

COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE EN EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO: UN MODELO INTEGRAL DEL ECOSISTEMA

Dr. Nelson García Reinoso

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador

ngarcia@espam.edu.ec

Resumen

La mayoría de la investigación en la literatura turística se enfoca en analizar los factores que impactan la competitividad de los destinos turísticos, dejando un vacío en la exploración de elementos que impulsen el rendimiento general en el ámbito del emprendimiento turístico. El propósito principal de este estudio fue proporcionar una revisión actualizada y estructurada de investigaciones previas sobre los factores clave que determinan la competitividad en destinos turísticos, con un enfoque especial en los emprendimientos turísticos durante las últimas dos décadas. Se implementó una metodología en tres fases, que incluyó la identificación del conjunto de datos a través de Google Scholar, la búsqueda de artículos mediante el protocolo PRISMA y el procesamiento de datos con software especializado. Los resultados revelaron coincidencias y discrepancias en una variedad de factores clave asociados a los modelos de competitividad turística. Este artículo concluye proporcionando una sólida base de información sobre los factores que afectan la competitividad en el emprendimiento turístico, ofreciendo así una herramienta valiosa para guiar las decisiones estratégicas de los gestores turísticos en la implementación de un modelo de Competitividad Sostenible en el Emprendimiento Turístico.

Palabras clave: Competitividad turística, emprendimiento turístico, sostenibilidad, modelo de competitividad.

Cita recomendada: García-Reinoso, N. (2023). Competitividad sostenible en el emprendimiento turístico: Un modelo integral del ecosistema. *Revista Gestión Turística*, (40), 73-97. ISSN 0717-1811.

SUSTAINABLE COMPETITIVENESS IN TOURISM ENTREPRENEURSHIP: AN INTEGRATED ECOSYSTEM MODEL

Dr. Nelson García Reinoso

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador

Abstract

The majority of research in tourism literature focuses on analyzing factors impacting the competitiveness of tourist destinations, leaving a gap in the exploration of elements that drive overall performance in the field of tourism entrepreneurship. The main purpose of this study was to provide an updated and structured review of previous research on key factors determining competitiveness in tourist destinations, with a special focus on tourism entrepreneurship over the past two decades. A three-phase methodology was implemented, including the identification of the dataset through Google Scholar, article search using the PRISMA protocol, and data processing with specialized software. The results revealed both similarities and discrepancies in a variety of key factors associated with tourism competitiveness models. This article concludes by providing a solid information base on factors affecting competitiveness in tourism entrepreneurship, thus offering a valuable tool to guide strategic decisions for tourism managers in implementing a Sustainable Competitiveness Model in Tourism Entrepreneurship.

Keywords: Tourism competitiveness, tourism entrepreneurship, sustainability, competitiveness model.

Recommended cite: García-Reinoso, N. (2023). Competitividad sostenible en el emprendimiento turístico: Un modelo integral del ecosistema. Revista Gestión Turística, (40), 73-97. ISSN 0717-1811.

Introducción

En la última década, en la literatura sobre turismo ha surgido un creciente interés en la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos y la identificación de factores que ayudan a mejorar sus posiciones competitivas (González-Rodríguez et al., 2023). Herramientas como el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo se han utilizado para proporcionar clasificaciones basadas en diversos aspectos, desde el entorno propicio hasta la infraestructura y los recursos naturales y culturales (Cucculelli & Goffi, 2016; Gomezelj & Mihalič, 2008; Zhang et al., 2011)

El concepto de competitividad ha dado lugar a diversas definiciones y enfoques de medición. Inicialmente, se conceptualizó como la capacidad de los destinos para destacar económicamente, en términos de atractivos y satisfacción turística (Cracolici & Nijkamp, 2009; González-Rodríguez et al., 2023). Sin embargo, a lo largo de los años, ha evolucionado hacia la capacidad de generar prosperidad y sostenibilidad (Azmi et al., 2023; Cucculelli & Goffi, 2016). Modelos propuestos por Ritchie & Crouch (2003), y Dwyer & Kim (2003) son ampliamente aceptados en la literatura turística.

A pesar de su amplio análisis, la definición de competitividad turística sigue siendo controvertida, dada su complejidad multidimensional y relativa (Mazanec et al., 2007). La discrepancia se ve agravada por la multitud de factores que influyen en la competitividad de un destino (Croes & Kubickova, 2013; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Diversas perspectivas han destacado aspectos como la capacidad para generar beneficios a largo plazo, mantener una posición favorable en el mercado y aumentar el bienestar económico de la población (Azmi et al., 2023; Díez, 2011; Hong, 2009; Ritchie & Crouch, 2003).

Una perspectiva actualizada identifica la competitividad turística como la optimización de los recursos del destino, favoreciendo su desarrollo compatible con el bienestar local y la preservación de los recursos (Cucculelli & Goffi, 2016; Sánchez-Fernández et al., 2018a; Szromek, 2019). Esta optimización también se asocia con la maximización del atractivo del destino para ganar cuota de mercado (Salinas et al., 2022).

La falta de una definición clara y las discrepancias entre las propuestas reflejan la complejidad del concepto de competitividad turística. Esta confusión se extiende a otros elementos, como los factores y modelos de competitividad del turismo, lo que destaca la necesidad continua de investigar y comprender la competitividad de los destinos turísticos (González-Rodríguez et al., 2023).

