

Análisis bibliométrico sobre el enfoque de competitividad en destinos turísticos / Bibliometric analysis on the competitiveness approach in tourism destinations

AUTORAS

Annia Bárbara Téllez-Aguedo, <http://orcid.org/0009-0008-0419-2800>, anniatellez08@gmail.com

Arianna Pino-Cabello, <http://orcid.org/009-008-2794-9618>, apino9688@gmail.com

Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Holguín (Cuba)

Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Holguín (Cuba)

RESUMEN

La competitividad turística actual se caracteriza por una carrera globalizada y digitalizada, con destinos luchando por diferenciarse a través de experiencias únicas; tecnologías innovadoras y sostenibles. El objetivo de la presente investigación es desarrollar un análisis bibliométrico sobre el enfoque de competitividad en destinos turísticos, para conocer el estado de la producción científica y determinar las principales brechas de investigación en la temática. El enfoque del estudio es mixto y se utilizó una metodología propia para el análisis que consta de tres etapas. Igualmente, se utilizaron los softwares Bibexcel y VOSViewer para el análisis de indicadores de productividad y el mapeo de redes bibliométricas. Se determinó que no existe un consenso entre los autores en la conceptualización sistémica del constructo ni en el marco de medición de la competitividad turística; ya que no es posible crear un modelo universal aplicable a todos los destinos. En cambio, las nuevas líneas de investigación persiguen este enfoque como parte del modelo de “destinos inteligentes”.

Palabras clave: competitividad turística, destinos inteligentes, destinos turísticos, indicadores bibliométricos

ABSTRACT

Current tourism competitiveness is characterized by a globalized and digitalized race, with destinations striving to differentiate themselves through unique experiences, innovative and sustainable technologies. The objective of this research paper is to develop a bibliometric analysis on the approach to competitiveness in tourist destinations, in order to understand the state of scientific production and identify the main research gaps in the topic. The present study's approach is mixed and a proprietary methodology consisting of three stages was used for the analysis. Similarly, softwares such as Bibexcel and VOSViewer were used for the analysis of productivity indicators and the mapping of bibliometric networks. It was determined that there is no consensus among authors on the systemic conceptualization of the construct and in the framework of measuring tourism competitiveness; since it is not possible to create a universal model applicable to all destinations. Instead, this approach is pursued in the latest research lines as part of the “smart destination” model.

Keywords: tourism competitiveness, smart destinations, tourist destinations, bibliometric indicators

INTRODUCCIÓN

El carácter cambiante de los mercados en la actualidad hace que la competitividad de los destinos turísticos se vuelva un factor clave para medir el crecimiento y desarrollo económico, así como diferenciar una buena gestión del turismo de una ineficiente. En este sentido, Crouch and Ritchie (1999) definen la competitividad como la capacidad de incrementar el gasto turístico y los visitantes atraídos a través de un servicio satisfactorio, experiencias memorables y haciéndolo de forma rentable, mejorando el nivel de vida de los residentes y preservando el capital natural del destino para las generaciones futuras. Igualmente, Dwyer and Kim (2003) plantean que la finalidad que persigue la competitividad es mantener e incrementar el ingreso real de sus ciudadanos, que usualmente se refleja en el nivel de vida del territorio. Su último objetivo es incrementar el nivel de vida del país, bajo condiciones justas y de libre mercado.

Además de beneficiar a los habitantes, un aspecto fundamental del éxito de los destinos turísticos es que su competitividad sea sostenible a largo plazo, lo que se vincula de forma clave con la sostenibilidad de los destinos turísticos. Hassan (2000) hace referencia a este aspecto al señalar que la competitividad es la capacidad del destino para desarrollar productos de valor añadido que puedan sustentar sus propios recursos, manteniendo una posición ventajosa en el mercado con relación a sus competidores. Un enfoque más complejo de competitividad es ofrecido por la OMT (2019); vista como la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros eficientemente para ofertar productos turísticos de calidad, innovadores y atractivos, contribuyendo a su crecimiento sostenible frente a otros destinos y a la optimización del sector turístico, reportando beneficios a la comunidad local.

Un destino turístico, según la misma (OMT, 2019), es un conglomerado de productos y servicios turísticos enmarcados en un espacio físico, que puede coincidir o no con delimitaciones territoriales administrativas, y en donde el turista puede pernoctar. Tiene una dimensión inmaterial, pues cuenta además con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

Cabe aclarar que existen diversos enfoques y aproximaciones al concepto de competitividad, siendo analizada como la capacidad de producir mercancías con eficacia y eficiencia, ajustándose a los estándares exigidos por los mercados en donde éstas se

