Revista Uniandes Episteme. ISSN 1390-9150
Vol. 12, Nro. 4, octubre-diciembre, 2025, pp. 628-653

https://doi.org/10.61154/rue.v12i4.4195

ARTÍCULO DE REVISIÓN
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Más allá del crecimiento: el turismo como motor de desarrollo económico

Beyond growth: tourism as an engine of economic development

Ismel Bravo Placeres [I], José Manuel Ramírez Hurtado[II], Juan Manuel Berbel Pineda [II]

[I.] Doctorado del Programa de Administración y Dirección de Empresas, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, Andalucía, España.
ibrapla@alu.upo.es, https://orcid.org/0000-0002-5862-169X
[II.] Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, Andalucía, España
jmramhur@upo.es, https://orcid.org/0000-0002-2289-1874
jmberpin@upo.es, https://orcid.org/0000-0002-4783-9749

Recibido: 18/08/2025 Revisado: 12/09/2025
Aprobado: 24/09/2025 Publicado: 01/10/2025

RESUMEN

Este artículo ofrece una revisión crítica del fenómeno turístico desde una perspectiva sistémica, con especial atención a su dimensión económica, incorporando enfoques sociales, culturales, ambientales y de gobernanza. El objetivo fue analizar las transformaciones del turismo como actividad global y su papel como motor de desarrollo, cuestionando la visión economicista que lo concibe como vía incuestionable hacia el progreso. Se examinaron tres ejes principales: la hipótesis del crecimiento impulsado por el turismo, las críticas al predominio del economicismo y el aporte de la innovación, la cooperación empresarial y las tecnologías de la información y la comunicación para la sostenibilidad y competitividad del sector. La metodología fue cualitativa, basada en revisión bibliográfica y análisis documental. Se consultaron bases de datos académicas con cadenas de búsqueda y criterios de inclusión y exclusión. Los resultados muestran la necesidad de replantear los modelos de desarrollo turístico, integrando dimensiones más amplias que el crecimiento económico.

PALABRAS CLAVE: Turismo; desarrollo económico; innovación; sostenibilidad.

ABSTRACT

This article offers a critical review of the tourism phenomenon from a systemic perspective, with special focus on its economic dimension, incorporating social, cultural, environmental,

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

and governance approaches. The objective was to analyze the transformations of tourism as a global activity and its role as a driver of development, questioning the economistic view that conceives it as an unquestionable path toward progress. Three main axes were examined: the tourism-led growth hypothesis, the criticisms of the predominance of economism, and the contribution of innovation, business cooperation, and information and communication technologies for the sustainability and competitiveness of the sector. The methodology was qualitative, based on bibliographic review and documentary analysis. Academic databases were consulted with search strings and inclusion and exclusion criteria. The results show the need to rethink tourism development models, integrating broader dimensions than economic growth.

KEYWORDS: Tourism; economic development; innovation; sustainability.

INTRODUCCIÓN

El turismo, como fenómeno social de reciente aparición histórica, se ha convertido en un tema de gran relevancia por su incidencia económica, cultural y social. Este dinamismo ha motivado enfoques inter, multi y transdisciplinarios que han intentado conceptualizarlo desde múltiples aristas. No existe una única definición consensuada, pues cada disciplina ha aportado elementos que enriquecen su comprensión. En esencia, el turismo es complejo, versátil y en constante transformación, lo que exige su abordaje desde marcos analíticos especializados y actualizados.

Desde sus orígenes en la antigüedad grecorromana, hasta las peregrinaciones medievales, pasando por figuras emblemáticas como Marco Polo o Thomas Cook, el turismo ha evolucionado hasta configurarse como una industria de masas. A partir del siglo XX, comenzó a analizarse como sistema y objeto de estudio científico, con aportes importantes de la escuela económica berlinesa y su consolidación en definiciones como las de Hunziker y Krapf, Burkart y Medlik, Mathieson y Wall, hasta llegar a la definición actual de la Organización Mundial del Turismo (en adelante, OMT). Esta última destaca la amplitud del fenómeno, su motivación diversa (ocio, negocios, otros), la temporalidad inferior a un año y su ocurrencia fuera del entorno habitual.

La evolución conceptual ha generado debates sobre su carácter científico. Mientras algunos lo denominan “turismología”, otros cuestionan su estatus de ciencia debido a la dificultad para delimitar sus elementos constitutivos. Esta complejidad ha llevado a definir el turismo también como actividad económica, con un marcado impacto en el desarrollo, las transacciones monetarias y la racionalidad de los agentes involucrados. Autores como Francesch han subrayado su carácter empresarial, su vinculación con la industria del ocio, y su potencial como fenómeno recurrente y transformador.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Desde una perspectiva pedagógica y académica, se han producido numerosas obras fundamentales que buscan brindar una base teórica sobre el turismo y sus implicaciones prácticas. El fenómeno ha pasado de ser elitista a masivo, lo que ha generado un marco de interpretación cada vez más amplio e interdisciplinar. Asimismo, la actividad ha sido estudiada bajo criterios de sustentabilidad, desarrollo y equidad. La OMT ha promovido el turismo como herramienta para combatir la pobreza y alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El impacto del COVID-19 provocó una reconfiguración del discurso oficial europeo, alineado con el Pacto Verde. Surgieron nuevas tensiones entre visiones neo y poskeynesianas sobre el futuro del turismo, especialmente respecto al financiamiento y al crecimiento verde. Mientras tanto, en América Latina, el turismo ha sido impulsado como actividad estratégica, aunque con conflictos derivados de procesos de turistificación, gentrificación y apropiación desigual de los territorios rurales.

Finalmente, el desarrollo de enfoques críticos desde la geografía humana (Ferreres Bonfill, 2023; Olta et al., 2023), la aplicación de análisis de redes sociales (Millán Delgado, 2024) y la irrupción de las TIC (Díaz Duarte et al., 2025) han modificado sustancialmente las dinámicas del turismo. Los influencers han surgido como actores clave en la promoción turística, aunque todavía existen vacíos de conocimiento sobre su impacto real.

De allí que el turismo no solo es una actividad económica, sino un fenómeno social multidimensional que exige enfoques complejos para comprender sus múltiples expresiones, impactos y posibilidades de transformación.

En este contexto, el presente artículo se propone examinar el turismo desde una perspectiva sistémica, centrada en su dimensión económica, sin perder de vista su impacto social, cultural y ambiental. Se abordarán los discursos que lo presentan como motor de desarrollo, así como las tensiones y desafíos que plantea en el escenario global contemporáneo.

DESARROLLO

1. El turismo desde el discurso económico

En la actualidad, el turismo se ha consolidado como un eje estratégico dentro de las agendas internacionales, al ser considerado un factor decisivo en el impulso del desarrollo económico. En foros multilaterales, cumbres regionales o encuentros bilaterales, la actividad turística aparece recurrentemente como mecanismo para reducir desigualdades, generar empleo, fomentar la movilidad internacional y estrechar vínculos entre países. Su creciente protagonismo se explica, en gran medida, por los beneficios económicos que produce, evidenciados con particular fuerza tras la Segunda Guerra Mundial, cuando numerosas naciones enfrentaron la necesidad de reactivar sus sistemas productivos

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

severamente afectados. En ese contexto, el turismo emergió como una alternativa viable de recuperación, revelando su capacidad para dinamizar economías. Desde entonces, varios estados impulsaron políticas de desarrollo turístico hasta el punto de que, hoy en día, existen países cuya estructura económica depende en gran medida —e incluso casi en su totalidad— de esta actividad (Figuerola, 1985).

Por ello, para explicar claramente la magnitud actual del turismo, es indispensable recurrir a términos económicos, pues son los indicadores que más recurrentemente se han usado para describirlo. Desde mediados del siglo XX, y de manera particularmente visible a partir de la década de 1950, el turismo mundial ha mostrado un crecimiento económico sostenido que en distintos momentos ha superado incluso a sectores estratégicos como las exportaciones de petróleo, alimentos o automóviles. Este dinamismo no solo evidencia la magnitud alcanzada por la actividad, sino que también refleja la capacidad de las industrias turísticas para diversificarse y ampliar sus fronteras, hasta consolidarse como uno de los pilares más robustos y colosales de la economía global contemporánea.

