

Competitividad turística sostenible: reflexiones desde la teoría y la práctica

Sustainable Tourism Competitiveness: Reflections from Theory and Practice

Zyanya María Villa-Zamorano

Doctora en Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
Profesora Investigadora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UABC,
Mexicali, México.

<https://orcid.org/0000-0002-9014-8556>

zyanya.villa@uabc.edu.mx

Resumen

La competitividad turística es un elemento crucial para el desarrollo sostenible de los destinos en un entorno globalizado. Este artículo analiza las tendencias en su abordaje desde perspectivas teóricas y prácticas, integrando una revisión de literatura reciente con los hallazgos de un panel interdisciplinario realizado en el marco de la XVI Cátedra Patrimonial Internacional en Turismo "Sergio Molina". Este panel reunió a actores clave de los sectores académico, gubernamental y empresarial, quienes aportaron reflexiones sobre estrategias y desafíos relacionados con la competitividad turística y utilizando un enfoque cualitativo con base en teoría fundamentada, se identificaron categorías clave como sostenibilidad, innovación tecnológica, cooperación y gobernanza, educación y preservación cultural, y calidad de la experiencia del visitante. Los resultados destacan que la sostenibilidad actúa como un eje transversal que conecta múltiples dimensiones, promoviendo prácticas responsables que incluyen tanto la preservación ambiental como la inclusión social y económica de las comunidades locales. La innovación tecnológica, por su parte, se consolida como una herramienta estratégica para la modernización y proyección global, aunque debe ser equilibrada con la autenticidad y calidad de las experiencias turísticas. Asimismo, la cooperación y gobernanza colaborativa emergen como pilares fundamentales para articular esfuerzos intersectoriales y abordar desafíos como el overtourism. Finalmente, la calidad de la experiencia del visitante y la educación desempeñan roles centrales en la preservación cultural y el fortalecimiento de la identidad de los destinos. Este artículo concluye que una aproximación integral, basada en la sostenibilidad, la innovación equilibrada y la ética, es esencial para fortalecer la competitividad turística. Además, se proponen líneas para futuras investigaciones que permitan ampliar el conocimiento sobre estos factores y su aplicación práctica en el diseño de estrategias para un turismo más competitivo y responsable.

Palabras claves: Competitividad Turística. Sostenibilidad. Innovación Tecnológica, Preservación Cultural. Gobernanza.

Abstract

Tourism competitiveness is a crucial factor for the sustainable development of destinations in a globalized environment. This article examines trends in its approach from both theoretical and practical perspectives, integrating a review of recent literature with findings from an interdisciplinary panel conducted during the XVI International Patrimonial Chair in Tourism "Sergio Molina". The panel brought together key stakeholders from academic, governmental, and business sectors, who offered insights into strategies and challenges related to tourism competitiveness. Using a qualitative approach based on grounded theory, key categories were identified, including sustainability, technological innovation, cooperation and governance, education and cultural preservation, and the quality of the visitor experience. The results underscore that sustainability serves as a central axis connecting multiple dimensions, fostering responsible practices that encompass both environmental conservation and the social and economic inclusion of local communities. Technological innovation emerges as a strategic tool for modernization and global visibility, although it must be balanced with the authenticity and quality of tourism experiences. Similarly, collaborative cooperation and governance are highlighted as essential pillars for coordinating intersectoral efforts and addressing challenges such as overtourism. Finally, the quality of the visitor experience and education play pivotal roles in cultural preservation and in strengthening the identity of destinations. This article concludes that an integrated approach—grounded in sustainability, balanced innovation, and ethics—is vital to enhancing tourism competitiveness. Moreover, it outlines directions for future research to deepen the understanding of these factors and their practical application in designing strategies for more competitive and responsible tourism.

Key words: Tourism Competitiveness. Sustainability. Technological Innovation, Cultural Preservation. Governance

1 INTRODUCCIÓN

La competitividad turística ha emergido como un concepto central para el desarrollo y sostenibilidad de los destinos en un entorno globalizado y altamente competitivo. En este contexto, la capacidad de los destinos para destacarse no solo depende de sus atractivos intrínsecos, sino de su habilidad para integrar prácticas innovadoras, sostenibles y colaborativas que respondan a las crecientes demandas de los visitantes. Este artículo aborda la competitividad turística desde un enfoque integral, analizando tanto sus fundamentos teóricos como su aplicación práctica, basándose en un panel interdisciplinario realizado en el marco de la XVI Cátedra Patrimonial Internacional en Turismo "Sergio Molina". Dicho panel contó con la participación de actores clave de los sectores académico, gubernamental y empresarial, quienes aportaron perspectivas valiosas sobre las estrategias y desafíos relacionados con este tema.

