



VOLUMEN 24 | NÚMERO 2 | ABRIL-JUNIO 2026 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

www.pasosonline.org

COMITÉ EDITORIAL

Director-Editor: Agustín Santana Talavera

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: asantana@ull.es

Co-Editor: Eduardo Cândido Cordeiro Gonçalves

Universidade da Maia (Maia, Portugal)
E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Co-Editor: Francisco Calero García

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: fcalero@ull.edu.es

Co-Editora: Olga González Morales

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidad de La Laguna (España)
E-mail: olgonzal@ull.es

Secretario Editorial: António José Pinheiro

Universidade da Maia (Maia, Portugal)
E-mail: ajpinheiro@umaia.pt

Secretaría Ejecutiva: Lilia Alonso Gutiérrez

E-mail: secretariapasos@ull.edu.es

EDITORES TEMÁTICOS

Pablo Alonso González Instituto de Ciencias del Patrimonio, CSIC, España

María José Andrade Suárez Universidade da Coruña, España

Susana de Araujo Gastal Universidade de Caxias do Sul, Brasil

Álvaro Banducci Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Margarita Barretto Univ. Regional de Blumenau, Brasil

Edgar Bernardo Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

María Auxiliadora Briceño Barrios Universidad de Los Andes, Venezuela

José Cadima Ribeiro Universidade do Minho, Portugal

Rosa María Chávez Dagostino Universidad de Guadalajara, México

Angélica Beatriz Contreras Cueva Universidad de Guadalajara, México

Marysela Coromoto Morillo Moreno Universidad de Los Andes, Venezuela

Raquel de la Cruz Modino Universidad de La Laguna, España

Pablo Díaz Rodríguez Universidad de La Laguna, España

Carlos Fernandes Instituto Politécnico do Viana do Castelo, Portugal

Filipa Fernandes Universidad de Lisboa, Portugal

Heredina Fernández Betancort Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

José Antonio Fraiz Universidad de Vigo, España

Núria Galí Universitat de Girona, España

Jordi Gascón Universitat de Lleida, España

Carlos Gauna Ruiz de León Universidad de Guadalajara, México

Desiderio Gutiérrez Taño Universidad de La Laguna, España

Margaret Hart Robertson Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

Javier Hernández Ramírez Universidad de Sevilla, España

Gustavo Marín Guardado Centro de Invest. y Est. Sup. en Antropología Social (CIESAS), México

Rogelio Martínez Cárdenas Universidad de Guadalajara, México

Pedro Moncada Jiménez Universidad del Caribe, México

Sergio Moreno Gil Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

Antonio Miguel Nogués Pedregal Universitat Miguel Hernández, España

Maribel Osorio García Universidad Autónoma del Estado de México, México

Eva Parga Dans Instituto de Productos Naturales, CSIC, España

José Jaime Pascual Fernández Universidad de La Laguna, España

Cristiana Daniela Pereira Teixeira de Oliveira Universidad Europea de Canarias, España

Xerardo Pereiro Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

Elena María Pérez González Universidad Europea de Canarias, España

Roque Pinto Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Rafael Robina Ramirez Universidad de Extremadura, España

Alberto Jonay Rodríguez Darias Universidad de La Laguna, España

Emilio Manuel Romero Macías Universidad de Huelva, España

María Velasco González Universidad Complutense de Madrid, España

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Juan Agudo Torrico Univ. de Sevilla, USA