La práctica del turismo internacional en el desarrollo económico ha motivado una creciente literatura académica que prueba la hipótesis del crecimiento impulsado por el turismo (Gómez y Cándano, 2024; Noa Guerra, 2024; Ricardo Leal et al., 2023).

Diversas investigaciones coinciden en señalar que, a largo plazo, existe una relación positiva entre la expansión de la actividad turística y el crecimiento económico. Sin embargo, pese al reconocimiento actual de su relevancia en la literatura especializada, no fue sino hasta inicios de la década de 1990 cuando la consideración del turismo como un factor decisivo en las dinámicas de desarrollo económico comenzó a consolidarse como un campo de estudio de peso dentro de la economía. Desde entonces, su análisis ha evolucionado hasta convertirse en un tema imprescindible para comprender los procesos de progreso de muchos países.

Así, desde el punto de vista de la economía, se han escrito obras enteras dedicadas, entre otras cuestiones, a delimitar el ámbito del que se debe ocupar esta ciencia a la hora de profundizar en la actividad turística, a integrar los conceptos economía y turismo, a mostrar cómo toman los agentes económicos sus decisiones respecto al fenómeno turístico, y a aplicar los principios económicos básicos al turismo (Brito Ramírez y Ramírez Ferreiro, 2024). Y es que el turismo ha adquirido un peso notable dentro de la economía mundial, consolidándose como una de las principales actividades generadoras de divisas. Su capacidad para dinamizar los flujos monetarios y estimular sectores vinculados lo ha convertido en un motor estratégico del crecimiento económico en numerosos países, en los que representa una fuente esencial de ingresos y desarrollo.

No hay duda de que los viajes y el turismo comprenden una parte importante de la economía mundial y son el mayor sector de servicios en comercio internacional, de allí que

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

el turismo ha demostrado ser relativamente resistente a las recesiones económicas mundiales, continuando con un crecimiento sostenible a pesar de la retracción en otros sectores globales.

En el contexto internacional, el sector turístico aporta el 9,8% del PIB, representa el 7% de las exportaciones totales del mundo y emplea a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Alcívar Vera, 2018). Las tendencias actuales del turismo internacional se encuentran en pleno auge debido a que se ha convertido en el segundo sector más importante a nivel mundial, después de los servicios financieros (Cruz Bracho et al., 2021). Se considera una de las industrias de servicios de crecimiento más rápido en infraestructuras, demandas y ofertas para muchas economías en el mundo, sobre todo de regiones y países en desarrollo (Riera Vela et al., 2024; Álvarez Cortez et al., 2024).

En efecto, el turismo se ha consolidado como uno de los motores esenciales de la economía global y, al mismo tiempo, como un factor de desarrollo social que beneficia tanto a quienes prestan servicios como a quienes los disfrutan. Se reconoce hoy como la tercera industria de exportación más importante a nivel internacional, después de los combustibles y los productos químicos, superando incluso a los sectores alimentario y automotriz. Este crecimiento sostenido ha reforzado su papel en el comercio mundial y en la generación de divisas. En consecuencia, la literatura especializada subraya la existencia de una relación estructural de largo plazo entre turismo, desarrollo financiero y crecimiento económico, en la que el turismo receptor y el dinamismo económico mantienen un vínculo recíproco y complementario. Sin embargo, es un hecho que no en todas las regiones del mundo este fenómeno se establece de la misma manera (Gómez y Cándano, 2024; Candias et al., 2020).

El turismo, analizado desde la óptica económica, se entiende como un fenómeno tangible que articula de manera directa tanto a las actividades propias del viaje como a los sectores vinculados a su desarrollo. Entre ellos destacan el transporte, la oferta de alojamiento, los servicios de alimentación, y las opciones de recreación, que se activan para satisfacer las expectativas del visitante durante su estancia temporal. Este entramado productivo genera efectos significativos en la economía regional, ya que, a diferencia de otras ramas productivas, en el turismo, la producción y el consumo convergen en el mismo territorio: es la demanda la que se desplaza hacia el lugar donde se encuentra el producto turístico.

Desde esta perspectiva, un enfoque económico centrado en la demanda permite adecuar destinos, servicios e infraestructuras a las necesidades de los turistas, al tiempo que impulsa programas de desarrollo más coherentes y sostenibles. En consecuencia, cada vez más países han orientado su atención hacia el turismo, reconociéndolo como un sector estratégico para la productividad, la generación de empleo y la creación de riqueza, lo que

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

refuerza su posición como motor de competitividad y desarrollo económico en el escenario global.

Desde el punto de vista económico, el turismo ha demostrado una constante capacidad para reinventarse y mantenerse como una actividad en crecimiento. En lugar de renunciar a sus vacaciones, muchos viajeros ajustan sus destinos o modifican sus patrones de gasto, lo que asegura la continuidad de la demanda. Paralelamente, la diversificación de la oferta a través de paquetes turísticos adaptados a diferentes gustos y niveles de ingreso ha ampliado el acceso y potenciado el desarrollo del sector.

En este contexto, se puede afirmar que, si un país logra gestionar estratégicamente sus oportunidades en materia turística, puede generar mayores ingresos, fomentar empleos de mejor calidad y contribuir a elevar el nivel de vida de la población. De esta forma, el aumento del poder adquisitivo y la disponibilidad de tiempo libre alimentan nuevamente la práctica turística, configurando un ciclo virtuoso que resulta esencial promover y sostener como base de desarrollo económico y social.

2. Impactos del turismo

2.1. Impactos económicos positivos y negativos

Ahora bien, es importante resaltar que existen impactos o efectos económicos tanto positivos como negativos[1], impactos que pueden ser muy diferentes, debido a las diversas sociedades donde se desenvuelve el turismo, ya que incluso cada región, país, ciudad y comunidad tienen determinadas características y particularidades. Los efectos económicos favorables del turismo se reflejan principalmente en su capacidad de impulsar el crecimiento sostenido de la actividad, fomentar la producción de bienes y servicios, así como generar beneficios en materia cambiaria. A esto se suma su aporte al aumento del comercio internacional, el impulso al desarrollo de sectores vinculados, la redistribución de ingresos en las comunidades receptoras y la creación de una importante base de recaudación fiscal**.** Del mismo modo, el turismo se constituye en un motor clave para la generación de empleo y nuevas oportunidades de negocio**,** consolidándose como un factor

[1] En el caso de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los impactos económicos de la actividad turística se clasifican de acuerdo con su naturaleza y en función de los objetivos de política económica que cada sistema busque alcanzar. Esta clasificación distingue entre efectos globales, parciales y externos. Los efectos globales se relacionan con la influencia del turismo en la estrategia de desarrollo general de un país o región, posicionándolo como un motor capaz de dinamizar la economía en su conjunto. Por otro lado, los efectos parciales se refieren a las repercusiones directas en la economía nacional, incidiendo en agentes económicos, sectores productivos específicos, así como en variables macroeconómicas y dimensiones esenciales del sistema económico. Finalmente, los efectos externos abarcan ámbitos complementarios como el sociocultural, físico, ambiental, de recursos humanos y económico, donde se generan transformaciones indirectas que, si bien no siempre se reflejan en los indicadores financieros tradicionales, resultan decisivas para comprender el verdadero alcance del turismo en el desarrollo integral de los territorios.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

estratégico en el dinamismo económico. De hecho, el turismo desde un enfoque económico se conoce más por sus efectos positivos, al constituir estos las causas principales que han estimulado el interés de los países por el mismo. Los efectos económicos positivos del turismo en la economía nacional y regional se pueden listar de la siguiente manera:

- Balance de pagos: para muchas naciones, el turismo suele ser la principal fuente de ingreso de divisas (Rodriguez Marin, 2024), aunque se pueden esperar algunas reducciones de los beneficios netos de la balanza de pagos debido a las acciones de los operadores turísticos extranjeros.
- Desarrollo regional: esta actividad suele expandir los circuitos económicos hacia distintas zonas del territorio, favoreciendo la integración y dinamización de áreas que, de otro modo, permanecerían menos vinculadas a la economía nacional.
- Diversificación de la economía: gracias a su carácter multifacético, el turismo impulsa la ampliación de la estructura productiva y contribuye a conformar un modelo económico más sólido y menos dependiente de sectores tradicionales.
- Niveles de ingreso: la actividad turística genera incrementos en los ingresos de la población, aunque la magnitud de este efecto puede variar según el multiplicador de ingresos que opere en cada región o contexto.
- Ingresos del Estado: el turismo constituye una fuente de recursos fiscales por medio de la recaudación de impuestos. Sin embargo, debe considerarse que esta fuente de ingresos también exige inversiones significativas en infraestructura y equipamiento para sostener el crecimiento de la actividad.
- Oportunidades de empleo: en numerosos países, el turismo se convierte en una de las principales fuentes de ocupación laboral, especialmente para personas con baja o media calificación, a quienes abre espacios de inserción en el mercado de trabajo.
- Efectos dinamizadores sobre la inversión: el crecimiento turístico impulsa el desarrollo de ciertas regiones, generando tanto inversiones privadas como públicas. Estas se reflejan en la construcción de alojamientos y servicios complementarios —como restaurantes, espacios recreativos o deportivos—, así como en obras de infraestructura pública en materia de transporte, comunicaciones, salud y energía.
- Capacidad para redistribuir ingresos: la actividad turística también puede favorecer la reducción de brechas económicas entre distintas zonas de un país, promoviendo una distribución de la riqueza más equitativa dentro de una misma región.
- Potencialidad para incrementar los ingresos públicos: la expansión del turismo produce recursos adicionales para el Estado de manera indirecta, principalmente a

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

través de los impuestos que gravan el consumo de bienes y servicios, o los ingresos generados por la población empleada en el sector.

- Carácter diversificador: el aprovechamiento de los recursos turísticos se presenta como un mecanismo eficaz de diversificación económica, especialmente en países en vías de desarrollo. Este carácter diversificador constituye una estrategia valiosa para alcanzar un crecimiento sostenido y autosuficiente, y por ello se considera un instrumento clave dentro de los programas de desarrollo económico (Leiva-Enrique et al., 2024).

Como se apuntó anteriormente, estos efectos positivos variarán de un país a otro, teniendo en cuenta todo un conjunto de circunstancias y hechos. Por ejemplo, el ciclo de vida del turismo, las propias estrategias locales de promoción turística, y la utilización de sistemas de información y estrategias de marketing adecuados.

Actualmente, existe un creciente cuerpo de literatura académica referente a la relación entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico. Como un enfoque para el crecimiento económico, el turismo también puede tener menos impactos ambientales y sociales que las industrias extractivas, como la madera y la minería (Picazo-Córdoba et al., 2022).

Desde una perspectiva macroeconómica, el turismo internacional representa una fuente significativa de ingresos por exportaciones y se integra en las estrategias de crecimiento orientadas a las exportaciones. Este aporte constituye un componente esencial dentro de los objetivos de desarrollo de aquellas economías que consideran al turismo como una de las vías más seguras para alcanzar el crecimiento económico sostenido y garantizar medios de subsistencia a largo plazo (Acosta Pérez et al., 2024).

Es por ello por lo que, a modo de resumen, la literatura económica académica especializada —por ejemplo, Brida et al. (2008), así como Santana Turégano (2007)— destaca que el turismo genera divisas, cuyos ingresos fortalecen la balanza de pagos, facilitan la cobertura de importaciones, ejercen influencia en el sector exportador y contribuyen a la atención de la deuda externa. Además, se reconoce su capacidad para generar empleo directo e indirecto, dinamizar el Producto Interno Bruto, impulsar el ingreso nacional y favorecer procesos de redistribución (Ricardo Leal et al., 2023).

En paralelo, resulta significativo observar el papel creciente de los países en vías de desarrollo, que han pasado de ocupar posiciones marginales en la industria turística a consolidarse como actores estratégicos en su expansión. Estos territorios, cada vez más conscientes de su potencial económico, constituyen hoy la principal área de crecimiento del sector, llegando en muchos casos a situar al turismo como su segunda fuente de divisas, solo por detrás del petróleo.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

2.2. La hipótesis del crecimiento impulsado por el turismo

La hipótesis del crecimiento impulsado por el turismo (HCIPT) plantea que la expansión del turismo internacional tiene la capacidad de estimular el crecimiento económico, ofreciendo así un marco teórico y empírico que conecta directamente al turismo receptor con el desempeño económico. En términos conceptuales, esta hipótesis surge como una extensión de la hipótesis del crecimiento impulsado por las exportaciones (CIPE), la cual sostiene que el desarrollo económico no depende únicamente del aumento de factores productivos tradicionales como el trabajo y el capital, sino también de la expansión del comercio exterior.

Diversos estudios respaldan que las exportaciones fomentan el crecimiento económico al incentivar mayores niveles de inversión (Martins Filho, 2020). En este sentido, el turismo internacional se entiende como una forma particular de exportación, caracterizada por la generación de ingresos y el consumo que se produce en el propio destino receptor. Sin embargo, la dificultad de medir con precisión la actividad turística ha llevado a que la literatura económica se concentre más en las exportaciones de bienes primarios y manufacturados, relegando al turismo a un segundo plano.

De manera paralela, tanto el CIPE como la HCIPT examinan la relación temporal que puede existir entre turismo y crecimiento económico, considerando los efectos que esta actividad puede ejercer en el corto y en el largo plazo.

En este escenario surgen interrogantes centrales: ¿es el turismo el que impulsa el crecimiento económico, o, por el contrario, es la expansión económica la que favorece el desarrollo turístico? ¿O acaso se trata de una relación de mutua retroalimentación entre ambas dimensiones? Lo indiscutible es que el turismo, como fenómeno de alcance global, encarna las aspiraciones más profundas de las sociedades y, al mismo tiempo, constituye un factor esencial del progreso socioeconómico en múltiples países. De ahí que resulte prioritario que los gobiernos, las autoridades públicas, los responsables de las políticas y las decisiones empresariales vinculadas con el sector, así como los propios turistas, asuman el compromiso de proteger y fortalecer la dignidad tanto de las comunidades locales como de quienes visitan los destinos.

Así, resulta válido señalar que la hipótesis del crecimiento impulsado por el turismo establece que la expansión de las actividades turísticas internacionales no solo constituye una fuente relevante de ingresos externos, sino que también puede actuar como un motor que dinamiza la economía en su conjunto. Al estar estrechamente vinculada con la hipótesis del crecimiento impulsado por las exportaciones, esta perspectiva reconoce al turismo como una forma particular de exportación que genera consumo en destino y que, por tanto, contribuye al desarrollo económico tanto a corto como a largo plazo. Si bien persisten interrogantes respecto a la dirección de la causalidad entre turismo y crecimiento

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

económico, la evidencia sugiere una relación de interdependencia que resalta la necesidad de políticas públicas orientadas a potenciar el sector turístico como estrategia de desarrollo sostenible.

Las críticas al discurso economicista invitan a replantear el modo en que entendemos el turismo, priorizando no solo el crecimiento económico, sino también la equidad social, la preservación ambiental y la ampliación de libertades. Limitar la noción de desarrollo a la mera acumulación de riqueza, implica invisibilizar los impactos negativos que el turismo puede acarrear en las comunidades locales y en los ecosistemas, así como reforzar intereses políticos y empresariales que no siempre responden al bienestar colectivo. Desde una mirada crítica y humanística, el desarrollo debe concebirse como un proceso de ampliación de oportunidades y libertades para los individuos y comunidades, reconociendo su papel activo en la transformación de su entorno.

Bajo esta perspectiva, el turismo no puede sostenerse en un discurso reduccionista que lo sitúe como solución única al atraso o la pobreza, sino que debe entenderse como una actividad compleja que requiere políticas inclusivas, sostenibles y sensibles a las realidades sociales, culturales y ambientales de cada territorio.

2.3. Críticas al discurso economicista del desarrollo

Desde la década de los noventa, el turismo ha ocupado un lugar central en el discurso económico y en las agendas políticas de numerosos países, coincidiendo con la implementación de políticas de liberalización económica. A medida que aumenta el flujo de visitantes, también se refuerza una narrativa desarrollista que presenta al turismo como vía para alcanzar niveles de desarrollo superiores a los existentes. En este marco, tanto gobiernos nacionales como regionales han diseñado múltiples políticas y estrategias orientadas a captar un mayor número de turistas, bajo la premisa de que los nuevos ingresos derivados de esta actividad permitirían satisfacer las necesidades de la población local.