El objetivo principal de esta investigación es analizar las tendencias en el abordaje de la competitividad turística, tanto desde lo teórico como desde la percepción de actores clave. A través de una revisión de literatura y un análisis cualitativo de las discusiones generadas en el panel, este estudio busca identificar los elementos esenciales que contribuyen al fortalecimiento de la competitividad turística, así como los retos que deben superarse para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

La metodología utilizada combina una revisión documental y un análisis cualitativo basado en la teoría fundamentada. Esto permitió identificar categorías clave y relaciones entre conceptos que fueron organizadas en una red semántica, facilitando una comprensión más profunda de los factores que determinan la competitividad en el sector turístico. Los resultados obtenidos destacan la importancia de conceptos como sostenibilidad, innovación, cooperación y gobernanza, educación y preservación cultural, así como la calidad de la experiencia del visitante, como pilares fundamentales para construir destinos más competitivos y resilientes.

En la discusión, se contrastan los hallazgos del análisis con las teorías revisadas, evidenciando coincidencias y vacíos que abren nuevas oportunidades para futuras investigaciones. Finalmente, las conclusiones ofrecen una síntesis de los elementos clave identificados y proporcionan recomendaciones que buscan fortalecer tanto el conocimiento académico como la práctica del turismo competitivo, fomentando un enfoque que integre sostenibilidad, innovación y ética en la planificación y gestión de los destinos.

2 MARCO TEÓRICO

La competitividad turística constituye un pilar esencial para el desarrollo sostenible de los destinos, especialmente en un contexto global caracterizado por cambios rápidos en las preferencias de los turistas y la creciente presión por equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental. Este concepto, que ha sido ampliamente explorado desde múltiples perspectivas teóricas, combina elementos como la capacidad de un destino para atraer turistas, mejorar el bienestar de los residentes y preservar los recursos naturales y culturales (Crouch & Ritchie, 1997; Song & Xu, 2024).

En el ámbito teórico, diversos modelos han sido desarrollados para comprender y medir la competitividad turística. El modelo de Crouch y Ritchie (1997) es uno de los más influyentes, al integrar recursos primarios como los atractivos naturales y culturales, con recursos secundarios como la infraestructura y los servicios turísticos. Este enfoque ha sido complementado por el modelo de Dwyer y Kim (2003), que incorpora factores como los recursos creados y las condiciones situacionales, argumentando que la competitividad depende tanto de los recursos heredados como de la capacidad de los destinos para gestionarlos y adaptarse a las demandas cambiantes. Ambos modelos subrayan la importancia de un enfoque holístico, donde la competitividad turística no solo se evalúe en términos de ingresos económicos, sino también en función de la experiencia del turista y la sostenibilidad del destino.

El modelo diamante de Porter (1990), adaptado al turismo por Song y Xu (2024), amplía esta perspectiva al incluir factores de producción, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y estrategias empresariales como determinantes de la competitividad. Este modelo se ha utilizado especialmente en estudios de turismo urbano, donde la interacción entre estos factores resulta clave para posicionar a las ciudades como destinos competitivos en el mercado global. En este sentido, Song y Xu (2024) proponen el uso de metodologías avanzadas, como el método Topsis y el aprendizaje automático, para evaluar cuantitativamente la competitividad turística, asignando pesos dinámicos a indicadores económicos, sociales y ambientales.

La sostenibilidad ha emergido como un eje transversal en los debates sobre competitividad turística. La necesidad de integrar dimensiones económicas, sociales y ambientales en las estrategias de desarrollo turístico ha sido ampliamente reconocida por

autores como Aguiar y Chim (2024), quienes argumentan que la competitividad debe medirse no solo por el rendimiento económico, sino también por su capacidad para contribuir al progreso social y a la equidad. Esta visión se alinea con la Agenda "Beyond GDP", que propone indicadores de bienestar y sostenibilidad como métricas complementarias al PIB (Kumar et al., 2024). En el caso de destinos específicos como Puerto Peñasco, Chávez-Valdez y Enríquez-Acosta (2024) destacan que la integración de políticas públicas, infraestructura y recursos humanos son factores críticos para mejorar la competitividad, pero advierten que los servicios complementarios siguen siendo un área de oportunidad.