María D. Álvarez Bogazici University, Turquía

Dallen J. Timothy Brigham Young Univ., USA

Margarita Barretto Univ. Regional de Blumenau, Brasil

Tom Baum Univ. of Strathclyde, Escocia

Raoul Bianchi Univ. of East London, Reino Unido

Juan Gabriel Brida Univ. de Bolzano, Italia

Dimitros Buhalis Univ. of Bournemouth, Reino Unido

Richard W. Butler Univ. of Strathclyde, Escocia

Ratana Chuenpagdee Memorial Univ. of Newfoundland, Canadá

Artur Cristovao Univ. de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

Ricardo Díaz Armas Univ. de La Laguna, España

Any Diekmann Univ. Libre de Bruxelles, Bélgica

Cayetano Espejo Marín Univ. de Murcia, España

Christou Evangelos Aegen Univ., Grecia

Julia Fraga CINVESTAV, México

Susana Gastal Brasil

Julio Grande Sepinum, España

Davis Gruber Sansolo São Paulo University State, Brasil

Rosana Guevara Ramos Univ. Autónoma Metropolitana, México

Daniel Hiernaux Nicolás Univ. Autónoma Metropolitana, México

Raquel Huete Univ. de Alicante, España

Jafar Jafari Univ. of Wisconsin at Stout, Menomonie, USA

Svein Jentoft Univ. of Tromsø, Noruega

Elisabeth Kastenholz Univ. de Avero, Portugal

Cebaldo de León Smith Univ. de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

Álvaro López Gallero Univ. de la República, Uruguay

Gemma McGrath Univ. of the Arts London, Reino Unido

Vicente Monfort Mir Univ. de Valencia, España

Nora Leticia Bringas-Rábago El Colegio de la Frontera Norte, México

Juan Ramón Oreja Rodríguez Univ. de La Laguna, España

Arurora Pedro Bueno Univ. de Valencia, España

Noemi Rabassa URV España, España

Michael Riley Univ. of Surrey, Reino Unido

Marcelino Sánchez Univ. de Castilla La Mancha, España

Julia Sanmartín Sáez Univ. de Valencia, España

Beatriz Santamarina Univ. de Valencia, España

Regina Schlüter CIET, Argentina

Julie Scott London Metropolitan Univ., Reino Unido

Marianna Sigalas Aegen Univ., Grecia

Alessandro Simonicca Univ. La Sapienza di Roma, Italia

Elizabeth Tamanini Uniplac/SC, Brasil

Edición digital: Varadero Informática

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web

<http://www.pasonline.org> E-mail: infopasos@ull.edu.es

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage
(An external peer review and open access journal)



Bases de datos / Databases:

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas. Incluida en Web of Science (WOS) en Emerging Sources Citation Index (ESCI); Incluida en **JCR** – Journal Citation Reports /Clarivate Analytics (JCR year 2022; JCI Rank 125/136. JCI Percentil 8.46); Elsevier **SCOPUS** (2023) *CiteScore 0.8 SJR 0.172 SNIP 0.432 Percentil 69 Q2*.



Edita / Publisher:

Instituto de Investigación Social y Turismo
Universidade de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico
Universidade da Maia (Maia, Portugal)

Periodicidad / Publication:

Trimestral / Four times annualy

Número de ejemplares / Copies: 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Abril-Junio 2026. Volumen 24 – Número 2
April-June 2026. Volume 24 – Number 2

Correo electrónico / E-mail:
secretariapasos@ull.edu.es

Postal Address:
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife)
España

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida en Web of Science (WOS)

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinar solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; JUNIO; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasosonline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el texto y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Formato APA (en español están en <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>)

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann 2001. "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L. 1998. "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.

Urry, J. 1990. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasosonline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista trimestral gratuita de distribución en web

<https://ojs.pasosonline.org> E-mail: secretariapasos@ull.edu.es

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract;
Incluida na Web of Science (WOS)

PASOS. Revista de Turismo e Património Cultural é uma publicação web especializada na análise académica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no património integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Junho; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt) **Idioma:** Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês). **Margens:** Três centímetros em todos os lados da página. **Grafia:** Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou Arial, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Time New Roman ou Arial) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução

para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referencias bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referencia mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann 2001. "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: *Tourism issues of the 21st century* (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L. 1998. "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1), 2002-227.