Sin embargo, este enfoque suele responder en gran medida a intereses políticos y empresariales que promueven una visión específica del turismo. En dicho discurso se le atribuyen al turismo diversas capacidades: la generación de empleo, la atracción de inversión e incluso la conservación del patrimonio cultural y natural. Por estas razones, se ha impulsado con fuerza en el espacio público la idea de que el turismo constituye un medio esencial para alcanzar el “desarrollo” de los territorios.

Si bien el turismo efectivamente mejora los niveles de ingresos debido a los gastos realizados por los turistas, esto no constituye el único elemento a tener en cuenta para poder afirmarse que es una muestra de desarrollo. En muchas ocasiones esos recursos quedan concentrados en unas cuantas manos, sin repercutir realmente en las condiciones

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

de vida de la población residente de los destinos turísticos. Es por ello por lo que actualmente no faltan quienes discuten la idea del desarrollo impulsado por el turismo[2], puesto que es un discurso que puede disfrazar los intereses económicos representados por este fenómeno.

El problema central radica en la concepción misma de lo que se entiende por desarrollo, lo que exige una reflexión más amplia y crítica sobre este concepto, y sobre la distancia que existe entre el desarrollo planteado desde el discurso político y aquel que surge de una visión teórica crítica y humanista. Reducir el desarrollo únicamente a la acumulación de riqueza resulta limitado, ya que el dinero, aunque amplía el acceso a ciertos bienes y servicios, no es el único factor que determina las decisiones ni el bienestar de las personas. En realidad, otras dimensiones, como la educación o las libertades sociales, tienen un peso mucho mayor en la capacidad de los individuos para tomar decisiones y transformar su realidad. Desde esta perspectiva, el desarrollo se concibe como un proceso de ampliación de libertades y oportunidades, en el cual las personas no son meros receptores pasivos, sino actores capaces de generar cambios en su entorno.

No obstante, este enfoque parece ser ignorado en numerosos programas y proyectos turísticos, que buscan imponer modelos predefinidos sin considerar los procesos sociales propios de cada territorio ni las capacidades y posiciones de los actores locales. En el marco del discurso desarrollista, la pobreza suele presentarse como un resultado del atraso o de las acciones de las mismas comunidades, dejando de lado la responsabilidad de factores externos y de otros actores que inciden directamente en su producción y perpetuación. Al mismo tiempo, se proyecta a los actores dominantes del sistema económico y político mundial como los supuestos “salvadores”, reforzando una narrativa que oculta las verdaderas relaciones de poder e intereses.

En consecuencia, cualquier apoyo, aunque sea mínimo, por parte de estos actores, suele ser presentado como una acción de gran trascendencia. Sin embargo, ello contribuye a reforzar su prestigio y a consolidar aún más su estatus económico y social, distanciándolos de manera significativa de las realidades socioeconómicas que enfrentan los países más pobres. Lo que es más contradictorio de este proceso es que los más necesitados, en muchos casos, están en esa situación por una relación desigual con los que tienen mejores condiciones (Arroyave et al., 2024).

[2] Un número creciente de territorios y de sus gobernantes ven en el turismo una fuente de ingresos capaz de detonar sus procesos de desarrollo. Esto ha impulsado la formulación de numerosos planes y proyectos turísticos que, en muchos casos, compiten entre sí y generan expectativas que difícilmente pueden cumplirse. Aunque esta apreciación pueda parecer contundente, la evidencia empírica muestra que el turismo no siempre trae consigo los resultados prometidos: fragmentación territorial, desigualdades persistentes, problemáticas sociales, inequidades y fenómenos como la gentrificación revelan efectos contrarios a los que cabría esperar en un territorio verdaderamente desarrollado.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

De este modo, y en coherencia con los planteamientos de los autores mencionados, todo análisis sobre el desarrollo turístico desde la perspectiva económica debe procurar identificar los intereses políticos y económicos que subyacen en las políticas y legislaciones del sector. En otras palabras, resulta necesario examinar críticamente los discursos desarrollistas del turismo para comprender las motivaciones que los sustentan.

En contraste, los impactos económicos negativos del turismo no deben pasarse por alto. Además de los señalados previamente, se manifiestan en fenómenos como los retrocesos económicos que frenan el desarrollo turístico, la excesiva dependencia de esta actividad, los procesos inflacionarios, la competencia con otros sectores productivos, así como la marcada estacionalidad de la demanda. A ello se suman problemáticas de orden sociocultural y ambiental, entre las que destacan la transculturación y la contaminación, entre otros aspectos que generan preocupación.

Estos efectos que genera el turismo han sido también denominados por los economistas como “externalidades” (Rus y León, 1997), que pueden ser efectos externos negativos o positivos.

Entre los ejemplos de externalidades negativas se mencionan el ruido y las emisiones de los aviones que realizan rutas turísticas y afectan la calidad de vida de quienes habitan cerca de los aeropuertos, así como la pérdida de ecosistemas frágiles, como los manglares, cuando se construyen complejos turísticos en islas tropicales. En contraposición, también existen externalidades positivas, como la conservación de la biodiversidad a través del establecimiento de parques de safari en África o de áreas naturales protegidas en distintas regiones del mundo.

Frente a estas externalidades, se señala que dejar actuar al mercado de manera libre no garantiza alcanzar la eficiencia económica, pues los recursos suelen asignarse de manera inadecuada por parte de los agentes económicos. En este sentido, se argumenta que la intervención estatal resulta necesaria, ya sea mediante la aplicación de impuestos y subsidios pigouvianos, o mediante la creación de mercados específicos, en algunos casos en cooperación con el sector privado. Se destaca asimismo la importancia de recurrir a instrumentos internacionales como el Protocolo de Kioto, diseñado para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

De manera complementaria, se mencionan medidas nacionales adoptadas por ciertos países, tales como la regulación de límites de emisión, la imposición de gravámenes por superar dichos umbrales o la conformación de mercados de emisiones. En conclusión, se advierte que aún existe un amplio margen para fortalecer las políticas públicas orientadas a introducir incentivos que permitan a los mercados turísticos avanzar hacia la consecución de un verdadero óptimo social.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Reconocer que el crecimiento turístico no planificado y descontrolado, aunque pueda generar beneficios inmediatos, conlleva impactos negativos e incluso irreversibles sobre el medio ambiente, las comunidades locales y los propios cimientos que sostienen la actividad turística, lleva a cuestionarse la viabilidad de continuar expandiendo el sector en determinadas regiones sin provocar deseconomías externas. Ello implica asumir que el desarrollo turístico debe garantizarse bajo criterios de sostenibilidad: ser ambientalmente soportable en el largo plazo, económicamente viable y, al mismo tiempo, social y éticamente justo para las poblaciones anfitrionas.

El turismo se ha convertido en un fenómeno global que sobrepasa la esfera económica y afecta directamente a los círculos sociales, políticos, culturales y ambientales. Por lo que es necesario preguntarse ¿Cuál es el efecto real de una actividad transversal tan compleja y que continúa creciendo a pasos nunca antes vistos? ¿Cómo afecta el turismo a las estructuras sociales y culturales de los visitantes y de las comunidades receptoras? La cuestión es compleja, pues a cada visitante y a cada comunidad se impactan de distinta forma. La magnitud actual del fenómeno nos permite dar un enfoque mundial al asunto: para el turismo, a nivel global, ¿En qué grado se han tomado en cuenta los factores socioculturales para definirlo y proyectar su futuro?

Desde hace ya algunos años existe una creciente preocupación por la sostenibilidad como principio rector (Altimira Vega y Muñoz Vivas, 2007), que permita integrar el desarrollo económico con los aspectos ambientales y sociales dentro de la política y la estrategia turística. La urgencia de evitar la degradación ambiental descontrolada y la pérdida de la identidad cultural local exige respetar el frágil equilibrio que caracteriza a numerosos destinos turísticos, especialmente aquellos situados en áreas ecológicamente sensibles. Esto implica no solo garantizar la conservación del entorno, sino también promover activamente la calidad de vida de las comunidades, asegurar la equidad intergeneracional y evitar comprometer las oportunidades de las generaciones futuras.