Los teóricos destacan la importancia clave de la competitividad de los destinos turísticos no solo para el desarrollo económico a nivel nacional, sino también para las comunidades locales (Azmi et al., 2023; Oliveira et al., 2019). En este contexto, la gestión eficaz de estos destinos se vuelve fundamental, especialmente para las Organizaciones de Marketing de Destinos y los agentes turísticos (Morant-Martínez et al., 2019). Los gestores de destinos turísticos necesitan estrategias competitivas adecuadas que aborden eficientemente el entorno dinámico de la industria turística. La obtención de una ventaja competitiva sostenible en el competitivo mercado turístico actual se presenta como un desafío (González-Rodríguez et al., 2023).

Desde un enfoque más teórico, también los autores argumentan que los destinos turísticos deben ser conscientes de lo que implica ser competitivos, comprendiendo la definición universal de competitividad y los modelos y factores que la influyen (Bornhorst et al., 2010; Cucculelli & Goffi, 2016). El modelo de competitividad de destinos turísticos de Ritchie & Crouch (2003) conceptualiza la competitividad como una sinergia entre la ventaja comparativa y la ventaja competitiva del destino turístico, destacando la importancia de los recursos y la eficiencia en la gestión.

Las ventajas comparativas de un destino turístico se relacionan con los recursos y capacidades que posee para competir, y estos aspectos pueden ser identificados a partir de los subíndices y pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (González-Rodríguez et al., 2023). Estas ventajas están vinculadas a la dotación de recursos, como atractivos naturales o culturales, recursos de apoyo como infraestructura y alojamiento, así como las capacidades de gestión del destino.

En contraste, las ventajas competitivas están ligadas al rendimiento logrado por un destino turístico, centrándose en aspectos de eficacia. Estos indicadores incluyen ingresos generados por el turismo internacional, llegadas de turistas y empleo turístico. Además, se destaca la eficiencia del destino en asignar óptimamente sus recursos para alcanzar el máximo rendimiento (González-Rodríguez et al., 2023).

A pesar de la importancia de ambas dimensiones, la literatura señala que la mayoría de los estudios empíricos no han abordado la competitividad de los destinos turísticos considerando simultáneamente las ventajas comparativas y competitivas. Algunos estudios se centran exclusivamente en la dimensión de ventaja comparativa, mientras que otros se enfocan en la dimensión competitiva, analizando la eficacia y eficiencia de los destinos en términos de ingresos y

gestión de recursos (Gómez-Vega & Picazo-Tadeo, 2019; González-Rodríguez et al., 2023; Mazanec & Ring, 2011; Pulido-Fernández & Rodríguez-Díaz, 2016).

Los modelos de gestión de destinos, destacados como herramientas fundamentales (Pearce, 2016), no solo permiten diagnosticar la complejidad de los destinos al identificar dimensiones estratégicas e interrelaciones en el sistema turístico, sino que también facilitan la coordinación entre los actores involucrados en la toma de decisiones relativas al desarrollo turístico sostenible. Este enfoque se vuelve esencial dado el desafío complejo de medir la competitividad turística, caracterizado por la falta de consenso y diversas propuestas (González-Rodríguez et al., 2023; Salinas et al., 2022).

En este trabajo, se adopta la medida de la competitividad sostenible en el emprendimiento turístico basada en las dimensiones y factores determinantes establecidos por el modelo de García (2022). Las propuestas presentadas se centran en la creación de modelos que miden, mediante una metodología empírica específica, el desarrollo, la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos. Esta investigación tiene como objetivo explorar las similitudes y diferencias en la literatura sobre las dimensiones, factores determinantes e indicadores en los modelos de competitividad del turismo, con énfasis en el emprendimiento turístico sostenible. La pregunta clave que guiará este estudio es ¿Cómo se interrelacionan o diferencian las investigaciones actuales sobre las dimensiones, factores determinantes e indicadores en los modelos de competitividad del turismo, con un énfasis particular en el emprendimiento turístico sostenible?

Metodología

El objetivo de este estudio es ofrecer una revisión actualizada y estructurada de investigaciones previas sobre los factores clave que determinan la competitividad en los destinos turísticos, con un especial interés en los emprendimientos en turismo, en las últimas dos décadas, a través de un análisis sistemático de la literatura. El estudio busca comprender las similitudes y diferencias en las investigaciones sobre las dimensiones, factores determinantes e indicadores en los modelos de competitividad del turismo.

La metodología empleada para llevar a cabo esta revisión exhaustiva de la literatura se fundamenta en un enfoque cualitativo estructurado en tres fases: identificación del conjunto de datos, estrategia de búsqueda de artículos y procesamiento de datos (Hall, 2011). En primer lugar, la fase de identificación del conjunto de datos implicó la elección de Google Scholar, reconocido como el principal motor de búsqueda académica en línea y la opción preferida al buscar información sobre publicaciones académicas (Pulikowski & Matysek, 2021).