Urry, J. 1990. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requiere-se o compromisso. tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicado ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Património Cultural (www.pasonline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS. Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Gabriel Donadio Costa Rogério João Lunkes Fabricia Silva da Rosa	A importância dos sistemas cognitivos no processo de tomada de decisão dos viajantes: Aplicação da dual-process theory no processamento das avaliações online dos hotéis	305
Ivan Rodrigo Rizzo Dias George Bedinelli Rossi Julio Carneiro da Cunha	O impacto das motivações push e pull na confiança do consumidor em aplicativos de viagem	321
Manuel Velasco-Carretero Antonio Guevara-Plaza Carlos Rossi-Jiménez	¿Avanza la transformación digital del enoturismo español? Barreras y retos	337
Abdullah Radwan Arabeyyat Reeman Aldweik	A decision analysis of Jordan's heritage tourism strategies in light of global development trends	359
Alexander Zuñiga Collazos Juan Miguel Velasquez Orozco Jose Fabian Rios Obando	Competencias digitales, segunda lengua y empleabilidad: un análisis en las empresas del sector turístico	375
Myriam Elizabeth Torres Pacheco Laura Valentina López Mayorga Brayan A Parra-Orobio Cristian Mejia-Parada Jesus Alvarez Carolina Saavedra-Pasaje Jonathan Soto-Paz	Circular Economy in tourism: Challenges and opportunities for a sustainable future	391
Humberto Lozano Vargas Eddy Johanna Fajardo Ortiz Héctor Luis Romero Valbuena	Evolución y competitividad de las variables empresariales del turismo sostenible en Colombia	413
Helen Catalina Rabanal-León Denis Guizela Chávez-Bejarano Pablo Valentino Aguilar-Chávez Julissa Cruz-Rosas María Elizabeth Mora-Mau	Determinantes sociodemográficos del turismo sostenible en Perú: un estudio comparativo regional	427
Virginia Guadalupe López Torres Aurora Irma Máynez Guaderrama Luis Ramón Moreno Moreno	Impacto, calidad de vida y apoyo al desarrollo del turismo: un análisis en Ensenada, Baja California	445
Iker Jimeno Antonio Aledo Guadalupe Ortiz José Javier Mañas-Navarro	Diagnóstico participativo de problemas asociados al turismo residencial: Mapas Causales Colaborativos, una herramienta para la gobernanza	463
Marco Omar Vizuete Montero Maritza Chaglla-Cango Rita Lara-Vásconez Hilter Figueroa Saavedra	Turismo comunitario y agricultura agroecológica en la Amazonía ecuatoriana: Un análisis de cointegración	485

Yesika Alejandra Ayala Suarez Yesid Vicente Aranda Camacho	Dinámicas relacionales del turismo en espacios rurales en Villa de Leyva, Boyacá, Colombia	499
Bilver Adrian Astorquiza-Bustos Diana Molina-Argote Ofelia Palencia-Fajardo	Turismo religioso y patrimonial como estrategia de desarrollo local: un análisis socioeconómico de su incidencia en el municipio de San Agustín (Colombia)	517
Alexis Fernando Oliveroz Osorio Rebeca Rebollo Osorio Abraham García Mejía	Aproximaciones desde la antropología del turismo al patrimonio biocultural de Tlayacapan, México	535
Driselda Sánchez-Aguirre Luis Alfonso Escudero-Gómez	Social Sustainability and Touristification: The Case of Querétaro's Historical City Centre	551
Andressa Mayra Sousa Costa David Leonardo Bouças da Silva Wilmara Aparecida Silva Figueiredo Argemiro Cesar do Vale Verde de Lima e Silva Davi Alysson da Cruz Andrade	Gentrificación en zonas turísticas: ¿cómo avanza la revitalización del Centro Histórico de São Luís/ Maranhão, Brasil?	569
Flavia Lopes Sales do Nascimento Cláudio Paixão Anastácio de Paula	Influenciadores digitais, blogs de viagem e imaginário turístico de Portugal	585

Reseña de Publicaciones

Xerardo Pereiro	<i>Costa del sol. Retrato de unos colonizados.</i>	599
Ignacio Barrera Martínez	<i>Turismo y sostenibilidad urbana en la ciudad de Sevilla. Balances, actores y prácticas.</i>	603
Xerardo Pereiro	<i>Estuve aquí y me acorde de nosotros. Una historia sobre turismo, trabajo y clase.</i>	607

A importância dos sistemas cognitivos no processo de tomada de decisão dos viajantes: Aplicação da dual-process theory no processamento das avaliações online dos hotéis

Gabriel Donadio Costa*

Universidade Aberta do SUS (Brasil)

Rogério João Lunkes** Fabricia Silva da Rosa***

Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)