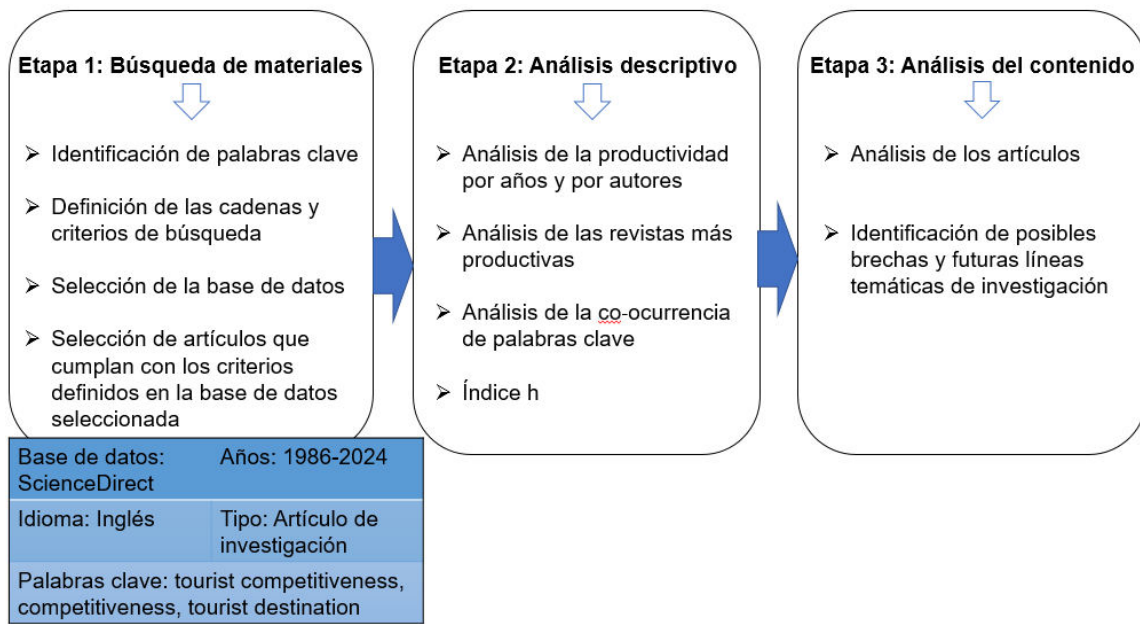
realizan; capacidad de mantener las ventajas competitivas y comparativas para conservar la posición en el mercado; capacidad de proveer una tasa aceptable de crecimiento y un estándar de vida sostenido para sus ciudadanos; capacidad de sobrevivir y crecer de manera sostenible y capacidad de obtener beneficios superiores en referencia a la media, pero en beneficio de la calidad de vida de la gente (Parra, 2020). Entre los fenómenos globales que inciden sobre la competitividad entre destinos se encuentran la multiplicación de la oferta, la transformación de los gustos y preferencias de los turistas; la menor duración del ciclo de vida de los productos y el papel de las nuevas tecnologías como proveedoras de información y posicionamiento de los destinos (Wilson, 2011). Se puede asumir entonces que la competitividad turística depende, entre otros factores, el manejo sostenible de los recursos culturales y naturales con los que cuenta el destino, el nivel de prioridad que los gobiernos otorgan a las estrategias y planes de desarrollo turístico; y la implementación de tecnologías innovadoras que tornen los servicios del sector cada vez más eficientes; propiciando el desarrollo de la comunidad local y sus pobladores.

El análisis bibliométrico de las publicaciones científicas se vuelve necesario para identificar y evaluar el estado de la literatura, su evolución, su relación con otros conceptos, sus patrones, tendencias emergentes y brechas de investigación, en un periodo de tiempo dentro del campo de la competitividad turística; y mediante el uso de indicadores bibliométricos como productividad por autores y revistas, líneas temáticas más abordadas, índice h de autores y total de citaciones. Esto permite proponer nuevas áreas de conocimiento y oportunidades para futuras investigaciones. En este sentido, la cuantificación de la producción y los resultados del análisis dependen en gran medida del volumen de documentos e información recopilada en la base de datos escogida. Según lo anterior, se plantea como objetivo del presente trabajo la realización de un análisis bibliométrico sobre el enfoque de competitividad en destinos turísticos en la base de datos ScienceDirect, que apunta a conocer el estado de la producción científica hasta el momento y determinar las principales brechas de investigación sobre la temática.

METODOLOGÍA

Para la realización del análisis bibliométrico se elaboró una metodología propia que consta de tres etapas, como se muestra en la Figura 1. La investigación tiene un carácter mixto a partir del uso de indicadores bibliométricos y el análisis de contenido de los artículos científicos. Primeramente, se parte de la búsqueda de materiales: en esta etapa se identificaron las palabras claves, los descriptores temáticos a utilizar y se seleccionaron los artículos de la base de datos académica utilizada.

Figura 1. Metodología utilizada para el desarrollo del análisis bibliométrico.



Fuente: Elaboración propia.