En segundo lugar, la estrategia de búsqueda de artículos siguió el protocolo PRISMA (Bruyn et al., 2023); esta elección metodológica se basó en sus atributos de objetividad, transparencia, confiabilidad y replicabilidad (Rosato et al., 2021). Para la construcción del conjunto de datos, se formuló y ejecutó la búsqueda centrándose en artículos que abordaran directamente las palabras clave específicas relacionadas con la competitividad turística, los modelos de competitividad en el turismo y la competitividad del emprendimiento turístico, así como sus intersecciones. La búsqueda abarcó recursos publicados en inglés y español entre los años 2003 y 2023.

Finalmente, la información recopilada se tabuló, estratificó y analizó minuciosamente utilizando software especializado durante la fase de procesamiento de datos. El análisis de datos incluyó la evaluación de diversos componentes de los artículos seleccionados, como autores, años de publicación, títulos de los artículos, nombres de las revistas, objetivos de investigación, metodologías y teorías subyacentes (Figueroa-Domecq et al., 2020). Además, se examinaron los determinantes clave de la competitividad del destino, facilitando así un análisis completo de la evolución de estos conceptos en la literatura especializada.

Resultados

En los últimos 20 años, se han desarrollado numerosos modelos de gestión de destinos, reflejando las relaciones en el sistema turístico, especialmente en oferta y demanda (Inostroza, 2008; Osorio, 2006; Pearce, 2016). Osorio (2006) distingue entre la oferta, que abarca atracciones, transporte, servicios y promoción, y la demanda, que se refiere a los mercados turísticos nacionales y extranjeros. De Oliveira (2007) define un modelo como una “representación simplificada de la realidad” (p. 95). En el contexto turístico, estos modelos expresan las interconexiones entre agentes turísticos, la sociedad local y los aspectos sectoriales y territoriales (Ávila & Barrado, 2005).

Mujica et al. (2008) consideran el modelo turístico como una estrategia de construcción colectiva que busca un desarrollo equilibrado y armónico en todos los sectores productivos del municipio. Ritchie & Crouch (2003) destacan que la competitividad de un destino se evalúa por la prosperidad económica a largo plazo de los residentes, enfatizando la importancia de aumentar el gasto turístico, atraer visitantes y preservar el capital natural para las generaciones futuras.

La Tabla 1 destaca los 10 artículos más destacados en el ámbito de los modelos de competitividad turística. En la cima de la lista se encuentra el artículo más influyente titulado “Destination Competitiveness: Determinants and Indicators”, el cual ha recibido un total de 3271 citaciones. Este estudio examina los factores e indicadores que ejercen influencia en la competitividad de los destinos turísticos. A continuación, se encuentra el artículo titulado “Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach”, el cual ha sido citado 1751 veces. Esta publicación se enfoca en la creación de un enfoque cuantitativo para evaluar la competitividad, empleando encuestas y datos numéricos en su análisis. La lista continúa con otras investigaciones notables que han contribuido significativamente al campo de la competitividad en el turismo.

Tabla 1. Artículos más influyentes sobre investigación de modelos de competitividad turística

Nº	Autor(es) Año	Artículos	Revista	Citas totales	Cantidad de autores
1	L Dwyer, C Kim (2003).	Destination competitiveness: determinants and indicators	Current issues in tourism	3.271	2
2	MJ Enright, J Newton (2004).	Tourism destination competitiveness: a quantitative approach	Tourism management	1.751	2
3	GI Crouch (2011).	Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes	Journal of travel research	1.149	1

N°	Autor(es) Año	Artículos	Revista	Citas totales	Cantidad de autores
4	MF Cracolici, P Nijkamp (2009).	The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions	Tourism management	884	2
5	MJ Enright, J Newton (2005).	Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality	Journal of travel research	857	2
6	K Boes, D Buhalis, A Inversini (2016).	Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness	International Journal of Tourism Cities	764	3
7	JA Mazanec, K Wöber, AH Zins (2007).	Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?	Journal of Travel research	740	3
8	N Gooroochurn, G Sugiyarto (2005).	Competitiveness indicators in the travel and tourism industry	Tourism Economics	681	2
9	DO Gomezelj, T Mihalič (2008).	Destination competitiveness—Applying different models, the case of Slovenia	Tourism management	637	2
10	H Zhang, CL Gu, L Gu, Y Zhang (2011).	The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy—A case in the Yangtze River Delta of China	Tourism management	633	4

Fuente: Resultados propios en base al software Publish or Perish

En la actualidad, el estudio de la competitividad es un paradigma dominante en la industria (González-Rodríguez et al., 2023). Se han desarrollado varios modelos para investigar la competitividad de destinos utilizando diversos determinantes y atributos (Garcia, 2022; Morant-Martínez et al., 2019). Uno de los modelos más famosos en este sentido es el modelo de Ritchie & Crouch (2003), siendo un modelo integral de competitividad y sostenibilidad del destino. Este modelo incluye 36 variables clasificadas en cinco grupos de factores, es decir, determinantes cualificadores y amplificadores, recursos y atractores centrales, factores y recursos de apoyo, política de destino, planificación y desarrollo, y gestión del destino (Nadalipour et al., 2019).