Resumo: Baseados na Dual-Process Theory (DPT), este artigo investigou a importância do processamento dos atributos das avaliações online pelos sistemas cognitivos, no processo de tomada de decisão dos viajantes. Foram utilizadas redes neurais transformers para análise textual multidimensional de 89.290 avaliações online (AO). A pesquisa quantitativa testou as hipóteses por três algoritmos de aprendizado de máquina: decision trees, random forest e XGBoost, por meio da técnica de feature importance. Os resultados indicaram que os sistemas 1 (processamento heurístico, rápido e intuitivo) e 2 (processamento sistemático, lento, racional) operam de forma simultânea e complementar no processo de decisão e apresentam um efeito aditivo. Além disso, o sistema 2 apresenta maior importância no processo de decisão dos viajantes, indicando que os consumidores examinam cuidadosamente o conteúdo das AO antes de realizarem uma reserva de hotel. A pesquisa enriquece o entendimento sobre a aplicação a DPT no processo decisório online e amplia o seu escopo ao propor a análise multidimensional do conteúdo das plataformas digitais. O estudo também contribui para a gestão hoteleira, uma vez que identifica a importância de cada uma das dimensões das AO.

Palavras-Chave: Avaliações online; Dual-Process theory; Sistemas cognitivos; Hotéis; Machine learning.

The importance of cognitive systems in travellers' decision-making processes: Application of dual-process theory in the processing of online hotel reviews

Abstract: Based on the Dual-Process Theory (DPT), this article investigated the importance of processing the attributes of online reviews by cognitive systems in the decision-making process of travellers. Transformer neural networks were used for multidimensional textual analysis of 89,290 online reviews (OR). The quantitative research tested the hypotheses using three machine learning algorithms: decision trees, random forest, and XGBoost, through the feature importance technique. The results indicated that systems 1 (heuristic, fast, and intuitive processing) and 2 (systematic, slow, rational processing) operate simultaneously and complementarily in the decision-making process and exhibit an additive effect. Furthermore, system 2 plays a significant role in travellers' decision-making, indicating that consumers carefully examine the content of ORs before booking a hotel. The research enriches the understanding of the application of DPT in online decision-making processes and expands its scope by proposing the multidimensional analysis of digital platform content. The study also contributes to hotel management by identifying the importance of each dimension of ORs.

Keywords: Online reviews; Dual-Process theory; Cognitive systems; Hotels; Machine learning.

* <https://orcid.org/0000-0002-3733-7964>; E-mail: donadiogabriel@gmail.com

** <https://orcid.org/0000-0003-4232-5746>; E-mail: rogeriolunkes@hotmail.com

*** <https://orcid.org/0000-0003-4212-1065>; E-mail: fabriciasrosa@hotmail.com

Cite: Costa, G. D.; Lunkes, R. J. & Rosa, F. S (2026). A importância dos sistemas cognitivos no processo de tomada de decisão dos viajantes: Aplicação da dual-process theory no processamento das avaliações online dos hotéis. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 305-320. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.021>.

1. Introdução

Tecnologias baseadas na internet, como as plataformas digitais, revolucionaram a maneira como empresas e consumidores fazem negócios, uma vez que proporcionam a troca de experiências e a difusão instantânea das avaliações online (AO) (van Noort & Willemsen, 2012; Chatterjee et al., 2021). As AO compreendem todo o conteúdo positivo, neutro ou negativo, gerado por um antigo, atual ou potencial cliente, a respeito da qualidade, preço, disponibilidade de um produto, serviço ou empresa, que é disponibilizada para uma infinidade de pessoas por meio da internet (Henning-Thurau et al., 2004; Filieri, 2015; Yan & Wang, 2018; Wang et al., 2022). Estas avaliações são fontes de informação indispensáveis para o processo de tomada de decisão dos consumidores de *e-commerces* e plataformas digitais (Bortoluzzi et al., 2020; Wang et al., 2022; Nicolau et al., 2024), uma vez que refletem a (in) satisfação dos clientes e influenciam as percepções dos pares (Jeesha & Purani, 2020; Steur et al., 2022; Lunke et al., 2025).