Además de la sostenibilidad, la cultura ha adquirido una importancia central en el análisis de la competitividad turística. Kumar et al. (2024) exploran cómo las prácticas culturales y los valores afectan la percepción de los turistas y la capacidad de los destinos para diferenciarse. Por ejemplo, Ramos y Pinto (2024) enfatizan la relevancia de la imagen gastronómica como un factor clave para la competitividad, utilizando análisis de sentimiento para medir cómo las experiencias culinarias impactan la percepción de los turistas. Este enfoque no solo refuerza la conexión entre identidad cultural y competitividad, sino que también destaca la importancia de las estrategias de marketing digital para gestionar la reputación en línea.

En términos metodológicos, los estudios recientes han adoptado enfoques innovadores para medir y analizar la competitividad turística. Ramos y Pinto (2024) utilizaron análisis de sentimiento para evaluar la imagen gastronómica de destinos seleccionados, mientras que Song y Xu (2024) implementaron algoritmos de aprendizaje automático para asignar pesos a indicadores multidimensionales. Estos avances metodológicos no solo enriquecen el estado del arte, sino que también proporcionan herramientas prácticas para los gestores de destinos, permitiendo un análisis más preciso y objetivo de las fortalezas y debilidades competitivas.

Sin embargo, persisten desafíos significativos en la implementación de estrategias para mejorar la competitividad turística. Según Garcés et al. (2018), las tensiones entre actores locales y externos, la falta de infraestructura adecuada y los problemas de gestión ambiental son barreras que limitan el desarrollo sostenible de los destinos. Además, los conflictos de interés y la resistencia al cambio en las comunidades locales pueden dificultar la adopción de políticas inclusivas y sostenibles (Chávez-Valdez & Enríquez-Acosta, 2024).

Por último, la competitividad turística no puede ser entendida de manera aislada, sino como un fenómeno dinámico e interrelacionado con múltiples factores. La gestión del conocimiento, como argumentan Carrasco y Lugo (2023), desempeña un rol clave en la innovación y mejora operativa de los destinos, facilitando la transferencia y aplicación efectiva de conocimientos entre actores públicos y privados. Esto refuerza la necesidad de un enfoque colaborativo y multidisciplinario para abordar los retos y oportunidades en la competitividad turística.

3 METODOLOGÍA

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, adoptando un diseño exploratorio-descriptivo. Este enfoque resulta adecuado dado que el estudio se centra en comprender, desde una perspectiva teórica y empírica, las tendencias en la competitividad turística, así como las percepciones y el conocimiento de actores clave de los sectores gubernamental, académico y empresarial, específicamente en los subsectores

de hotelería y gastronomía. La elección de este diseño permite un abordaje flexible y profundo, orientado a interpretar cómo se conceptualiza y aplica la competitividad turística en contextos específicos.

La población objetivo del estudio incluye representantes de los sectores mencionados, seleccionados por su participación en un panel de discusión desarrollado en el marco de la Cátedra Patrimonial Internacional Sergio Molina. Este panel reunió a actores estratégicos con amplia experiencia y conocimiento en sus áreas, lo que aseguró la calidad y relevancia de las aportaciones recopiladas. Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico, aprovechando su disponibilidad y su papel activo en el evento académico.

Para la recolección de datos, se diseñó un guion de preguntas orientadoras, cuidadosamente elaborado para alinear las discusiones con los objetivos de la investigación. Este instrumento permitió explorar tres ejes principales: los elementos clave para mantener la competitividad en destinos y empresas turísticas, el papel de la cooperación intersectorial como herramienta para fortalecer dicha competitividad y las oportunidades que ofrecen la innovación y la sostenibilidad para destacar los aspectos culturales y promover un turismo sostenible. Las preguntas fueron formuladas con base en los conceptos y teorías discutidos en el marco teórico, asegurando que las discusiones en el panel contribuyeran a responder las interrogantes planteadas por el estudio.

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo durante los paneles de discusión en la cátedra, donde los participantes respondieron las preguntas en un entorno moderado que facilitó el intercambio de ideas y perspectivas. Las respuestas fueron registradas y transcritas para su posterior análisis, garantizando la fidelidad de la información obtenida. Este proceso incluyó la preparación del guion, la moderación de las discusiones y la captura detallada de las intervenciones, asegurando que se recopilaran datos ricos y diversos.