La cadena de búsqueda quedó conformada de la siguiente manera: (“tourist competitiveness” OR “competitiveness”) AND “tourist destination”. Se seleccionaron los artículos publicados en la base de datos ScienceDirect de Elsevier; considerado el mayor proveedor mundial de información científica, técnica y médica. ScienceDirect representa aproximadamente el 25% de la producción científica global; facilitando la investigación y el desarrollo interdisciplinario en sus 2.900 revistas indexadas de alta calidad, incluidas 800 revistas de acceso abierto. Contiene asimismo una colección de 21 millones de artículos y más de 11,000 libros, que abarcan diferentes áreas temáticas; de ellos 3,3 millones de artículos de acceso abierto. La base de datos anualmente incluye casi 0.5

millones de nuevos documentos y comprende millones de artículos en una gran cantidad de archivos de información histórica antes de 1995 (Elsevier, 2024; Unam, 2024).

El criterio de búsqueda quedó conformado por artículos de investigación publicados en el idioma inglés, en la base de datos ScienceDirect, en el periodo de tiempo comprendido entre los años 1986-2024, con las palabras clave anteriormente mencionadas contenidas en el título, resumen y palabras clave; lo que redujo notablemente la cantidad de publicaciones a analizar, dando como resultado 83 artículos encontrados.

RESULTADOS

Indicadores bibliométricos

Productividad por año

A pesar de que la competitividad entre destinos turísticos es un tema relativamente reciente, los investigadores le han dado gran importancia; evidenciado en las 83 publicaciones encontradas en la base de datos *ScienceDirect* entre los años 1986 a 2024, representado en la Figura 2. El año 2019 fue el de mayor número de publicaciones, contando con 11 artículos. Entre los temas abordados se encuentran: la influencia de la imagen del destino en la competitividad, indicadores compuestos para medir la competitividad, análisis de competitividad turística entre ciudades, sostenibilidad medioambiental, análisis de la literatura, entre otros.

Figura 2.

Productividad de artículos por año sobre competitividad en destinos turísticos en el periodo entre 1986 y septiembre de 2024.



Fuente: Elaboración propia en Microsoft Excel.

Productividad por autor

Los autores más productivos en la temática fueron Kozak, M. y Song, H. contando con 2 publicaciones cada uno. La gran mayoría de autores en la base de datos tuvieron poca sistematicidad del tema, ya que solo contaban con una única publicación; como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1.

Análisis de la productividad por autor.

Autor	Cantidad de artículos
Kozak, Metin	2
Song, Haiyan	2
Mitrevska, Elizabeta	1
MihaliÄ, Tanja	1
Mollard, Amedee	1
Mulet Forteza, C.	1

Fuente: Elaboración propia en Microsoft Excel.

Productividad por revistas

El total de 83 artículos fueron publicados en 32 revistas diferentes, debido a la variedad de temas y campos relacionados con la temática de estudio, como se muestra en la Tabla 2. Las revistas que poseen la mayor cantidad de publicaciones son: *Tourism Management* (20 artículos), *Journal of Destination, Marketing & Management* (11 artículos) y *Procedia-Social and Behavioral Sciences* (8 artículos).

Tabla 2. *Análisis de la productividad por revistas.*

Nombre de la revista	Cantidad de artículos
<i>Tourism Management</i>	20
<i>Journal of Destination Marketing & Management</i>	11
<i>Procedia - Social and Behavioral Sciences</i>	8
<i>Journal of Cleaner Production</i>	5
<i>Tourism Management Perspectives</i>	4
<i>Annals of Tourism Research</i>	4
<i>International Journal of Hospitality Management</i>	3
<i>Land Use Policy</i>	2
<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	1
<i>Journal of Outdoor Recreation and Tourism</i>	1

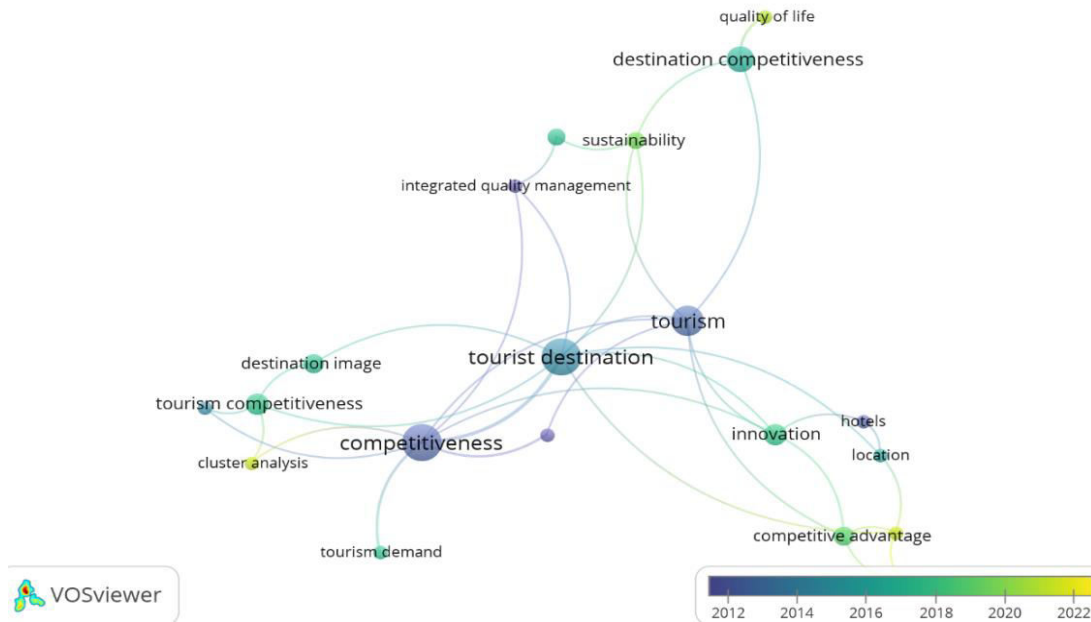
Fuente: Elaboración propia en Microsoft Excel.