No contexto hoteleiro, vários aspectos das AO influenciam a tomada de decisão dos viajantes, sendo o fator chave que contribuí para a performance financeira e não-financeira dos hotéis (Nicolau et al., 2024). As plataformas digitais (como TripAdvisor ou Booking) por fomentarem e viabilizarem as AO, tornaram-se a principal fonte de informação no setor de turismo e hotelaria e transformaram-se em um ambiente de prospecção, retenção e fidelização de clientes (Park et al., 2020; Roy, 2023). Segundo dados da plataforma de gerenciamento do conteúdo online BrightLocal, 97% dos consumidores consultam avaliações online, pelo menos regularmente, antes de realizarem uma compra, 77% utilizam pelo menos 2 plataformas digitais para suas pesquisas, e 50% confiam tanto nos *reviews* quanto em recomendações de amigos e familiares (Paget, 2024). Estas plataformas disponibilizam aos usuários uma ampla gama de informações, que vão desde elementos que requerem pouco esforço cognitivo para compreensão como, avaliações gerais, preços, nota, até informações mais detalhadas que requerem análise, interpretação e raciocínio, como os *reviews*.

Segundo Rosillo-Díaz et al. (2024) à medida que as transações migram para ambientes digitais, a Teoria da Sinalização tem sido amplamente aplicada para explicar como os consumidores avaliam a qualidade de produtos e serviços com base em pistas disponíveis em plataformas online, pode haver sobrecarga informacional e múltiplas fontes de conteúdo, exige que os indivíduos adotem estratégias cognitivas mais eficientes para processar tais sinais. É nesse ponto que a Dual-Process Theory se insere como uma evolução teórica natural, ao explicar não apenas a presença dos sinais, mas como eles são cognitivamente processados.

A Dual-Process Theory possui bases da psicologia cognitiva e afirma que a cognição humana possui dois tipos distintos de pensamento: sistemas 1 e 2 (Wason & Evans, 1974; Kahneman & Fredrich, 2002). Neste sentido, os dados das AO são processados no cérebro por sistemas cognitivos diferentes, servindo como base para representar as dinâmicas internas do processo de tomada de decisão comportamentais (Grayot, 2019; Grayot, 2020). Enquanto o processamento heurístico (sistema 1) analisa as informações de forma rápida e intuitiva, o processamento sistemático (sistema 2) é responsável pela análise racional, profunda e elaborada (Kahneman & Fredrich, 2002; Lawrie et al., 2024).

A DPT avança em relação à Teoria da Sinalização ao capturar a complexidade dos mecanismos psicológicos envolvidos na interpretação dos sinais em ambientes digitais, oferecendo uma lente mais sofisticada para entender a influência das avaliações online na tomada de decisão dos consumidores (Rosillo-Díaz et al., 2024). É amplamente aplicada em contextos organizacionais. Por exemplo, o estudo de Mandolfo et al. (2022) utilizou a DPT para investigar como as promoções precedem compras por impulso; já Mohaghegh & Größler (2020) estudaram os diferentes sistemas na resolução de problemas operacionais; e Chang et al. (2016) combinaram a DPT com a teoria da redução de incertezas para verificar como as avaliações online (AO) afetam a redução da incerteza e as percepções de valor. Pesquisas na última década vêm adotando a DPT também para analisar o impacto das avaliações dos usuários no ambiente online. Huang et al. (2025) investigaram a atratividade dos influenciadores humanos digitais, seus papéis no marketing de destinos turísticos e sua influência na decisão de viajantes. Herjanto et al. (2025) examinaram a intenção comportamental dos viajantes de seguir as recomendações de seguro de viagem do ChatGPT. Wang et al. (2022) buscaram explicar como os viajantes processam AOs fraudulentas nas plataformas de comércio eletrônico por meio dos sistemas 1 e 2. Nicolau et al. (2024) testaram o impacto do rating e do volume de reviews (sistema 1) e do sentimento dos reviews em três momentos (-1, -7 e -14 dias) (sistema 2) na taxa de ocupação, no preço médio dos quartos e na receita por quarto disponível de hotéis econômicos. No entanto, diversos estudos utilizaram a DPT para investigar a influência do processamento heurístico e sistemático na utilidade das AOs, como é o caso