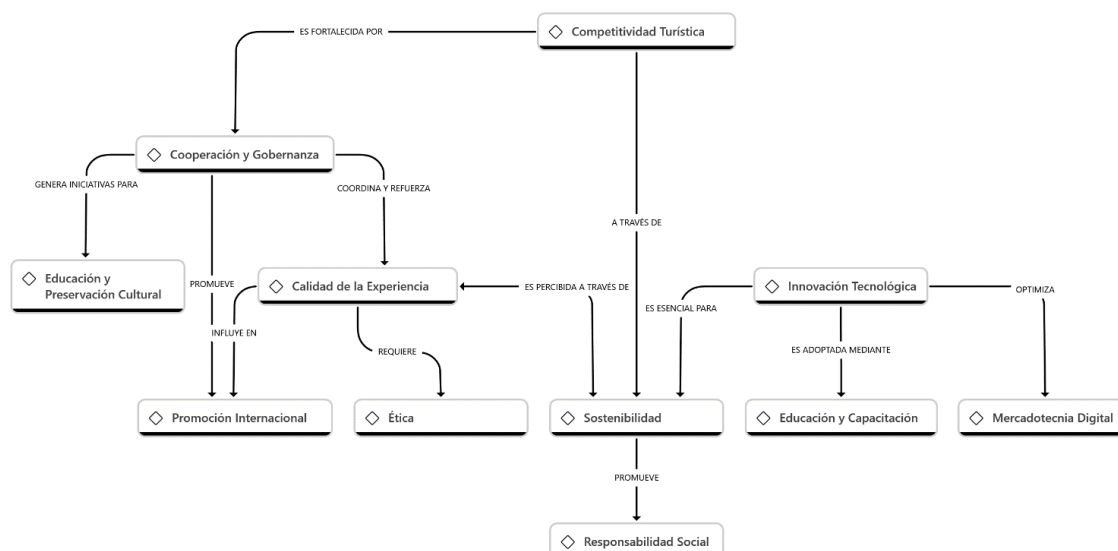
El análisis de los datos se llevó a cabo mediante la técnica de teoría fundamentada, lo que permitió identificar patrones y categorías emergentes en las respuestas de los participantes. En una primera fase, se realizó una codificación inicial para identificar temas clave y categorías relevantes. Posteriormente, se llevó a cabo un análisis axial para establecer relaciones entre estas categorías y vincularlas con las dimensiones teóricas identificadas en la literatura. Finalmente, se integraron los hallazgos en un marco teórico ampliado, permitiendo interpretar cómo las percepciones de los participantes reflejan las tendencias actuales en competitividad turística.

Esta metodología permite no solo describir las tendencias teóricas y prácticas en competitividad turística, sino también generar conocimiento útil para formular estrategias y políticas que respondan a las necesidades y desafíos de este sector dinámico.

4 RESULTADOS

La competitividad turística, como concepto dinámico y multifacético, emerge de una intersección compleja entre sostenibilidad, innovación, cooperación, educación y la calidad de las experiencias ofrecidas a los visitantes. A través de la transcripción del panel, se identificaron patrones y relaciones que delinean un marco integral para comprender cómo los destinos turísticos pueden fortalecer su posición en un mercado global competitivo y en constante evolución.

Figura 1 Red semántica de discurso en panel



Fuente: Villa-Zamorano, 2024.

La sostenibilidad es un eje transversal en las discusiones sobre competitividad turística. Más allá de ser una estrategia, se presenta como una necesidad urgente para garantizar el equilibrio entre el desarrollo económico, la equidad social y la conservación ambiental. Los panelistas subrayaron la importancia de adoptar prácticas sostenibles en toda la cadena de valor turística, destacando el uso de productos ecológicos, la reducción de desperdicios y la implementación de tecnologías limpias como paneles solares y sistemas de reutilización de agua. Sin embargo, la sostenibilidad no puede desvincularse de la inclusión comunitaria, especialmente cuando se trata de incorporar a las comunidades indígenas en los procesos de desarrollo. El ejemplo de las etnias Pimas, Guijó, Tepehuanos y Rarámuris, quienes participan activamente en el turismo gastronómico, ilustra cómo la sostenibilidad social puede convertirse en un motor para fortalecer la autenticidad y competitividad de un destino.

El papel de la innovación tecnológica fue otro tema recurrente. Los avances en mercadotecnia digital, como el SEO y las redes sociales, han transformado la forma en que los destinos y productos turísticos se posicionan en el mercado. No obstante, los panelistas advirtieron sobre los riesgos asociados con la exageración en las campañas digitales, que pueden generar expectativas no cumplidas y, en última instancia, insatisfacción en los visitantes. Este desafío resalta la importancia de equilibrar la tecnología con la calidad del producto y la autenticidad de las experiencias ofrecidas. La innovación también se extiende al ámbito culinario, donde el rescate de recetas tradicionales y el uso de ingredientes locales crean una oferta única y diferenciada. Estas acciones no solo mejoran la competitividad de los destinos, sino que también contribuyen a preservar y valorizar el patrimonio cultural.