Análisis de los descriptores temáticos y las co-ocurrencias

El procesamiento en el software VOSviewer de los principales descriptores temáticos, evidenció los diferentes enfoques y líneas temáticas abordadas por los autores, como se muestra en la Figura 3. En sus primeros momentos la competitividad estuvo relacionada con: el crecimiento turístico, el desarrollo económico, los sistemas integrados de gestión de la calidad, así como la ubicación de los hoteles y la imagen de los destinos. En la actualidad los autores al referirse a la competitividad de los destinos turísticos abordan temas como: las ventajas competitivas, la innovación, la sostenibilidad, la calidad de vida y estrategias de destinos turísticos inteligentes.

Figura 3.

Mapa de los descriptores temáticos y co-ocurrencia de palabras clave.



Fuente: Elaboración propia en el software VOSviewer.

Índice h

En la revisión de la literatura académica se corroboró que los autores más productivos que se muestran en la Tabla 1 según la base de datos, no se correlacionan de alguna forma con los autores más relevantes y citados de la temática. Esto se debe al acceso limitado de las autoras a la base de datos Scopus, que indexa las publicaciones de la plataforma ScienceDirect en una colección de documentos mucho más amplia. Es por eso que se decidió analizar los autores locales (autores que figuran en las referencias

de las investigaciones sobre el tema). Para ello, se calculó el índice h^1 de los autores manualmente, a partir de los trabajos académicos que recopila el motor de búsqueda *Google Scholar* sobre la competitividad turística en destinos; siendo este menos selectivo y riguroso en cuanto a los materiales que recopila. A partir de este, se tabularon en orden descendente el número de publicaciones sobre la temática de cada autor/grupo de autores junto a su correspondiente número de citaciones. En la Tabla 3 se muestra el índice h resultante del punto de corte donde el número de citas de una publicación coincide o sobrepasa ligeramente el número de orden de dicha publicación. De ella se infiere que los autores más importantes en cuanto a la calidad de la producción científica son Ritchie, J. y Crouch, G.; Heath, E.; Dwyer, L. y Kim, C.; y Hassan, S.

Tabla 3.

Índice h de los autores más relevantes en la temática.

No.	Autores	No. de Publicaciones	Total de citaciones	Índice h
1	Ritchie, J. y Crouch, G.	19	5203	11
2	Heath, E.	12	693	5
3	Dwyer, L. y Kim, C.	10	4419	6
4	Gooroochurn, N. y Sugiyarto, G.	8	854	4
5	Craigwell, R.	6	231	3
6	Hong, W.	5	536	2
7	Hassan, S.	2	2087	2

Fuente: Elaboración propia en Microsoft Excel.

Análisis de los artículos

Los estudios sobre la competitividad a nivel territorial parecen tener sus inicios en el trabajo de Porter (1991), donde aparece ligada a la productividad nacional. Sin embargo, los pioneros en la competitividad de los destinos turísticos son Crouch and Ritchie (1993), donde discuten las perspectivas e interacciones de los factores claves para el logro de la competitividad, y con una amplia obra donde profundizan el tema.

¹ Indicador propuesto por Jorge Hirsch de la Universidad de California en el año 2005, para la medición de la calidad profesional de investigadores, revistas y países; en función de la cantidad de citas que han recibido sus publicaciones, combinando así productividad con impacto. Se dice que un científico tiene índice h si ha publicado h trabajos con al menos h citas cada uno. guiasbuh. (2024). *Índice H: definición*. <https://guiasbuh.uhu.es/c.php?g=655120&p=4605523>.

Las investigaciones se incrementaron fundamentalmente a principios del siglo XXI, pero aún hoy existe una falta de consenso en su definición conceptual, de carácter multidimensional; donde predomina su asociación a la “capacidad” o “habilidad” de cumplir con ciertos factores o requisitos concretos de desempeño. En otras palabras, los autores se han centrado más en cuantificarla creando numerosos modelos de medición; evidenciando la ausencia de un modelo predominante o generalizado. Cada sistema de medición ha utilizado distintas variables y adaptaciones, según el aspecto concreto de estudio, los datos disponibles y las particularidades de la región. Los modelos conceptuales más aceptados son los de (Crouch & Ritchie, 1999; Dwyer & Kim, 2003; Hassan, 2000). Otros modelos internacionales de menor trascendencia académica son los de (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005), apoyado por la Universidad de Nottingham y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo; y (Hong, 2009). Estos trabajos abordan cuestiones como las ventajas comparativas y competitivas, las políticas públicas, el marketing turístico, los recursos culturales y naturales, los recursos humanos, la infraestructura, la calidad, el precio, la innovación y la sostenibilidad. Otros modelos como los de (Craigwell, 2007; Heath, 2003) abordan su aplicación a las pequeñas islas y la adaptación a países en vías de desarrollo. Algunos países incluso han desarrollado sus propios modelos de aplicación.