En este marco, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha enfatizado en los últimos años la necesidad de fomentar un modelo de turismo que, además de impulsar el crecimiento económico, contribuya al desarrollo inclusivo y a la sostenibilidad ambiental. Sus esfuerzos se orientan a maximizar la aportación socioeconómica del sector para reducir la pobreza, al mismo tiempo que abogan por la mejora de las condiciones sociales y económicas de todos los actores involucrados en la actividad turística, independientemente de su modalidad.

Si los pilares de la sostenibilidad en el turismo —ecología, economía y equidad— se integran de manera equilibrada en las estrategias de desarrollo, cada país puede aprovechar los beneficios que esta actividad ofrece, siempre que exista una conciencia responsable en su gestión.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

En esta investigación se sostiene que, aunque la economía ha brindado la estructura necesaria para consolidar al turismo como sector clave, el crecimiento acelerado de esta actividad ha generado impactos que trascienden lo meramente económico. Dichos efectos, tanto a nivel local como global, evidencian la necesidad de replantear los fines con los que se impulsa y gestiona el turismo, no solo en los países individuales, sino también en el marco internacional.

3. Innovación, tecnología y competitividad en el turismo

Los desafíos actuales en las investigaciones sobre el turismo demandan la inclusión de indicadores que permitan evaluar las nuevas exigencias de la población mundial. Por ejemplo, las impuestas por la Covid-19, la protección del medio ambiente, la aplicación de nuevas plataformas tecnológicas impulsadas por el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), y los siempre crecientes deseos y particularidades del cliente que dinamizan el mercado turístico, por solo citar ejemplos. Por lo que resulta extremadamente importante fomentar políticas de cooperación no solo entre las empresas, sino también con instituciones científicas o académicas, con el fin de que contribuyan a la creación o perfeccionamiento de sistemas de innovación (local, regional, nacional e internacional) para la actividad turística, que estimule el desarrollo continuo de nuevos conocimientos y su aplicación en la actividad empresarial (Ricardo Leal, 2023).

Resulta crucial aumentar el conocimiento sobre la dinámica del mercado turístico y su relación con el contexto económico, social y ambiental, destacando tanto los aspectos conflictivos y sus causas, como las potencialidades y restricciones existentes (Ricardo Leal et al., 2023). De todos los procesos que se desarrollan dentro del sistema turístico, resulta especialmente relevante la manera en que estos se llevan a cabo, es decir, las tecnologías empleadas para satisfacer las necesidades tanto de los residentes como de los visitantes. Dichas tecnologías, en última instancia, repercuten no solo en el mercado turístico, sino también en el medio ambiente, en la dinámica social y en otros ámbitos vinculados. En este contexto, la investigación adquiere un papel fundamental, pues a partir de un cuerpo sólido de conocimiento puede favorecerse la creación de tecnologías alternativas que respondan a las nuevas demandas y preferencias de la sociedad en materia de turismo.

De hecho, son varias las publicaciones que sustentan teórica y empíricamente la importancia de investigar, innovar y competir en el turismo (Korstanje, 2020; Castello, 2020). Incluso, como ya se mencionó, se ha escrito sobre la necesidad de fomentar la cooperación entre empresas para el fomento de actividades que generen innovación; la cual puede ser el resultado de la interacción de la empresa con su entorno (clientes, proveedores, competencia, instituciones de gobierno, universidades, centros de investigación, entre otros).

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Por ello puede concluirse que la innovación, la tecnología y la competitividad en el turismo conforman un eje indispensable para comprender los desafíos y oportunidades que enfrenta este sector en la actualidad. El uso de nuevas herramientas tecnológicas, sumado a la cooperación entre empresas, instituciones académicas y organismos públicos, abre posibilidades para generar conocimiento y transformarlo en soluciones aplicadas que fortalezcan tanto la sostenibilidad como la diferenciación de los destinos turísticos. Sin embargo, el simple crecimiento económico no garantiza un verdadero desarrollo: es necesario evaluar críticamente las implicaciones sociales, culturales y ambientales de la aplicación tecnológica, asegurando que sus beneficios se distribuyan de manera equitativa y no profundicen desigualdades o impactos negativos. En este sentido, la competitividad turística debe repensarse más allá de la atracción de visitantes, orientándose hacia un modelo que integre innovación con sostenibilidad, equidad social y resiliencia, de modo que el turismo pueda responder a las demandas de un mundo en constante transformación sin comprometer las condiciones de las generaciones futuras.

3.1. Cooperación internacional y alianzas estratégicas en el turismo

La cooperación o alianza estratégica en el contexto de las empresas turísticas se entiende como acuerdos de colaboración entre empresas con el propósito de fortalecer su competitividad mediante el uso compartido de recursos, capacidades o innovaciones tecnológicas. Dichos acuerdos pueden implicar o no participación accionarial y, en muchos casos, representan una etapa preliminar hacia procesos de mayor envergadura, fusiones o adquisiciones. Esta práctica se ha extendido a casi todos los subsectores de la industria turística; operadores de viaje, aerolíneas, cadenas hoteleras, compañías de entretenimiento, empresas de ocio, entre otros. De este modo, la búsqueda de economías de escala, junto con el control de todo el proceso de producción turística, constituye dos factores motrices de un fenómeno que ha conducido a la formación de grandes grupos empresariales a nivel nacional en varios países, así como también a escala internacional (Maracajá y Monticelli, 2024; Naranjo Llupart y Martínez Rodríguez, 2022).

Las empresas que actúan aisladamente no pueden alcanzar los mismos beneficios que aquellas que establecen decisiones de forma colaborativa. A través del intercambio y la gestión compartida de recursos, las empresas pueden identificar nuevas oportunidades de mercado y generar beneficios recíprocos, tanto económicos como sociales, que contribuyen al desarrollo sostenible de la comunidad local y al fortalecimiento empresarial. Al mismo tiempo, la cooperación entre contendientes puede estimular la innovación y la competitividad, así como niveles de productividad y calidad crecientes; sobre todo si las empresas compiten en mercados cada vez más globales (Cruz Bracho et al., 2021).

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2005), la innovación es entendida como la concepción y establecimiento de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa, con el propósito de mejorar sus resultados. Los procesos de innovación se llevan a cabo mediante la incorporación de nuevos conocimientos y tecnologías, los cuales pueden originarse de forma interna, a través de colaboraciones externas o mediante la contratación de servicios de consultoría y la adquisición de tecnología.

El Manual de Oslo señala que las actividades innovadoras de una empresa están condicionadas por diversos factores, entre ellos la amplitud y la naturaleza de sus vínculos con fuentes de información, conocimientos, tecnologías, prácticas de gestión y recursos, tanto humanos como financieros. En este sentido, dichos vínculos constituyen una base esencial para el acceso al conocimiento y a la tecnología que impulsa la innovación empresarial. Estos abarcan desde la información pasiva recopilada directamente por los propios empresarios, pasando por proveedores especializados de conocimiento y tecnología, hasta los consorcios de cooperación conformados por agrupaciones empresariales (OCDE, 2005).

En el caso del turismo, la Secretaría de Turismo en el 2013 expuso que la innovación es la posibilidad de desempeñar actividades y funciones de nuevas formas, que le permiten a las empresas ser más eficientes y rentables, además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante (Velázquez Castro et al., 2018). Este proceso ha de ser comprendido en un sentido amplio, luego de que cubra todos los espacios de actividades de la empresa turística que presuponen un cambio medular en la manera de hacer las cosas, tanto en lo que respecta a los productos y servicios que oferta, como en los métodos utilizados para su producción, comercialización u organización (Pantoja et al., 2024)

El proceso de innovación en el turismo refleja un marcado grado de interdependencia, que puede manifestarse tanto entre competidores y clientes como entre distintos destinos turísticos. Diversos factores actúan como impulsores de esta dinámica: la disminución inesperada de visitantes, que suele motivar a las empresas a replantear estrategias para superar las crisis estacionales; el cumplimiento de objetivos, que incentiva la introducción de innovaciones en la gestión interna, como la cooperación entre departamentos, la administración del talento humano, la delegación de funciones o los sistemas de remuneración, con efectos positivos en la satisfacción laboral, el fortalecimiento de competencias y la gestión del conocimiento; el incremento de la productividad, que se apoya en la innovación de procesos orientados a la eficiencia, con un papel destacado de las TIC para optimizar el uso de recursos, agilizar servicios, reducir costos y minimizar desperdicios; la creación de nuevos productos y servicios, como la implementación de técnicas novedosas en la preparación de alimentos y bebidas o el diseño de hoteles

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

adaptados a las preferencias de los clientes; y, finalmente, el acceso a nuevos segmentos de mercado, donde el marketing se convierte en un terreno fértil para innovar mediante propuestas que fortalezcan la relación entre destino y visitante, destacando, por ejemplo, los programas de fidelización (Buhalis y Law, 2008; Maráková y Medveďová, 2016).