La cooperación entre sectores, como la academia, el gobierno y las empresas privadas, fue identificada como una estrategia indispensable para consolidar una oferta turística cohesionada y sostenible. Las alianzas estratégicas, como los clústeres gastronómicos y los programas de embajadores, ejemplifican cómo la colaboración puede facilitar la promoción internacional y fortalecer la identidad turística de los destinos. Sin embargo, los panelistas enfatizaron que estas iniciativas deben estar respaldadas por una

gobernanza sólida, que articule los esfuerzos de todos los actores involucrados y garantice la coherencia de las estrategias implementadas.

En este marco, la educación y la capacitación emergen como pilares fundamentales. Los talleres sobre manejo de alimentos, emprendimiento y diversificación de productos son herramientas clave para empoderar a las comunidades locales y fomentar su participación activa en el turismo. Además, la academia juega un papel crucial en la formación de profesionales del turismo, así como en la actualización de teorías y modelos que reflejen las realidades contemporáneas del sector. La preservación cultural, a través de recetarios multilingües y proyectos educativos, asegura que las tradiciones y prácticas locales se mantengan vivas, mientras contribuyen a una oferta turística auténtica y enriquecedora.

La calidad de la experiencia del visitante es un elemento central en la competitividad turística. Los panelistas destacaron que los turistas actuales buscan experiencias auténticas que conecten con la cultura local, desde rutas gastronómicas hasta productos regionales emblemáticos. Sin embargo, también se enfatizó la necesidad de gestionar adecuadamente las expectativas para evitar insatisfacciones. La ética en la competitividad, que implica respetar tanto a los visitantes como a las culturas locales, se presenta como un factor diferenciador en un mercado saturado de opciones.

Por último, el análisis resaltó la relevancia de actualizar los modelos teóricos para incorporar nuevas dimensiones, como la sostenibilidad, la capacidad de carga y la gestión de crisis. Estos marcos conceptuales no solo ofrecen una guía para diseñar estrategias más efectivas, sino que también permiten interpretar los desafíos contemporáneos del turismo desde una perspectiva holística.

En conjunto, estos resultados reflejan que la competitividad turística no es un concepto estático, sino un proceso dinámico que requiere adaptabilidad, innovación y un enfoque integral. Las interacciones entre sostenibilidad, innovación, cooperación y educación no solo fortalecen la competitividad de los destinos, sino que también promueven un turismo más justo, inclusivo y ético. Esta integración de perspectivas y estrategias ofrece un camino prometedor para afrontar los desafíos del sector y aprovechar sus oportunidades en un entorno globalizado y en constante cambio.

5 DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en el panel sobre competitividad turística destacan un enfoque multidimensional que abarca sostenibilidad, innovación, gobernanza, educación y la calidad de la experiencia del visitante como pilares fundamentales. Estos elementos, aunque identificados de manera individual, muestran conexiones profundas que fortalecen su interacción y refuerzan la competitividad turística en un mercado globalizado. Al contrastar estos resultados con el marco teórico revisado, se evidencia una coincidencia significativa, aunque también emergen áreas que podrían complementarse para enriquecer la comprensión del tema.

Para visualizar estas similitudes y diferencias, se presenta un cuadro comparativo que resume los hallazgos clave de los artículos revisados y las reflexiones obtenidas en las transcripciones del panel. Este cuadro facilita identificar los puntos de convergencia y los enfoques complementarios, destacando cómo la teoría y la práctica enriquecen la comprensión de la competitividad turística.