Las ventajas comparativas y competitivas en particular, se refieren a un conjunto de factores como los recursos de los que está dotado el destino turístico, es decir, recursos humanos, naturales y culturales; que constituyen ventajas comparativas, y recursos desplegados: capacidad de utilizar esos recursos disponibles de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo, innovación), que serían las ventajas competitivas (Crouch & Ritchie, 1999). Mientras la ventaja comparativa se enfoca en la eficiencia en el uso de los recursos; la ventaja competitiva se centra en actividades, estrategias o políticas que permitan al destino distinguirse de sus competidores directos, generando un factor de diferenciación para sobresalir en el mercado. Los elementos que aportan una propuesta de valor, van desde la calidad de productos y servicios, una posición geográfica privilegiada, o poseer tecnologías innovadoras (Sevilla, 2016).

Por otro lado, uno de los primeros indicadores usados para medir la competitividad internacional es la cuota de mercado², y por su relativa sencillez de cálculo, fue uno de los más utilizados durante muchos años. Esto se manifiesta en los estudios de (Craigwell et al., 2006; D'Hauteserre, 2000; Mazanec et al., 2007), donde la competitividad pasa a ser la capacidad para mantener su posición o mejorarla respecto a sus homólogos a lo largo del tiempo (D'Hauteserre, 2000). No obstante, el uso exclusivo de este indicador es controvertido, ya que la persecución de maximizar esta variable puede llevar a la ejecución de políticas de crecimiento comprometedoras de la sostenibilidad económica y ambiental de los propios destinos; bajo la premisa de que “más es mejor” (Perles-Ribes et al., 2014).

Justamente, la dificultad para definir el alcance de la competitividad turística y su marcada influencia en la gestión de destinos, reunió a varias organizaciones turísticas mundiales junto al Foro Económico Mundial (en inglés *World Economic Forum* o WEF) para crear el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (*Travel & Tourism Competitiveness Index* o TTCI), publicado por primera vez en 2007. Este evalúa en informes bianuales a un total de 139 naciones con una puntuación en base a 6. No se incluyen en este ranking países caribeños como Cuba o Haití (Cruz et al., 2021). Más que un modelo de competitividad, es una herramienta de benchmarking³ a nivel mundial, ya que otorga el mismo valor a todos los factores, sin considerar las ventajas comparativas o competitivas que caracterizan a los destinos (Ortiz et al., 2018).

Hasta 2019 el TTCI aglutinaba 90 indicadores contenidos dentro de 14 pilares, organizados a su vez en 3 subíndices: marco regulatorio, ambiente de negocios e infraestructura; y recursos humanos, culturales y naturales. Entre los pilares podríamos mencionar la seguridad, las condiciones higiénico-sanitarias, la prioridad que las autoridades otorgan a la industria de viajes y turismo, y la infraestructura de servicios turísticos; etc. Sin embargo, cabe aclarar que desde 2022 el TTCI pasó a denominarse Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (*Travel & Tourism Development Index* o TTDI)

² Participación de un país o destino en el volumen mundial o bien de llegadas de turistas o de ingresos turísticos. Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., & Sevilla-Jiménez, M. (2014). La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. *Cuadernos de Turismo*, nº 34, pp. 265-285.

³ Es la identificación de las mejores prácticas en otras organizaciones o territorios, con el objeto de aprehenderlas y mejorar el rendimiento de un proceso o función determinada. Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *Dirección de Marketing*.

(Cruz et al., 2021; WEF, 2024). Esto corrobora la idea de complejidad en la conceptualización y dimensionamiento de la competitividad.

DISCUSIÓN

El estudio aporta a la literatura existente, ya que proporciona información acerca del estado de la investigación científica en la temática y las brechas del conocimiento. Primeramente, la competitividad es un concepto complejo y multidimensional que ha recibido diversas definiciones y métodos de medición, en función del objeto de evaluación de la misma. No obstante, se puede afirmar que la competitividad presenta tres enfoques fundamentales: económico, sustentable y social (Ortiz et al., 2018). Por la naturaleza del término, los autores consideran necesario establecer comparaciones entre países o regiones.