Los estudios sobre la competitividad del destino suelen clasificarse en tres categorías (tabla 2), aquellos que desarrollan modelos (Armenski et al., 2011; Dwyer & Kim, 2003; Gomezelj & Mihalič, 2008; Ritchie & Crouch, 2003, 2010), los centrados en aspectos particulares (Goffi, 2012; González-Rodríguez et al., 2023; Morant-Martínez et al., 2019; Nadalipour et al., 2019), y los que investigan la posición o capacidades de un destino específico (Cracolici & Nijkamp, 2009; Cucculelli & Goffi, 2016; Gomezelj & Mihalič, 2008; Yang et al., 2021). Sin embargo, la revisión de estudios anteriores indica que la mayoría de los modelos existentes se centran principalmente en la creación de competitividad y las características del destino, con una escasa consideración hacia la sostenibilidad (Nadalipour et al., 2019).

Tabla 2. Modelos y componentes de la competitividad del destino

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
<i>Modelo de Ritchie & Crouch (2003)</i>		
La capacidad de los empresarios para diseñar, producir y comercializar bienes y servicios que formen un paquete de beneficios más atractivo que los de sus competidores.	Teóricas y prácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos y atractivos centrales - Factores y recursos de apoyo - Entorno competitivo (microentorno) - Entorno global (macroentorno) - Determinantes cualificadores y amplificadores

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
<i>Modelo de MJ Enright, J Newton (2004)</i>		
La capacidad de un destino turístico para atraer y satisfacer las necesidades de los turistas potenciales. Se enfoca en la relación entre los factores de atracción del destino y los factores comerciales genéricos de competitividad en la industria turística.	Combina elementos teóricos con un enfoque empírico cuantitativo.	<ul style="list-style-type: none"> - Atracciones del Destino. - Industria Turística - Importancia Relativa de los Atributos. - Desempeño de los Atributos. - Cuadrantes de Competitividad. - Factores Comerciales Genéricos. - Entorno Económico.
<i>Modelo de MJ Enright, J Newton (2005)</i>		
La capacidad de un país para producir bienes y servicios que cumplan con las exigencias de los mercados internacionales, al mismo tiempo que mantienen o aumentan los ingresos reales de sus ciudadanos.	Práctica.	<ul style="list-style-type: none"> - Condiciones de factores, - Condiciones de demanda, - Industrias relacionadas y de apoyo. - Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, - Recursos principales y atractivos. - Factores de apoyo. - Gestión del destino. - Determinantes cualificativos.
<i>Modelo de N Gooroochurn, G Sugiyarto (2005)</i>		
La capacidad de los destinos turísticos para atraer visitantes y mantener un rendimiento favorable en la industria turística a nivel mundial.	Práctica.	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología. - Indicador social. - Indicador humano. - Precio. - Grado de apertura. - Infraestructura. - Indicador de turismo. - Indicador medioambiental.

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
<i>Modelo de JA Mazanec, K Wöber, AH Zins (2007)</i>		
La capacidad de un destino turístico para aumentar el gasto en turismo, atraer visitantes proporcionándoles experiencias satisfactorias y memorables, hacerlo de manera rentable, mejorar el bienestar de los residentes del destino y preservar el capital natural del lugar para las generaciones futuras.	Teórica.	<ul style="list-style-type: none"> - La competitividad de precios. - Impacto económico y social. - Recursos humanos. - Infraestructura. - Medio ambiente. - Tecnología. - Apertura. - Desarrollo social.
<i>Modelo de DO Gomezelj, T Mihalič (2008)</i>		
La capacidad de un destino turístico para atraer visitantes y mantener una posición ventajosa en el mercado turístico internacional. Esta capacidad depende de varios elementos y factores que influyen en la percepción y preferencias de las partes interesadas turísticas, abarcando desde los recursos del destino hasta las condiciones situacionales y de demanda.	Teórica y práctica.	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos heredados, creados y de apoyo. - La gestión. - El marketing. - La política. - La planificación. - El desarrollo del destino. - Las condiciones de demanda.
<i>Modelo de MF Cracolici, P Nijkamp (2009)</i>		
La gestión de la competitividad de un destino turístico es un desafío debido a la multiplicidad de actores involucrados en la prestación de servicios turísticos y la complejidad de los atributos que influyen en la competitividad.	Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos y atractivos centrales. - Gestión del destino. - Política, planificación y desarrollo del destino. - Determinantes cualificadores y amplificadores. - Factores de apoyo y recursos.

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
<i>Modelo de GI Crouch (2011)</i>		
La capacidad de los destinos turísticos para desarrollar, mantener, proteger o fortalecer su posición competitiva en un mercado global cada vez más competitivo.	Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos y atractivos centrales. - Gestión del destino. - Política, planificación y desarrollo del destino. - Determinantes cualificadores y amplificadores. - Factores de apoyo y recursos.
<i>Modelo de H Zhang, CL Gu, L Gu, Y Zhang (2011)</i>		
La capacidad de un destino turístico para atraer y retener visitantes en comparación con otros destinos.	Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - La infraestructura. - La calidad de los servicios turísticos. - La atracción turística. - La sostenibilidad ambiental.
<i>Modelo de K Boes, D Buhalis, A Inversini (2016)</i>		
La capacidad de adaptarse a los cambios globales y utilizar tecnologías de vanguardia para obtener ventaja competitiva. En el contexto de destinos turísticos inteligentes, la competitividad se logra a través de la integración de componentes de “inteligencia” tanto tecnológica como social.	Teórica	<ul style="list-style-type: none"> - Las tecnologías de la información y comunicación (TIC). - El liderazgo. - La innovación. - El capital social. - El capital humano.