Tabla 1. Análisis comparativo teoría y experiencia

Aspecto	Artículos Revisados	Panel de expertos
Sostenibilidad	Enfatizan la sostenibilidad ambiental como un pilar fundamental, destacando el uso de tecnologías limpias y prácticas responsables para preservar recursos naturales (Carrasco & Lugo, 2023; Aguiar et al., 2024).	Subrayan la sostenibilidad social, con énfasis en la inclusión de comunidades locales (indígenas) en la cadena de valor turística para asegurar beneficios directos y equitativos.
Innovación Tecnológica	Reconocida como una herramienta esencial para mejorar la competitividad. Destacan estrategias como el SEO, aplicaciones móviles y la inteligencia artificial para personalizar experiencias (Song & Xu, 2024; Maksimilianus et al., 2024).	Se advierte sobre la exageración en el uso de tecnología, especialmente en la promoción digital, enfatizando la necesidad de equilibrarla con la calidad y autenticidad de los servicios ofrecidos.
Cooperación y Gobernanza	Resaltan la importancia de la gobernanza colaborativa y la integración de sectores público, privado y académico para una gestión eficiente de los destinos (Garcés et al., 2018; Aguiar & Chim, 2024).	Ejemplos concretos de alianzas estratégicas, como clústeres gastronómicos y redes internacionales de promoción, destacando el papel de las oficinas de gestión de destinos en articular estos esfuerzos.
Calidad de la Experiencia	Considerada un indicador clave de la competitividad, ligada a la satisfacción del visitante y la oferta de experiencias auténticas y sostenibles (Ramos & Pinto, 2024; Kumar et al., 2024).	Enfatizan el respeto por las culturas locales y la autenticidad como factores diferenciadores que responden a las expectativas de los turistas contemporáneos.
Educación y Preservación Cultural	Se aborda como una herramienta para garantizar la autenticidad de los destinos, promoviendo la transmisión de conocimientos locales y la formación de profesionales en el sector (Chávez & Enríquez, 2024; Alcocer, 2013).	Ejemplos de iniciativas como talleres comunitarios y recetarios multilingües que preservan tradiciones culturales, beneficiando tanto a las comunidades locales como a los turistas.
Promoción Internacional	Identifican estrategias globales como ferias, programas de embajadores y marketing digital para posicionar destinos en mercados internacionales (Maksimilianus et al., 2024; Song & Xu, 2024).	Insisten en la necesidad de garantizar recursos suficientes para apoyar estas iniciativas, mencionando ejemplos concretos como los programas de embajadores gastronómicos.

Ética	Mencionada como un componente transversal, especialmente en relación con la sostenibilidad y el respeto a las comunidades receptoras (Garcés et al., 2018; Ramos & Pinto, 2024).	Se destacan reflexiones críticas sobre las prácticas éticas, incluyendo el respeto a las tradiciones locales y la necesidad de evitar la explotación cultural en nombre de la competitividad.
Desafíos contemporáneos	Abordan temas como el overtourism, la gestión de capacidad de carga y la necesidad de resiliencia en destinos frente a crisis globales (Aguiar et al., 2024; Chávez & Enríquez, 2024).	Enfatizan la falta de preparación en la gestión de crisis, ejemplificando casos como la respuesta insuficiente a desastres naturales recientes en destinos turísticos mexicanos.

Fuente: Villa-Zamorano, 2024.

En términos de sostenibilidad, tanto el marco teórico como los hallazgos del panel coinciden en su importancia para garantizar la permanencia y relevancia de los destinos turísticos. La sostenibilidad no solo abarca la dimensión ambiental, como lo demuestra el uso de tecnologías limpias y la gestión de desperdicios, sino que también incluye una dimensión social, ejemplificada en la participación activa de comunidades indígenas. Estas comunidades, al integrar prácticas tradicionales y aprovechar los beneficios económicos del turismo, enriquecen la oferta turística, generando una diferenciación clara frente a otros destinos. Este enfoque no solo refuerza la autenticidad de los destinos, sino que también responde a las demandas actuales de los turistas, quienes buscan experiencias que combinen valores culturales con prácticas responsables.

La innovación tecnológica se posiciona como un componente indispensable en la competitividad turística, actuando como un habilitador para la sostenibilidad y la proyección internacional. Los hallazgos del panel resaltan el uso de herramientas como SEO y redes sociales, las cuales amplían el alcance de los destinos, así como tecnologías sostenibles que optimizan recursos y reducen costos. Sin embargo, se advierte sobre el peligro de depender excesivamente de la tecnología, especialmente en la promoción turística. El marco teórico aborda la innovación como un motor de competitividad, pero los resultados del panel invitan a una reflexión crítica sobre su implementación equilibrada, destacando que la tecnología debe complementar, y no reemplazar, la calidad y autenticidad de los servicios turísticos.

La cooperación y gobernanza emergen como factores articuladores que permiten la cohesión entre los diversos actores del sector turístico. Los resultados del panel destacan ejemplos de alianzas estratégicas, como los clústeres gastronómicos y programas de embajadores, que fortalecen la oferta turística y facilitan la promoción internacional. Este enfoque de gobernanza colaborativa coincide con lo planteado en el marco teórico, donde se subraya la necesidad de integrar esfuerzos entre sectores público, privado y académico para garantizar la competitividad de los destinos. Además, se enfatiza que la gobernanza debe enfocarse en abordar retos estructurales, como la gestión de capacidad de carga y el overtourism, ambos señalados en el panel como problemáticas recurrentes que afectan la sostenibilidad de los destinos turísticos.