En la actualidad, para asegurar una coordinación efectiva, resulta necesario innovar y promover un enfoque integral que involucre a todos los actores implicados en la adopción de nuevas prácticas.

La innovación cumple, además, la función de evitar procesos de obsolescencia desordenados y perjudiciales —capaces de afectar tanto a empresas como a destinos turísticos—, y de facilitar la construcción de un marco de gestión integrada que articule la participación de los distintos interesados. Resaltar las iniciativas innovadoras durante las interacciones habituales y fomentar el diálogo contribuyen a que los empleados reconozcan los logros recientes y se apropien de los esfuerzos de mejora que se llevan a cabo en la organización. Del mismo modo, se generan mayores oportunidades para la coordinación y la colaboración, fortaleciendo la comunicación y la cooperación no solo entre departamentos internos, sino también con otras organizaciones del sector (Velázquez Castro et al., 2018).

En efecto, las empresas no pueden depender únicamente de sus capacidades internas para alcanzar una innovación exitosa. En este escenario, la cooperación empresarial o las alianzas estratégicas adquieren un papel fundamental. Entiéndase por alianzas los acuerdos voluntarios entre dos o más organizaciones independientes que buscan asociarse para intercambiar recursos, capacidades o actividades, e incluso generar nuevos, sin necesidad de recurrir a una fusión, lo cual implica un nivel de interrelación orientado a fortalecer la competitividad conjunta.

La cooperación puede surgir por múltiples motivos y objetivos, asumir diversas modalidades y establecerse bajo términos y condiciones acordados entre las partes implicadas. A diferencia de las relaciones jerárquicas internas, en este tipo de acuerdos predomina la igualdad y el consenso sobre la imposición de una autoridad superior.

Desde esta perspectiva, la cooperación empresarial constituye una estrategia clave para asegurar la competitividad sostenible, ya que ofrece ventajas significativas frente al accionar aislado: reduce riesgos, exige una menor inversión individual y permite acceder a mayores oportunidades de crecimiento y posicionamiento en el mercado. Por tanto, la cooperación empresarial busca alcanzar diversos objetivos estratégicos (Sánchez de Pablo & Jiménez, 2007):

- Acceso a recursos y transferencia de conocimiento: resulta clave cuando el saber necesario se encuentra consolidado en otras organizaciones, facilitando así procesos de aprendizaje y actualización.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

- Fortalecimiento de la posición competitiva: la necesidad de ampliar el volumen de negocio impulsa a las empresas a aprender de sus competidores y adoptar prácticas más eficientes.
- Ingreso a nuevos mercados y expansión internacional: las alianzas abren la posibilidad de diversificarse hacia otros territorios, reduciendo costos y tiempos cuando varias compañías deciden producir o distribuir de forma conjunta.
- Incorporación de TIC: el uso compartido de tecnologías digitales permite optimizar el intercambio de información, mejorar la coordinación con proveedores y clientes, y potenciar el comercio electrónico y la presencia en línea.
- Reducción de costos: al adquirir tecnología, productos o servicios de manera colectiva, las organizaciones disminuyen gastos que serían difíciles de asumir de forma individual. Ejemplo de ello es la compra al por mayor de insumos o la utilización conjunta de transporte para empleados entre varios hoteles.
- Disminución de riesgos: las inversiones compartidas implican menores aportaciones individuales, lo cual limita las posibles pérdidas económicas en caso de fracaso.
- Aprendizaje y capacitación: el intercambio de experiencias facilita la adquisición de habilidades, así como la organización de cursos y entrenamientos especializados para áreas concretas de la empresa.
- Mejorar la satisfacción del cliente: elegir socios con conocimiento profundo de las necesidades de los consumidores permite ofrecer respuestas más oportunas y un servicio de mayor calidad.

Desde una perspectiva estratégica, el proceso de optar por la cooperación empresarial puede dividirse en varias fases: la decisión inicial de establecer una alianza; la selección de un socio adecuado; la definición de la estructura organizativa de la alianza; y la evolución dinámica de la relación a lo largo del tiempo. Cabe señalar que no todas las alianzas avanzan siguiendo esta secuencia de manera estricta; sin embargo, las decisiones que forman parte de estas etapas suelen representar desafíos clave de comportamiento y gestión.

Por otro lado, resulta fundamental destacar que la innovación en los servicios, como afirman acertadamente (Velázquez Castro et al., 2018; Gomes et al., 2025):

1. Supone una organización de carácter interactivo más que lineal, dado que empresas como restaurantes, alojamientos o agencias de viaje dependen unas de otras para conformar un producto turístico integral capaz de responder a las necesidades del visitante.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

2. Requiere un trabajo colaborativo y no aislado, involucrando a la comunidad, al Estado e incluso a instituciones de educación superior.
3. Puede generar dificultades para la reproducibilidad de las innovaciones o para la acumulación del conocimiento producido —como rutinas organizacionales— durante el proceso innovador.
4. Tiende a ser fácilmente imitable, ya que no cuenta con mecanismos de protección intelectual, como las patentes.

En suma, tanto la cooperación empresarial como la innovación constituyen ejes fundamentales para la competitividad y sostenibilidad del sector turístico. Mientras que las alianzas estratégicas permiten a las empresas ampliar sus capacidades, reducir riesgos y acceder a nuevos mercados, la innovación —ya sea en procesos, productos o servicios— impulsa la adaptación constante frente a las demandas del entorno global. De este modo, la combinación de colaboración y creatividad se convierte en un requisito indispensable para que el turismo pueda afrontar los desafíos contemporáneos y consolidarse como un verdadero motor de desarrollo económico y social.

3.2. Tecnologías emergentes y turismo

En relación con la competitividad, entendida como el tercer pilar de la tríada, hay que partir del hecho de que las empresas se encuentran en un entorno complejo y de creciente competencia (Serrano Amado et al., 2021). Este escenario se ve intensificado por la globalización, que ha transformado la dinámica entre competidores, orientando a las organizaciones a enfocarse en funciones y actividades específicas en lugar de limitarse a posiciones rígidas dentro de la cadena de valor. A ello se suman otros factores como la apertura de los mercados, el lanzamiento continuo de nuevos productos, la expansión de la oferta, consumidores cada vez más exigentes y con preferencias cambiantes, además de una mayor conciencia medioambiental, por mencionar algunos ejemplos. Por tanto, el esfuerzo por ser competitivos debe ser constante, dado que a menudo significa la propia supervivencia de la organización (Velázquez Castro et al., 2018).

Resulta evidente que el sector servicios, y en particular las actividades vinculadas al ocio y al turismo, continúan ganando relevancia dentro de la economía global.

Este proceso de crecimiento del peso de los servicios se ha intensificado en un contexto económico novedoso, en el que se están experimentando una serie de transformaciones relacionadas con la aparición de un nuevo paradigma tecno-económico: la sociedad del conocimiento y, en su vertiente económica, la economía del conocimiento (Ramón Rodríguez y Such Devesa, 2022). En este contexto, a lo largo del siglo XX se ha subrayado la importancia de los avances tecnológicos en los procesos de innovación, destacando su vínculo no solo con el crecimiento económico, sino también con los cambios de paradigma

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

que han transformado la estructura misma de la economía. Estas aportaciones han permitido aproximaciones sólidas y sistemáticas a la comprensión de una nueva economía sustentada en el conocimiento.

De acuerdo con las contribuciones más recientes, el paradigma económico emergente se sustenta, desde la perspectiva tecnológica, en la incorporación y el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta es la base material de la que se ha venido a llamar la tercera revolución industrial, que se caracteriza por la aplicación de conocimientos que a su vez generan nuevos conocimientos y que se extienden a todas las ramas de actividad económica (Díaz Duarte et al., 2025; Pantoja et al., 2024).