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
<i>Modelo de planificación del destino turístico inteligente de J Ivars, J Vera (2019)</i>		
La capacidad de un destino turístico para atraer visitantes y mejorar su posición en el mercado mediante la implementación eficiente de tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Se busca transformar datos derivados de la infraestructura física, conexiones sociales y fuentes gubernamentales en experiencias turísticas mejoradas y propuestas de valor empresarial.	Práctica	<ul style="list-style-type: none"> - El destino inteligente. - El negocio inteligente. - El turista inteligente. - La integración de TIC en la infraestructura turística. - La generación de plataformas interactivas entre actores turísticos.
<i>Modelo de N García (2022)</i>		
“La competitividad turística en nuestros tiempos demanda diferenciación en la oferta de experiencias únicas, asociadas a un destino, a un producto o un servicio” (p. 41).	Teórica y práctica	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno. - Instituciones y gobernanza. - Entorno financiero. - Condiciones socioculturales. - Marketing e innovación de productos y procesos. - Investigación & desarrollo. -Infraestructura general y turística. - Capital humano emprendedor. - Educación empresarial. - Demanda turística. - Condiciones de la oferta de emprendimientos turísticos.

Definición de competitividad del destino	Aplicación del modelo	Elementos del modelo
Modelo de M González, M Díaz, N Pulido, (2023)		
La capacidad de un destino turístico para atraer visitantes y generar ingresos turísticos de manera eficiente y efectiva, tanto en comparación con otros destinos como en términos de su propio desarrollo interno.	Práctica	Estos factores pueden incluir: - La calidad de la infraestructura turística. - Recursos naturales y culturales. - Habilidades, la eficiencia y efectividad en la gestión. - La seguridad. - La sostenibilidad ambiental. - La apertura internacional. - La competitividad de precios.

Fuente: Elaboración propia.

Discusión

En la revisión de la literatura sobre la competitividad de destinos turísticos, González-Rodríguez et al. (2023) clasifican los estudios en tres categorías. La primera se enfoca en modelos generales de competitividad, destacando las contribuciones de Ritchie & Crouch (2003) y Enright & Newton (2004). La segunda aborda aspectos específicos de la competitividad, como evidencian los estudios de Boes et al. (2016), y Mazanec et al. (2007). La tercera se centra en analizar la posición de destinos turísticos particulares, como han hecho Cracolici y Nijkamp (2009), Cucculelli & Goffi (2016), Gomezelj & Mihalič (2008), y Zhang et al. (2011).

Ritchie & Crouch (2003) y Crouch (2011) proponen un marco integral que engloba varias facetas de la competitividad de destinos turísticos, que incluye los recursos y atractivos principales, factores y recursos de respaldo, entorno competitivo y global, y determinantes que califican y potencian.

En contraste, el modelo de Enright & Newton (2004) aborda la brecha entre los factores de atracción del destino y los factores comerciales genéricos de competitividad, para identificar la importancia relativa de los atributos de competitividad en destinos turísticos, aunque se le critica por limitaciones como la falta de comparación global y la exclusión de factores subjetivos. A diferencia de Cracolici y Nijkamp (2009) que se centran en evaluar el atractivo turístico regional mediante indicadores específicos

de perfiles turísticos. Ambos enfoques ofrecen perspectivas valiosas para comprender y mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

Boes et al. (2016) y Ivars-Baidal & Vera-Rebollo (2019) desarrollan modelos que conceptualizan la “inteligencia” en destinos turísticos, integrando elementos tecnológicos y sociales para generar valor y mejorar la competitividad. El primero se enfoca en la conceptualización de la inteligencia turística, mientras que el segundo se estructura en tres niveles interrelacionados: estratégico-relacional, instrumental y aplicado, destacando la necesidad de adaptarse a la tecnología para mejorar la competitividad del destino turístico mediante el uso inteligente de datos y soluciones tecnológicas.

Mazanec et al. (2007) buscan explicar la competitividad de destinos turísticos mediante un sistema de relaciones causa-efecto entre los factores influyentes, utilizando herramientas de modelado de variables latentes e indicadores formativos para alcanzar este propósito. En cambio, el Monitor de Competitividad Turística de Gooroochurn & Sugiyarto (2005) adopta un enfoque cuantitativo integral, evaluando la competitividad turística en casi 200 países basándose en el modelo de Ritchie & Crouch (2003). Sin embargo, críticas señalan dudas sobre los pesos asignados a los indicadores y la falta de consideración de aspectos subjetivos.