La educación y preservación cultural también ocupan un lugar central en el debate sobre competitividad. Los talleres comunitarios y recetarios multilingües mencionados en el panel representan esfuerzos concretos por preservar las tradiciones culturales,

mientras se capacita a las comunidades para adaptarse a las demandas del turismo contemporáneo. Este vínculo entre educación, preservación y competitividad encuentra respaldo en el marco teórico, que resalta la importancia de la formación como motor para la sostenibilidad y la autenticidad de los destinos. Sin embargo, los resultados del panel enfatizan que este enfoque no solo debe beneficiar a los visitantes, sino también a las comunidades locales, proporcionando beneficios tangibles que refuercen su participación activa en el turismo.

La calidad de la experiencia del visitante, por último, se reafirma como un indicador clave de la competitividad turística. Los resultados destacan la importancia de ofrecer experiencias auténticas que respeten la identidad cultural del destino y satisfagan las expectativas de los turistas. Esta conexión entre autenticidad, sostenibilidad y calidad es un punto fuerte tanto en los resultados del panel como en el marco teórico. No obstante, el panel introduce un elemento adicional: la ética. Se subraya que la competitividad debe basarse en prácticas laborales y culturales respetuosas, tanto hacia las comunidades receptoras como hacia los visitantes, posicionando la ética como un componente transversal de la calidad de la experiencia.

En conjunto, estos hallazgos confirman la relevancia de los conceptos abordados en el marco teórico, pero también abren nuevas perspectivas que invitan a profundizar en aspectos como la sostenibilidad social, la gestión de expectativas tecnológicas y la incorporación de la ética como eje articulador en la competitividad turística. Al integrar estas dimensiones en futuras investigaciones y estrategias, los destinos turísticos no solo podrán fortalecer su competitividad, sino también garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible.

6 CONCLUSIONES

La competitividad turística, como un concepto dinámico y multidimensional, depende de una interrelación sólida entre sostenibilidad, innovación, gobernanza, educación y calidad de la experiencia del visitante. Los resultados del panel y la revisión teórica permiten identificar que la competitividad de un destino no solo se mide por su capacidad de atraer visitantes, sino también por su habilidad para generar valor a través de prácticas sostenibles, auténticas y éticamente responsables.

Uno de los hallazgos clave es que la sostenibilidad no puede limitarse a la dimensión ambiental. Si bien la implementación de tecnologías limpias y la reducción de desperdicios son esenciales, la inclusión activa de comunidades locales, como las etnias mencionadas en el panel, subraya la importancia de una sostenibilidad social que promueva el desarrollo equitativo. Esto implica que los destinos deben diseñar estrategias que integren a las comunidades receptoras como actores clave en la cadena de valor turística, asegurando beneficios directos y fortaleciendo su participación.

En cuanto a la innovación tecnológica, los resultados evidencian su papel como un habilitador crucial para la proyección y modernización de los destinos. No obstante, también emergió una advertencia sobre los riesgos de depender exclusivamente de la tecnología, especialmente en la promoción turística, donde la exageración puede conducir a insatisfacciones entre los visitantes. Por tanto, es imprescindible equilibrar el uso de tecnologías con la calidad y autenticidad de los productos y servicios ofrecidos, garantizando que las promesas realizadas en las campañas promocionales correspondan a la experiencia real.

La cooperación y gobernanza se confirman como ejes articuladores de la competitividad turística. Las alianzas estratégicas y la coordinación intersectorial no solo facilitan la creación de productos turísticos más cohesionados, sino que también permiten enfrentar desafíos estructurales, como el overtourism y la gestión de capacidad de carga. Esto resalta la necesidad de un liderazgo sólido que articule los esfuerzos entre los sectores público, privado y académico, garantizando una planificación sostenible y resiliente.

La educación y preservación cultural desempeñan un papel transformador, no solo en la transmisión de conocimientos y habilidades, sino también en la preservación de tradiciones que enriquecen la autenticidad de los destinos turísticos. Los talleres comunitarios y los recetarios multilingües mencionados en el panel son ejemplos concretos de cómo la formación puede impactar positivamente tanto a las comunidades receptoras como a los visitantes. Este enfoque educativo refuerza la idea de que la competitividad turística no puede desvincularse de la preservación cultural y el empoderamiento local.

Y así, la calidad de la experiencia del visitante emerge como una dimensión integradora que conecta sostenibilidad, innovación y autenticidad. Los resultados subrayan que las experiencias auténticas, sostenibles y éticas no solo generan valor para los visitantes, sino que también fortalecen la fidelidad y la reputación del destino en mercados globales. La inclusión de la ética como un componente transversal en la competitividad turística destaca la importancia de garantizar prácticas laborales y culturales respetuosas, alineadas con las expectativas de los turistas contemporáneos.