Existen varios modelos conceptuales que sirven de referentes para la identificación y desarrollo de los factores determinantes de la competitividad; recopilando una serie de dimensiones e indicadores para su evaluación; y de los cuales Ritchie, J. y Crouch, G. son abanderados y han realizado grandes contribuciones teóricas a nivel internacional y a otros modelos. Otra de las brechas identificadas es que en algunos casos como (Hassan, 2000; Heath, 2003) la declaración extensiva de indicadores (sobre todo de carácter cualitativo) torna compleja y subjetiva su mensuración, mientras que en otras no se jerarquizan ni se ponderan en función de su relevancia en el territorio de aplicación, como se evidencia en (Crouch & Ritchie, 1993; Dwyer & Kim, 2003). La Tabla 4 presenta las ventajas e inconvenientes de los principales modelos de medición de competitividad.

Tabla 4.

Ventajas e inconvenientes de los principales modelos de competitividad en destinos turísticos.

MODELO	VENTAJAS	INCONVENIENTES
(Crouch & Ritchie, 1999)	Propone una amplia variedad de indicadores cuantitativos y variables determinantes de competitividad.	Modelo conceptual, basado en conceptos cualitativos de competitividad y relaciones abstractas.

	Establece una categorización inicial de la importancia de los factores.	Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.
		Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.
		Faltan variables e indicadores para medir el entorno y los recursos naturales de los destinos.
(Dwyer & Kim, 2003)	Diferencia entre la base de la competitividad y las condiciones locales del destino.	Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.
	Propone indicadores cuantitativos (o fuertes) y cualitativos (o suaves) de competitividad turística.	Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.

(Gooroochurn & Sugiyarto, 2005)	Se concede diferente peso a cada uno de los indicadores.	Sus resultados no son acordes con la realidad de los destinos.
	Permite comparar la competitividad de diferentes destinos turísticos y elaborar un ranking según su grado de competitividad.	El peso que se les otorga a los indicadores puede ser cuestionable.
(Hong, 2009)	Utiliza indicadores y variables propuestas por otros autores en sus modelos, lo que aporta fiabilidad.	Los cuestionarios fueron enviados a investigadores académicos con experiencia en la temática y a funcionarios del gobierno que trabajan en turismo. Por lo que sería interesante contrastar el estudio con todos los agentes implicados en el sector turístico para completar la perspectiva.
	Pondera y jerarquiza la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico.	
(Hassan, 2000) y (Heath, 2003)	Aportan una definición tanto económica como sustentable, dándole un mayor peso a la sustentabilidad de los destinos como eje clave de su competitividad.	Algunos de los factores pueden ser difíciles de aplicar por ser generalistas y por la ausencia de indicadores.

Fuente: Adaptado de (Diéguez et al., 2011). Elaborado a partir de (Garau, 2006; Ortiz et al., 2018; Sánchez, 2006).

Se puede decir que la principal limitación en los estudios es que no existe ni es posible crear un modelo universal de competitividad aplicable a todos los destinos, como

tampoco existe una medida de la competitividad generalmente aceptada. Es por ello que en la literatura existen diversos modelos de competitividad que hacen posible la identificación, medición, evaluación y clasificación de los elementos determinantes de un destino en relación a sus atributos específicos. En la literatura reciente se han realizado esfuerzos para generalizar las medidas o indicadores de la competitividad en diversas tipologías de destinos y clientes (Kozak et al., 2009), su adaptación a entornos regionales (Lopes et al., 2018), y para profundizar en sus relaciones con otros conceptos tales como la eficiencia (Cracolici et al., 2008) o sostenibilidad (Rodríguez & Pulido, 2019; Rodríguez et al., 2019).

Aun así, los modelos analizados tienen ciertos puntos de coincidencia. El primero es que todos se centran en la necesidad de aprovechar los recursos heredados como elementos básicos de la oferta turística del destino, siendo estos el principal atractivo para los visitantes. Por tanto, los destinos deben lograr sus ventajas competitivas a partir del uso eficiente de los recursos disponibles, lo que los harán diferenciarse de otros para ser elegidos. Entre los factores determinantes de ventajas competitivas más sistematizados en investigaciones, resumidos en la Figura 4, se encuentran el nivel de atraktividad, la imagen, el marketing estratégico, la calidad de los productos y servicios, la infraestructura y accesibilidad, la conservación del medio ambiente y el clima, el valor percibido y el precio (Ortiz et al., 2018; Perles, 2022).

Figura 4.

Principales pilares de la competitividad en destinos turísticos.



Fuente: Elaboración propia a partir de (Crouch & Ritchie, 1993; Ortiz et al., 2018; Perles, 2022).

La gestión del destino es otro elemento considerado por los modelos, aunque algunos la integran con la planeación, política y desarrollo del turismo y las consideran elementos clave para el desarrollo económico y para la sustentabilidad de la industria turística (Acemoglu & Robinson, 2012).

Algunos componentes de la definición de (Crouch & Ritchie, 1999) y haciendo referencia al uso histórico de la cuota de mercado como indicador, son cuestionados; ya que un destino turístico que atraiga cada vez más visitantes en forma ilimitada pasa por encima del concepto de capacidad de carga⁴ y provoca un indeseable *overtourism*⁵. En este sentido, el objetivo último de la competitividad no debiera considerarse como el incremento de los volúmenes de llegadas de turistas y el lucro que estos generan. Es por eso que los modelos teóricos actuales persiguen en su lugar el incremento del nivel de vida de los residentes del destino, medido o bien a través de su nivel de renta per cápita (Perles et al., 2021; Perles et al., 2020), o bien mediante indicadores sintéticos como el Índice de Desarrollo Humano (Croes et al., 2020).