Siendo así, el uso de estas tecnologías se acompaña de un mayor grado de internacionalización de la empresa, el desarrollo de cambios organizativos y la implementación de nuevas estrategias competitivas, lo que da lugar a un modelo de negocio alejado de las concepciones tradicionales del sector. Asimismo, el uso estratégico de las TIC favorece el empleo de mano de obra más cualificada, un servicio más personalizado, y una mayor proximidad a proveedores y distribuidores.

Sin embargo, es en el ámbito de la innovación empresarial donde el impacto positivo de las TIC se hace más evidente, ya que su incorporación ha permitido superar obstáculos previamente existentes, integrar la innovación en el núcleo de la organización y promover una participación más activa de los trabajadores. Como resultado, se ha dado lugar a una amplia variedad de innovaciones, tanto en productos y procesos como en el plano organizativo (Velázquez-Castro et al., 2022).

La participación en redes de cooperación, el empleo de trabajadores con un nivel educativo elevado y la aplicación intensiva de las TIC han sido elementos indispensables en este proceso innovador. El aprovechamiento de las TIC, junto con los cambios organizativos dentro de las empresas, ha permitido optimizar los niveles de productividad, generando a su vez una mayor competitividad en entornos dinámicos y en constante transformación.

Autores como Pacheco Jiménez (2023) refieren que las TIC constituyen un factor clave para potenciar el turismo y elevar su competitividad, una vez que se definan previamente los objetivos del desarrollo turístico, los productos a ofertar y los mercados meta.

Ciertamente, con el avance de las nuevas tecnologías y la generalización del acceso a Internet, los buscadores web se han convertido en herramientas indispensables para la toma de decisiones relacionadas con viajes y actividades de ocio. En este contexto, la revolución digital ha marcado un cambio radical de paradigma frente a las dinámicas tradicionales del sector. El turista ha transitado de un perfil clásico, que organizaba sus viajes mediante agencias y recurría a recomendaciones de familiares o amigos, hacia un *adprosumer* digital, hiperconectado y multicanal. De ahí que la industria turística se haya

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

replanteado su *modus operandi*, orientándose a generar experiencias diferenciadas y a crear entornos digitales adaptados a las demandas del consumidor.

En los últimos años, otros han comenzado a profundizar en el estudio de la relación entre la Inteligencia Artificial (IA) y el turismo, vínculo que ha cobrado relevancia en el marco de la denominada industria 4.0. Este término alude a la integración de tecnologías avanzadas como la computación en la nube, la robótica, el internet de las cosas (IoT), el *big data* y la propia IA en los procesos productivos y la generación de servicios. En el caso de la industria del turismo, su aplicación se ha concentrado principalmente —aunque no de manera exclusiva— en la creación de experiencias turísticas más personalizadas, sustentadas en el análisis de grandes volúmenes de datos y en el empleo de soluciones tecnológicas que optimizan procesos de atención y servicio. Así, no resulta sorprendente que destinos turísticos, empresas del sector, gobiernos, visitantes y demás actores vinculados con la industria pongan especial énfasis en aprovechar las ventajas que ofrece esta tecnología, tanto para dar respuesta a problemáticas existentes como para impulsar la innovación en productos y servicios (Guerrero Rodríguez y Díaz Pacheco, 2024; Sánchez Castillo et al., 2024).

Finalmente, este epígrafe concluye con algunas reflexiones en torno al papel de las TIC en el sector turístico y los desafíos que su adopción conlleva. En este sentido, el uso estratégico de estas tecnologías se presenta como un factor decisivo para que las empresas incrementen su eficiencia y consoliden su competitividad, particularmente gracias al dinamismo que generan en los procesos de innovación. No obstante, este proceso requiere ser acompañado por un esfuerzo de transformación organizativa que asuma una actitud proactiva, en lugar de meramente reactiva, frente a la innovación. Desde una perspectiva interna, ello puede materializarse mediante políticas empresariales orientadas a la generación de know-how y a la valorización del conocimiento tácito como recurso fundamental para innovar. En este marco, la formación continua de los trabajadores y la estabilidad en los puestos de trabajo se perfilan como elementos esenciales para sostener un proceso innovador sólido y sostenible.

Es fundamental que la intensificación en el uso de las TIC venga acompañada de un cambio organizativo que tenga en cuenta una mayor flexibilidad de los equipos de trabajo y una mayor responsabilidad de los trabajadores en la toma de decisiones, en paralelo a nuevas estrategias de externalización de algunas operaciones (Martínez Jaramillo y Moreno-Duarte, 2020).

CONCLUSIONES

El estudio permitió constatar que el turismo es un fenómeno complejo, atravesado por múltiples interpretaciones y enfoques disciplinares, aunque aún prevalece una visión

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

hegemónica de carácter economicista. Si bien se le atribuye la capacidad de dinamizar territorios y generar empleo, la evidencia muestra que sus beneficios no siempre se distribuyen equitativamente y, en ocasiones, acentúan las desigualdades sociales y territoriales. El verdadero impacto en el desarrollo dependerá de la capacidad de las comunidades para gestionar directamente la actividad y retener los beneficios, lo cual no ocurre en la mayoría de los casos debido al control ejercido por grandes corporaciones.

Los hallazgos también ponen de relieve que, aunque la Economía ha brindado un marco estructural sólido al turismo, el crecimiento acelerado de la actividad ha generado efectos que superan lo económico y exigen un replanteamiento de sus fines. De ahí la necesidad de concebir el desarrollo turístico desde coordenadas más amplias, que incluyan dimensiones sociales, culturales, políticas y ambientales, entendidas como parte intrínseca de los territorios y no como variables accesorias. En esta línea, las investigaciones sobre la oferta y la demanda resultan decisivas para orientar la planificación de los destinos, siempre que incorporen indicadores ajustados a la realidad local y a los nuevos desafíos globales, como los cambios derivados de la pandemia y la irrupción de las TIC en la cadena de valor.

El análisis de la diversidad de modalidades turísticas confirma que el sector enfrenta el reto permanente de adaptarse a la evolución de la demanda, a escenarios de competencia global, a regulaciones más estrictas y a un entorno tecnológico en constante transformación. En este marco, la capacidad de innovación, la cooperación entre actores y el uso estratégico de las TIC se consolidan como factores determinantes para garantizar la competitividad y sostenibilidad de las empresas y destinos turísticos. Este proceso exige marcos regulatorios que favorezcan la equidad y políticas públicas que promuevan la diversificación y la resiliencia del sector.

Finalmente, los modelos de desarrollo turístico muestran que la configuración de cada destino depende de la identificación de actores y de las dinámicas de poder que median en su participación. El tránsito hacia esquemas de gobernanza inclusiva se perfila como un requisito indispensable para diseñar modelos integrados, competitivos y sostenibles. No obstante, una limitación de este estudio es su carácter cualitativo y documental, lo cual restringe la posibilidad de generalizar los resultados. Aun así, ofrece una base sólida para futuras investigaciones comparativas y aplicadas que permitan evaluar empíricamente la relación entre turismo, desarrollo económico y bienestar social.