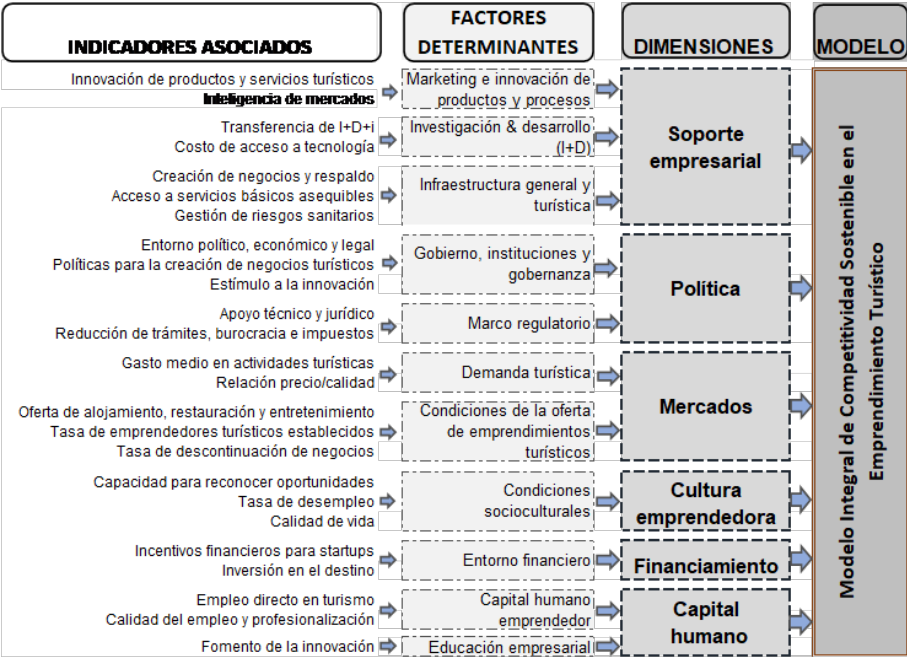
El modelo de Gomezelj & Mihalič (2008) se basa en una adaptación del trabajo de Dwyer & Kim (2003), estructurándose en tres cajas principales: recursos, condiciones situacionales y condiciones de demanda, destacando la importancia de la gestión, el marketing, la política y el desarrollo en la competitividad del destino. Mientras tanto, el modelo de Zhang et al. (2011) utiliza datos concretos para calcular la competitividad de destinos turísticos, empleando el modelo TOPSIS y la entropía de la información.

El modelo propuesto por González-Rodríguez et al. (2023) se basa en el modelo de Ritchie & Crouch (2003) y en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, centrándose en analizar la eficiencia y los factores determinantes de la competitividad de los destinos turísticos, proporcionando una comprensión integral de la ventaja comparativa y competitiva de estos destinos.

Hasta la fecha, la literatura muestra una carencia de modelos o marcos específicos para evaluar la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento en turismo, lo que hace que el marco propuesto en este estudio sea innovador en este sentido. El modelo propuesto por García (2022) destaca como pionero en la medición de la competitividad y sostenibilidad en el ámbito del emprendimiento turístico,

emerge como un hito significativo en la literatura. Este modelo sistémico de indicadores busca fortalecer la competitividad turística, concentrándose en los emprendimientos locales de la provincia de Manabí, Ecuador (figura 1). Con seis dimensiones, once factores determinantes y 25 indicadores relevantes, pretende ser un referente valioso para los gestores, proporcionando herramientas para la formulación de políticas públicas que impulsen un ecosistema emprendedor turístico sostenible e innovador.

Figura 1. Representación gráfica del modelo integral de competitividad



Fuente: García (2022).

La estructura del modelo, desglosada por cada dimensión, se resume de la siguiente manera:

1. La dimensión Soporte empresarial agrupa tres factores: marketing e innovación de productos y procesos; investigación & desarrollo (I+D); e infraestructura general y turística, desglosada en 7 indicadores.

2. La dimensión Política comprende dos factores determinantes: gobierno, instituciones y gobernanza, por un lado; y marco regulatorio, que incluye 5 indicadores, por otro.
3. La dimensión Mercados relaciona dos factores: demanda turística; y condiciones de la oferta de emprendimientos turísticos, que engloban entre ambos 5 indicadores.
4. La dimensión Cultura emprendedora cuenta con un factor: condiciones socioculturales, que incluye un total de 3 indicadores.
5. La dimensión Financiamiento, se relaciona un factor: entorno financiero, que contiene 2 indicadores.
6. La dimensión Capital humano referencia dos factores: capital humano emprendedor; y educación empresarial, que comprende 3 indicadores.

En el marco del modelo propuesto por García (2022), la competitividad se origina en la interacción y complementación entre la ventaja comparativa y la ventaja competitiva del emprendimiento turístico. Este enfoque innovador se concentra en los emprendimientos locales de la provincia de Manabí, Ecuador, con el objetivo de fortalecer la competitividad y sostenibilidad en el sector turístico.

El modelo de García (2022) estructura las ventajas comparativas del ecosistema emprendedor en dimensiones clave como Soporte Empresarial, Política, Mercados, Cultura Emprendedora, Financiamiento y Capital Humano. Por otro lado, la ventaja competitiva se enfoca en indicadores relacionados con el rendimiento alcanzado por un destino (eficacia), abarcando factores determinantes tales como Marketing e Innovación de Productos y Procesos, Investigación & Desarrollo (I+D), Infraestructura General y Turística, Gobierno e Instituciones, Marco Regulatorio, Demanda Turística, Condiciones de la Oferta de Emprendimientos Turísticos, Condiciones Socioculturales, y Entorno Financiero.

El modelo de García (2022) pone énfasis en indicadores que abordan el desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores, la investigación de nuevos mercados y la eficiencia en la asignación de recursos para optimizar el rendimiento del emprendimiento turístico. Además, se evalúa la creación de empleo como consecuencia de la actividad emprendedora. Estos indicadores ofrecen una visión integral de la competitividad y sostenibilidad en el emprendimiento turístico, con la aspiración de implementar estrategias que mejoren el desempeño económico, ambiental y social de los emprendimientos turísticos en el destino estudiado.