Es importante que futuras investigaciones profundicen en el análisis de la sostenibilidad social y económica, centrándose en cómo las estrategias turísticas impactan directamente en el bienestar de las comunidades receptoras. Esto debe incluir estudios detallados sobre la generación de ingresos y el desarrollo equitativo, particularmente en comunidades indígenas o marginadas que participan activamente en la cadena de valor turística.

Además, se recomienda explorar cómo los destinos pueden gestionar de manera efectiva su capacidad de carga y mitigar los efectos del overtourism, un desafío crítico identificado tanto en la teoría como en los resultados del panel. La integración de modelos de gobernanza colaborativa para abordar estos problemas podría ofrecer soluciones sostenibles y replicables.

También resulta esencial analizar el papel de la innovación tecnológica en la competitividad turística, particularmente cómo puede ser utilizada de manera equilibrada para maximizar su impacto positivo sin generar dependencias excesivas o expectativas irreales. Este enfoque debe incluir un análisis crítico de cómo las tecnologías, como las herramientas digitales y sostenibles, pueden complementar, pero no reemplazar, la autenticidad y la calidad de las experiencias turísticas.

Otro aspecto clave es investigar cómo la cooperación entre sectores público, privado y académico puede fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos. Los casos de éxito en esta área pueden ofrecer valiosas lecciones para implementar estrategias de colaboración efectiva en otros contextos.

Asimismo, es relevante examinar cómo la ética se integra en las prácticas turísticas y cómo influye en la percepción de los destinos por parte de los visitantes. Esto incluye estudiar la relación entre la competitividad y el respeto hacia las comunidades locales, garantizando que las prácticas culturales y laborales sean justas y alineadas con los valores de sostenibilidad.

Por último, se sugiere ampliar el análisis sobre el impacto de la educación y preservación cultural en la competitividad turística. Futuras investigaciones podrían abordar cómo las iniciativas educativas pueden ser escaladas y replicadas en distintos contextos, maximizando su impacto tanto en las comunidades receptoras como en los visitantes, fortaleciendo así la autenticidad y el atractivo de los destinos turísticos.

Estas recomendaciones buscan no solo profundizar en los temas explorados, sino también abrir nuevas líneas de investigación que contribuyan a la creación de un turismo más competitivo, inclusivo y sostenible.

7. REFERENCIAS

Alcocer, A. (2013). *Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura*. Revista Le Bret (5). 271-297.

Aguar-Bardosa, A. y Chim-Miki, A. (2024). Indicators for tourism competitiveness from the society's perspective: A Delphi Study. *Tourism Planning & Development*, 21(4), 394-415, DOI: 10.1080/21568316.2022.2069850

Aguar, J., Fischmann, A., y Kramer B. (2024). *Tourism competitiveness and social progress: A systematic literatura review*. *Journal of Hopitality and Tourism Management*, 59, 309-323.

Carrasco, S., y Lugo, E. (2023). Gestión del conocimiento como herramienta para la competitividad turística: una revisión de literatura. <https://doi.org/10.21892/9786287515413.3>

Chávez, A., & Enríquez, J. (2024). Análisis regional de la competitividad turística en Puerto Peñasco, Sonora, México. Una visión de los actores locales. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 34(63), 2-26.

Crouch, G. I., y Ritchie, J. R. B. (1997). Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise. En *Proceedings of the Fourth Annual Business Congress*. Presentado en Fourth Annual Business Congress, Estambul. Disponible en: <http://www.ucalgary.ca/files/haskaynefaculty/95.19.pdf>

Dwyer, L., y Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: a model and determinants. *Current issues in tourism*, 6(5).

Garcés, Y., Sarmiento, Y. Paneca, Y. (2018). *La competitividad turística: su medición y factores determinantes*. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (junio 2018). En línea: [//www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html](http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html)

Kumar, S., Kumar, D., y Nicolau, J. (2024). How does culture influence a country's travel and tourism competitiveness? A longitudinal frontier study on 39 countries. *Tourism Management*, (100), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104822>.

Maksimilianus, A., Abubakar, F., y Indriyani, S. (2024). Analysis of Tourism Competitiveness Reviewd from the Perspective of Government Policy, Business Actors and Local Culture. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 6255-6262.

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*. Disponible en: <http://kkozak.wz.cz/Porter.pdf>

Ramos, C., & Pinto, K. (2024). How Gastronomic Image shapes Destination Competitiveness: An Approach with Sentiment Analysis. *Appl. Sci.* 2024, 14, 2-19. <https://doi.org/10.3390/app14209524>

Song, H., & Xu, W. (2024). Evaluation Model of Tourism Competitiveness in the context of Sustainable Development. *Frontiers in Public Health*, 1-14. doi: 10.3389/fpubh.2024.1396134