REFERENCIAS

Acosta Pérez, I., Marrero Delgado, F., Espinosa Martínez, J. U., Espinosa Acosta, J. Á., & Rivero Rodriguez, L. D. (2024). Procedimiento para la planeación estratégica con

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

enfoque de economía circular. *Ingeniería Industrial, 45*(2), 203-218. https://n9.cl/0bhznp

Alcívar, I. (2018). *Realidades del turismo local. Compilación de opiniones turísticas.* Ediciones Uleam. https://n9.cl/oeskrn

Altimira Vega, R., & Muñoz Vivas, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XL*, 677-710. https://n9.cl/hq10

Álvarez Cortez, L. E., Cruz Pérez, Y., Del Corral Villaroel, V. H., & Cevallos Punguil, T. C. (2024). Factores críticos, buenas prácticas y lecciones aprendidas del turismo comunitario. *Cooperativismo y Desarrollo, 12*(3), 1-23. https://n9.cl/kzugfk

Arroyave, E. M., Martínez, A. L., & Laiseca, A. M. (2024). Privilegios del sector privado y el discurso desarrollista del turismo. Análisis del contexto internacional y colombiano. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 22*(2), 323-337. https://n9.cl/j8ld20

Brida, J. G., Pereyra, J. S., Devesa, M. J., & Aguirre, S. Z. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos de Turismo,* (22), 35-46. https://n9.cl/jeq24d

Brito Ramírez, L., & Ramírez Ferreiro, G. Y. (2024). Impacto de la dinámica demográfica en el turismo actual. *Revista Novedades en Población, 20*(39), 184-202. https://n9.cl/3yo5e

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology an dtourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. The state of Tourism research. *Tourism Management,* (29), 609-623. https://n9.cl/rf0qu

Candias, K., Rojas, M. L., & London, S. (2020). Turismo y crecimiento en América Latina y Caribe: ¿Causa o consecuencia? *Economía Coyuntural*, 87-123. https://n9.cl/kk3xc

Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de Política Exterior Argentina,* (131), 115-118. https://n9.cl/26xg3

Cruz Bracho, C. J., León Sánchez, M. A., Pérez León, V. E., & Fernández López, R. (2021). Reseña de la competitividad turística internacional en el área de Centroamérica y el Caribe. *Cooperativismo y Desarrollo, 9*(1), 258-283. https://n9.cl/7o4ps

Díaz Duarte, A. A., Purón-Cid, G., & Rivera Martínez, M. E. (2025). El papel de las TIC, intraemprendimiento y redes de gestión colaborativa en la innovación y la competitividad empresarial. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 15*(29), 65-85. https://n9.cl/tbi3e1

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Ferreres Bonfill, J. B. (2023). Introducción. En J. J. Ferrer Maestro, & J. B. Ferreres Bonfill (Eds). *La visión integradora del turismo desde la geografía.* (págs. 13-17). Universitat Jaume I, Servei de Comunicació i Publicacions. https://n9.cl/r9rw7y

Figuerola, M. (1985). *Teoría económica del turismo.* Alianza. https://n9.cl/yrhkl

Gomes, C. L., Pereira, J. K., & Oliveira, A. P. (2025). a experiência de turistas em destinos inteligentes na espanha: análise referenciada nos eixos do modelo desenvolvido pela SEGITTUR. *Turismo: Visão e Ação, 27*, 1-17. https://n9.cl/863g5e

Gómez, M., & Cándano, L. (2024). Economic growth, tourism, and economic policy uncertainty in the main tourist destinations (1998-2018). *EconoQuantum, 21*(1), 71-86. https://n9.cl/w033j

Guerrero Rodríguez, R., & Díaz Pacheco, Á. (2024). Una agenda de investigación actualizada sobre la relación entre la IA y el turismo. *Dimensiones Turísticas, 8*, 121-138. https://n9.cl/6ive00

Korstanje, M. E. (2020). El turismo en un mundo incierto: desafíos para el siglo XXI en un contexto post Covid 19. *ABET, Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, 10*, 1-11. https://n9.cl/154wl

Leiva-Enrique, M. G., Alderete-Garcete, E. E., & Balbuena-Portillo, M. C. (2024). Influencia del turismo para el desarrollo local en Carmelo Peralta. *Reportes científicos de la FACEN, 15*(1), 246-253. https://n9.cl/wnqsuj

Maracajá, K. F., & Monticelli, J. M. (2024). Análise da cooperação entre empreendimentos turísticos no engenho triunfo: uma abordagem utilizando o método AHP. *Turismo: Visão e Ação, 26*, 1-17. https://n9.cl/zaekl

Maráková, V., & Medveďová, M. (2016). Innovation in tourism destinations. *Forum Scientiae Oeconomia, 1*(4), 33-43. https://n9.cl/ff6la

Martínez Jaramillo, H. A., & Moreno-Duarte, J. (2020). Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia.. *Revista EAN,* (spe), 93-114. https://n9.cl/2toil

Martins Filho, J. (2020). Espaço, economia e turismo. *Geosaberes: Revista de Estudos Geoeducacionais, 11*(1), 572-592. https://n9.cl/97zdq

Millán Delgado, O. (2024). Redes sociales y la influencia en la decisión del destino turístico. *Cuadernos.info,* (57), 315-337. https://n9.cl/ktt5c

Naranjo Llupart, M. R., & Martínez Rodríguez, M. d. (2022). La oferta turística: Precisiones teóricas para su anaálisis. *ENCUENTROS, Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico,* (16), 406-422. https://n9.cl/tduzh

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Noa Guerra, D., Gascón González, D., & Ortega Ruiz, A. (2024). Contrapunteo entre turismo rural, desarrollo local y territorio en Cuba. *Multidisciplinary business review, 17*(2), 1-16. https://n9.cl/jo4kj

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2005). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3.ª ed.). Grupo Tragsa. https://doi.org/10.1787/9789264065659-es

Olta, B., Garrido Cumbrera, M., & García Marín, R. (2023). Aproximación al turismo de salud desde la geografía. Definición y campo de estudio. *Cuadernos de Turismo,* (51), 211-226. https://n9.cl/pm1wp

Pacheco Jiménez, M. N. (2023). Retos jurídicos de las nuevas tendencias en turismo digital. *Revista internacional de Derecho y Economía del Turismo, 5*(1), 1-46. https://n9.cl/x908m

Pantoja, M. A., López, M., & Marulanda, C. E. (2024). Innovación, tecnologías y barreras en el sector turístico en el al norte de Caldas, Colombia. *Ingeniería y Competitividad, 26*(2). https://n9.cl/8vi5t

Picazo-Córdoba, H., Ballesteros Pelegrín, G. A., & Belmonte-Serrato, F. (2022). La motivación y los impactos ambientales del turismo rural y de naturaleza en espacios naturales de la Región de Murcia (España), en función de la percepción y opinión de los distintos grupos de interés. *Estudios socioterritoriales, 31*, 1-19. https://n9.cl/l2451

Ramón Rodríguez, A., & Such Devesa, M. J. (2022). *La economía del Turismo.* Editorial Universidad de Alcalá. https://n9.cl/uvm7eh

Ricardo Leal, I., Velázquez Zaldivar, R., & Triana Cordoví, J. (2023). Actividad turística, su contribución al desarrollo local. Análisis de productividad científica en bases de datos. *Revista Universidad y Sociedad, 15*(6), 169-178. https://n9.cl/s2bl6

Riera Vela, P. A., Rojas Mendiburu, A. F., Aguilar López, W. P., & Piguave Bustamante, E. (2024). Sistemas de información y su aplicación en el turismo comunitario para el desarrollo socioeconómico de las comunidades costeras. *RISTI, Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 261-277. https://n9.cl/5z4vf

Rodriguez Marin, M. (2024). Predicción del ingreso de divisas por turismo internacional en México. *Investigación administrativa, 53*(133), 1-16. https://n9.cl/i3iskb

Rus, G. d., & León, C. (1997). Economía del turismo. Un panorama. *Revista de Economía Aplicada, 5*(15), 71-109. https://n9.cl/k16l8

Sánchez Castillo, V., Clavijo Gallego, T. A., & Eslava Zapata, R. (2024). Nuevas tendencias del turismo sostenible en la construcción de la nueva normalidad. *Revista San Gregorio, 1*(58), 17-30. https://n9.cl/0r5oc

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Sánchez de Pablo, J., & Jiménez, P. (2007). La cooperación empresarial como estrategia de crecimiento: motivos de su formación, ventajas e inconvenientes. *XVI Congreso Internacional de AEDEM*, 2-30, Cracovia, Polonia. https://n9.cl/3mv8o

Santana Turégano, M. Á. (2007). Turismo, economía y planificación urbana: una relación compleja. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 5*(1), 53-67. https://n9.cl/jwis2n

Serrano Amado, A. M., Montoya-Restrepo, L. A., & Amado-Cely, N. P. (2021). La competitividad turística. Una aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia. *Tendencias, XXII*(1), 226-253. https://n9.cl/uvchdh

Velázquez Castro, J. A., Cruz Coria, E., & Vargas Martínez, E. E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *RCS, Revista de Ciencias Sociales, XXIV*(3), 9-20. https://n9.cl/c06yo

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)