Conclusiones

Los modelos de competitividad de destinos destacan diversos elementos que fundamentan la competencia entre destinos turísticos, donde el logro de un rendimiento superior y una posición favorable en el mercado no solo depende de los recursos y capacidades del destino, sino también de su habilidad para gestionar eficientemente dichos recursos, maximizando así su desempeño competitivo (Cracolici & Nijkamp, 2009; González-Rodríguez et al., 2023).

La competitividad, entendida como el esfuerzo por alcanzar una rentabilidad continua por encima del promedio de la industria, se vincula con la capacidad de un destino para asegurar su desarrollo sostenible (De Oliveira et al., 2019; Sánchez-Fernández et al., 2018b). Los académicos argumentan que la competitividad del destino se refiere a su capacidad para crear y entregar valor, sosteniendo recursos y manteniendo su posición en el mercado frente a competidores (Croes, 2011; Cucculelli & Goffi, 2016; Pradhan et al., 2018).

El análisis de la competitividad turística es una tarea compleja, pues requiere la identificación de factores que la fomenten, enfrentando la dificultad de lidiar con una amplia gama de variables, tanto cualitativas como cuantitativas (Salinas et al., 2022). En resumen, una variedad de modelos de competitividad turística aborda una amplia gama de factores clave. Estos incluyen recursos y atractivos, entornos competitivo y global, determinantes cualificadores y amplificadores, atracciones del destino, industria turística, desempeño y la importancia relativa de atributos, cuadrantes de competitividad, factores comerciales genéricos, y condiciones económicas y de demanda (Cracolici & Nijkamp, 2009; Crouch, 2011; Enright & Newton, 2004; Gomezelj & Mihalič, 2008; Gooroochurn & Sugiyarto, 2005; Mazanec et al., 2007; Ritchie & Crouch, 2003).

Adicionalmente, se consideran factores como tecnología, indicadores sociales y humanos, precio, grado de apertura, infraestructura, indicadores de turismo, sostenibilidad ambiental, competitividad de precios, impacto económico y social, recursos humanos, desarrollo social, gestión del destino, recursos heredados, creados y de apoyo, marketing, política, planificación, calidad de servicios turísticos, atracción turística, innovación, capital social y humano, e integración de tecnologías de la información en la infraestructura turística (García, 2022; González-Rodríguez et al., 2023; Ivars-Baidal & Vera-Rebollo, 2019; Zhang et al., 2011). Estos modelos proporcionan una visión completa de los determinantes de la competitividad turística, permitiendo un análisis exhaustivo en este campo.

Esta investigación se enfoca en potenciar la Competitividad Sostenible en el Emprendimiento Turístico a través de un Modelo Integral del Ecosistema. Se examinan las dimensiones clave de la ventaja comparativa y la ventaja competitiva dentro del ecosistema emprendedor del turismo. Desde una perspectiva teórica, se ha realizado una revisión exhaustiva de la literatura académica, resaltando el papel crucial de la competitividad en el sector turístico. Este análisis establece una base sólida para la generación de nuevas preguntas y la promoción de futuros estudios que aborden la competitividad de destinos turísticos mediante un enfoque integrador que considere tanto las ventajas comparativas como competitivas del destino.

Desde una perspectiva metodológica y práctica, se analiza el modelo propuesto por García (2022), reconocido como pionero en la medición de la competitividad y sostenibilidad en el ámbito del emprendimiento turístico. Este modelo emerge como un hito significativo en la literatura. Se trata de un enfoque sistémico de indicadores diseñado para fortalecer la competitividad turística, focalizándose en los emprendimientos locales de la provincia de Manabí, Ecuador.

La integración de los hallazgos actuales y la generación de nuevas preguntas buscan enriquecer un enfoque más completo y sostenible para impulsar el emprendimiento turístico y la competitividad de los destinos en el futuro. Este modelo, fundamentado en el análisis de la ventaja comparativa y competitiva del ecosistema emprendedor en turismo, proporciona una perspectiva valiosa para la mejora continua y la promoción de prácticas empresariales que respalden tanto la viabilidad económica como la sostenibilidad ambiental en el sector turístico.

Estos hallazgos, que emergen de la investigación, tienen el potencial de ofrecer a los administradores de turismo conocimientos valiosos y actualizados sobre las fortalezas potenciales que un destino podría alcanzar para ser competitivo. La comprensión profunda de la ventaja comparativa y competitiva de un destino se vuelve esencial para los gestores turísticos. Este enfoque estratégico permitirá al destino lograr el mejor desempeño en términos de llegadas, ingresos turísticos y empleo turístico. En este sentido, la aplicación del modelo propuesto por García (2022) se presenta como una herramienta valiosa para orientar las decisiones estratégicas de los gestores turísticos, contribuyendo así al desarrollo sostenible y la competitividad a largo plazo de los destinos turísticos.