Según lo anterior, el desarrollo del concepto de competitividad se ha ido integrando con más fuerza al de sostenibilidad para su desarrollo a largo plazo, no solo ambiental sino económica y social; y estos a su vez se han incorporado como componentes dentro del nuevo paradigma de “inteligencia turística”. De esta forma, el quehacer actual de los destinos turísticos se ha re-direccionado hacia la consecución del título de “inteligentes”, con la esperanza de alcanzar también los propósitos de competitividad y sostenibilidad (Perles, 2022).

Según la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas de España (SEGITTUR), un Destino Turístico Inteligente (DTI) es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción y la integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes (SEGITTUR,

⁴ Número máximo de visitantes que soporta un área en cierto periodo de tiempo; sin causar daños al medio físico ni disminuir la calidad de la experiencia. Mathieson, A., & Wall, G. (1986). *Tourism: Economics, Physical and Social Impacts*. In I. Longruan (Ed.). New York.

⁵ Se asocia con aquellos destinos que experimentan una afluencia desmesurada de turistas, lo que supone un deterioro de la calidad de vida de los residentes y de la experiencia turística en esa área. Goodwin, H. (2017). *The challenge of overtourism. Responsible Tourism Partnership, 4*.

2015). Sustentado en cinco ejes de actuación (Innovación, Tecnología, Sostenibilidad, Accesibilidad y Gobernanza), el proyecto DTI sienta las bases para un nuevo modelo de gestión turística que garantice la competitividad a través de un proceso de mejora continuo; teniendo en cuenta además la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino (García & Fernández, 2023; Perles, 2022; Tarí et al., 2022).

CONCLUSIONES

La temática sobre competitividad entre destinos turísticos, que tomó auge a inicios del siglo XXI, es de gran importancia y complejidad en su estudio por la comunidad científica; contando con una productividad de 83 artículos entre los años 1986-2024 en la base de datos de ScienceDirect. La presente bibliometría revela que los autores se han centrado más en cuantificarla que en definirla; para lo cual se considera necesario establecer comparaciones y/o rankings entre países o regiones.

Los autores que más han sistematizado la competitividad turística en destinos son Ritchie, J. y Crouch, G. con 19 publicaciones; lo que no se refleja en la base de datos escogida; y junto al de ellos, los modelos de medición más abordados en la literatura académica son (Dwyer & Kim, 2003; Hassan, 2000). Asimismo, las revistas científicas más productivas son: *Tourism Management*, *Journal of Destination, Marketing & Management*; y *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Del análisis de la co-ocurrencia de palabras clave se destacan como líneas temáticas más abordadas en la actualidad: las ventajas competitivas, la innovación, la sostenibilidad, la calidad de vida y estrategias de destinos turísticos inteligentes.

A propósito de la evolución en el estudio de la competitividad, su objetivo final, originalmente anclado en el incremento de los volúmenes de turistas e ingresos del sector; es desplazado por la gestión de la sustentabilidad y persigue en cambio, el aumento del nivel de vida de los residentes del destino. La limitación fundamental encontrada en las investigaciones analizadas es la gran dificultad en la creación de un modelo universal de competitividad aplicable a todos los destinos. Finalmente se identificaron como principales brechas de investigación: la conceptualización sistémica del constructo competitividad turística con integración de los enfoques económico,

sustentable y social; el diseño de modelos de medición adaptables y reducidos que prioricen las ventajas competitivas de los destinos sobre factores de desempeño; la definición de los indicadores verdaderamente relevantes en la competitividad de destinos, con facilidad de ponderación; y la delimitación de las estrategias de competitividad dentro de los destinos turísticos inteligentes.

REFERENCIAS

- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Publishers.
- Castellanos, C., Hernández, Y., Castellanos, J., & Campos, L. (2014). La competitividad del destino turístico Villa Clara, Cuba: Identificación de sus factores determinantes mediante análisis estructural (MIC-MAC). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(2), 250-277.
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. 14, 325-542.
- Craigwell, R. (2007). *Tourism competitiveness in small island developing states* (Tourism competitiveness in small island developing states, Issue).
- Craigwell, R., Worrell, D., & Smith, S. (2006). *The competitiveness of selected Caribbean tourism markets* 2006 Annual Review Seminar of the Central Bank of Barbados, Bridgetown.
- Croes, R., Ridderstaat, J., & Shapoval, V. (2020). Tourism Competitiveness and Human Development. *Rosen Research Review*, 2.
- Crouch, G., & Ritchie, J. (1993). *Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis*.
- Crouch, G., & Ritchie, J. (1999). Tourism, competitiveness, and social prosperity. *Journal of Business Research*, Vol 44, pp 137–152.
- Cruz, C. J., León, M. A., Pérez, V. E., & Fernández, R. (2021). Reseña de la competitividad turística internacional en el área de Centroamérica y el Caribe. *COODES*, Vol. 9 No. 1, p. 258-283.
- D'Hautesserre, A. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21, 23-32.
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR*, Noº 02.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, Vol 6, No 5, pp 369–414.
- Elsevier. (2024). *ScienceDirect: La plataforma de bibliografía académica revisada por pares de Elsevier*. <https://www.elsevier.com> › products
- Garau, J. (2006). *Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda* XV Simposio Internacional de turismo y ocio, ESADE-Fira Barcelona.
- García, B., & Fernández, A. (2023). El modelo destinos turísticos inteligentes (DTI): la apuesta por la sostenibilidad turística. In U. d. Alicante (Ed.), *Sostenibilidad turística: hacia un futuro prometedor*.
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*, 4.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11, 25-43.
- guiasbuh. (2024). Índice H: definición. <https://guiasbuh.uhu.es/c.php?g=655120&p=4605523>

- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239–245. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/004728750003800305>
- Heath, E. (2003). Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141. [https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/6058/Heath_Towards\(2003\).pdf?sequence=1](https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/6058/Heath_Towards(2003).pdf?sequence=1)
- Hong, W. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12, 105-132.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *Dirección de Marketing*.
- Kozak, M., Baloglu, S., & Bahar, O. (2009). Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities. *Journal of Hospitality, Marketing and Management*, 19(1), 56-71.
- Lopes, A. P., Muñoz, M. M., & Alarcón-Urbistondo, P. (2018). Regional Tourism competitiveness using the PROMETHEE approach. *Annal of Tourism Research*, 73, 1-13.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1986). Tourism: Economics, Physical and Social Impacts. In I. Longruan (Ed.). New York.
- Mazanec, J., Wöber, K., & Zins, A. (2007). Tourism destination competitiveness: from definition to explanation? *Journal of Travel Research*, Vol 46, pp. 86-96
- OMT. (2019). *Definiciones de Turismo de la OMT*. OMT. <https://doi.org/doi.org/10.18111/9789284420858>
- Ortiz, F. I., Robles, V. H., & Guzmán, A. (2018). Análisis teórico de los modelos de competitividad de destinos turísticos. Un acercamiento para la competitividad de los destinos turísticos mexicanos. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4-3, 195-221.
- Parra, A. V. (2020). El carácter complejo de la competitividad en destinos turísticos rurales: consideraciones para estudios turísticos. *Revista Conrado*, 16, 225-230.
- Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., & Sevilla-Jiménez, M. (2014). La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. *Cuadernos de Turismo*, nº 34, pp. 265-285.
- Perles, J. F. (2022). La competitividad de los destinos turísticos. In U. d. Alicante (Ed.), *Competitividad, crecimiento y resiliencia en el sector turístico*.
- Perles, J. F., Ramón, A., Sevilla, M., & Such, M. J. (2021). Personal Income and Employment Creation Differences Among Spanish Tourist Destinations: A Dynamic Panel Data Analysis Approach. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 69(3), 454-461.
- Perles, J. F., Ramón, A., & Such, M. J. (2020). Physics in Tourism: Modeling Destination Growth. *Economics Bulletin*, 40(4).
- Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones, Plaza y Janés.
- Porter, M. E. (1993). *The Competitive Advantage of Nations*.
- Rodríguez, B., & Pulido, J. I. (2019). Sustainability as a Key Factor in Tourism Competitiveness: A Global Analysis. *Sustainability*, 12.
- Rodríguez, N., Diéguez, I., & Gueimonde, A. (2019). Sustainability and Tourism Competitiveness in Protected Areas: State of Art and Future Lines of Research. 11(22), 1-32.
- Sánchez, M. (2006). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de análisis turístico*, 1, 4-22.
- SEGITTUR. (2015). *Libro Blanco de los destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro* <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/11/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>

- Sevilla, A. (2016). *Ventaja competitiva: Qué es, tipos y su importancia*. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Tarí, J. J., López, M., Molina, J. F., Pertusa, E. M., & Pereira, J. (2022). Mejora de la competitividad del sector turístico a través del modelo de destinos turísticos inteligentes: Un estudio cualitativo del sector hotelero y de instituciones gestoras de destinos. In U. d. Alicante (Ed.), *Transformación industrial de sectores estratégicos*.
- Unam. (2024). *ScienceDirect*. Retrieved 11/10/2024 from <https://www.bidi.unam.mx/index.php/colecciones-digitales/bases-de-datos/ver-todos-los-recursos/298-sciencedirect-full>
- WEF. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*.
- Wilson, J. (2011). *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses en relación con el artículo presentado

Como citar este artículo:

Téllez-Aguedo, A. B., & Pino-Cabello, A. (2025). *Análisis bibliométrico sobre el enfoque de competitividad en destinos turísticos*. *Ciencias Holguín*, 32(1), 119-139.

Enviado: 18 de febrero de 2025

Aprobado para publicar: 24 de marzo de 2025