos debates sobre si deben considerarse o no empleados de la misma.

9. La disponibilidad de información prácticamente perfecta permite a la oferta anticiparse a los movimientos de la demanda y ajustar los precios independientemente de la existencia de exceso de oferta en los sectores donde actúan estas plataformas.
10. Las nuevas tecnologías digitales impulsan la interconectividad entre los diferentes actores del sector turístico (empresas, personas, AA.PP., incluso máquinas) para mejorar la experiencia de los residentes y de los turistas, e incrementar la competitividad turística gracias a la relevancia de la información en la toma de decisiones de la oferta y la demanda turística.