Referencias Bibliográficas

- Armenski, T., Marković, V., Davidović, N., & Jovanović, T. (2011). Adapted Integrated Model of Destination Competitiveness. *Geographica Pannonica*, 15(2), 57–68. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-8724/2011/0354-87241102058A.pdf>
- Ávila, R., & Barrado, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos Turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27–43. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18541>
- Azmi, E., Che Rose, R. A., Awang, A., & Abas, A. (2023). Innovative and Competitive: A Systematic Literature Review on New Tourism Destinations and Products for Tourism Supply. *Sustainability* (Switzerland), 15(2). <https://doi.org/10.3390/su15021187>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. R., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572–589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Bruyn, C. De, Said, F. Ben, Meyer, N., & Soliman, M. (2023). Research in tourism sustainability: A comprehensive bibliometric analysis from 1990 to 2022. *Heliyon*, e18874. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18874>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/S0261-5177(99)00095-3)
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–344. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>

- Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431–442. <https://doi.org/10.1177/0047287510368139>
- Croes, R., & Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(3), 146–154. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>
- Crouch, G. . (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 27–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Cucculelli, M., & Goffi, G. (2016). Does sustainability enhance tourism destination competitiveness? Evidence from Italian Destinations of Excellence. *Journal of Cleaner Production*, 111, 370–382. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.069>
- De Oliveira, G. E. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 16(1), 96–108. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713890005>
- Díez, D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas*, 1, 69–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/INTURI2011.1.05>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism Destination*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777–788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- García, N. (2022). Desarrollo territorial sostenible del turismo en Manabí, Ecuador. Modelos y estrategias [Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/133318>

- Goffi, G. (2012). Determinants of Tourism Destination Competitiveness: a theoretical model and empirical evidence [UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE]. <http://openarchive.univpm.it/jspui/bitstream/123456789/889/1/Tesi.Goffi.pdf>
- Gómez-Vega, M., & Picazo-Tadeo, A. (2019). Ranking world tourist destinations with a composite indicator of competitiveness: To weigh or not to weigh? *Tourism Management*, 72, 281–291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.006>
- Gomezelj, D. O., & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness-Appling different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29(2), 294–307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47(May). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25–43.
- Hong, W. C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105–132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>
- Inostroza, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina. *Gestión Turística.*, N° 10, 77–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.4206/gest.tur.2008.n10-06>
- Ivars-Baidal, J. A., & Vera-Rebollo, J. F. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: Planificación turística inteligente. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 1–31. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765>
- Mazanec, J. A., & Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: Second thoughts on the World Economic Forum reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725–751. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0065>

- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86–95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Millet, J. (2019). Ecosystem Model Proposal in the Tourism Sector to Enhance Sustainable Competitiveness. *Sustainability*, 11(23), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11236652>
- Mujica, M., Marín, F., Smith, H., & Lovera, M. (2008). Municipio innovador, un modelo para el desarrollo local sostenible. *Multiciencias*, 8, 130–136.
- Nadalipour, Z., Hossein, M., & Roknoddin, A. (2019). An integrated model of destination sustainable competitiveness. *International Business Journal*, 29(4), 314–335. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2017-0086>
- Oliveira, C. T. F. de, Zouain, D. M., Souza, L. A. V., & Duarte, A. L. F. (2019). Competitiveness of tourist destinations: demand and performance factors. *Tourism & Management Studies*, 15(4), 17–26. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.150402>
- Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. *Revista de Estudios Territoriales*, 8(1), 291–314. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Pearce, D. (2016). Modelos de Gestión de Gestión de Destinos. Síntesis y evaluación. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(1), 1–16. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180743275001>
- Pradhan, M. K., Oh, J., & Lee, H. (2018). Understanding Travelers' Behavior for Sustainable Smart Tourism: A Technology Readiness Perspective. *Sustainability*, 10, 1–20. <https://doi.org/10.3390/su10114259>
- Pulido-Fernández, J. I., & Rodríguez-Díaz, B. (2016). Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 20, 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.08.001>

- Pulikowski, A., & Matysek, A. (2021). Searching for LIS scholarly publications: A comparison of search results from Google, Google Scholar, EDS, and LISA. *Journal of Academic Librarianship*, 47(5), 102417. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102417>
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing is.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Public Administration Review (RAP)*, 44(5), 1049–1066. <https://www.scielo.br/j/rap/a/wGkjhRb5nszC4bzmzgYpTkx/?format=pdf&lang=en>
- Salinas, M., Guaita, J. M., & Martín, J. M. (2022). Technological Forecasting & Social Change An analysis of the competitiveness of the tourism industry in a context of economic recovery following the COVID19 pandemic. *Technological Forecasting & Social Change*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121301>
- Sánchez-Fernández, R., Iniesta-Bonillo, M. Á., & Cervera-Taulet, A. (2018a). Exploring the concept of perceived sustainability at tourist destinations: a market segmentation approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(2), 176–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1505579>
- Sánchez-Fernández, R., Iniesta-Bonillo, M. Á., & Cervera-Taulet, A. (2018b). Exploring the concept of perceived sustainability at tourist destinations: a market segmentation approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(2), 176–190. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1505579>
- Szromek, A. R. (2019). An Analytical Model of Tourist Destination Development and Characteristics of the Development Stages: Example of the Island of Bornholm. *Sustainability*, 11(24), 6989. <https://doi.org/10.3390/su11246989>

- Yang, Y., Zhang, C. X., & Rickly, J. M. (2021). A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism. *Annals of Tourism Research*, 91, 103313. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103313>
- Zhang, H., Gu, C. lin, Gu, L. wen, & Zhang, Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy - A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*, 32(2), 443–451. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.007>