de Kwon et al. (2021) e Meek et al. (2021), que combinaram a DPT com a teoria da influência social em restaurantes; Shin et al. (2022), em hotéis; e Filieri et al. (2018), que analisou avaliações duplas (que contêm características positivas e negativas) de hotéis e restaurantes. Devido ao impacto das AO no processo de tomada de decisão dos clientes e, conseqüentemente, na performance das empresas, gestores estão constantemente preocupados com a importância deste conteúdo no processo de decisão dos usuários das plataformas digitais e com a motivação dos clientes em postarem AO (Yan & Wang, 2018; Wang et al., 2022). Portanto, esta investigação busca expandir o conhecimento da DPT no setor hoteleiro ao verificar a importância do processamento dos atributos das avaliações online pelos sistemas cognitivos, no processo de tomada de decisão dos viajantes. Esta pesquisa se desdobra sob uma questão principal: Qual a importância do processamento dos atributos das AO pelos sistemas 1 e 2, no processo de tomada de decisão dos viajantes?

Para responder esta questão, o estudo verificou a importância do processamento heurístico (sistema 1) e sistemático (sistema 2) de dez atributos das avaliações online, no processo de tomada de decisão dos viajantes. Foram coletados dados de 139 hotéis brasileiros com a utilização de um questionário e *web scraping* na plataforma TripAdvisor. Uma análise textual multidimensional de 89.290 *reviews* foi necessário para captar atributos textuais. Por fim, para análise de importância dos respectivos atributos dos sistemas 1 (rating, preço, volume avaliações, ranking geral e atributos do hotel) e 2 (sentimento, legibilidade e apelo do review, dispersão do rating e localização), foi utilizado os algoritmos de aprendizado de máquina (AM) *decision trees*, *random forest* e XGBoost, por meio da técnica de *feature importance*.

A Dual-Process Theory prevê a base teórica para descrever a influência do conteúdo gerado pelos usuários nas vendas dos hotéis (Nicolau et al., 2024), portanto ao estender a aplicação desta Teoria para uma ampla gama de atributos das AO, este estudo não apenas enriquece o entendimento atual sobre a DPT, mas também amplia o escopo da Teoria, abrindo novas e promissoras direções para investigações futuras. Ao integrar técnicas avançadas da área de ciência de dados e contabilidade como, processamento de linguagem natural, redes neurais e algoritmos de aprendizado de máquina, ao contexto de gestão de plataformas digitais, esta pesquisa contribui para uma abordagem interdisciplinar e inovadora na análise e compreensão dos fenômenos relacionados à tomada de decisão do consumidor e ao desempenho organizacional.

Além das contribuições teóricas, o presente estudo auxilia os gestores dos hotéis na compreensão da importância dos atributos das AO no processo de tomada de decisão dos usuários das plataformas digitais. Desta forma, possibilita aos gestores hoteleiros o desenvolvimento de estratégias para fomentar e gerenciar o conteúdo postado pelos usuários, o que pode aumentar a atratividade e receita operacional do hotel. As plataformas digitais, sites e rede sociais também podem utilizar este trabalho para compreender a importância das informações disponíveis na página e, conseqüentemente, fomentar e viabilizar este conteúdo.

2. Revisão da Literatura

2.1. Dual-Process Theory

A Dual-Process Theory é uma teoria da psicologia cognitiva que busca explicar a influência de fatores sociais e informativos nos processos psicológicos dos indivíduos e sugere que diferentes aspectos da cognição humana como, raciocínio, julgamento e tomada de decisão. Esta Teoria pode ser caracterizada em dois tipos de processamento mental, o sistema 1 (também conhecido como processamento heurístico ou tipo 1) e o sistema 2 (processamento sistemático ou tipo 2) (Kahneman & Fredrich, 2002; Filieri, 2015; Wang et al., 2022; Lawrie et al., 2024; Nicolau et al., 2024).

O sistema 1 (S1) assume que as pessoas tendem a formarem raciocínio, julgamentos e decisões de forma rápida, reativa, automática, intuitiva, associativa e inconsciente (ou pré-consciente), considerando o princípio do menor esforço, que indica que pessoas confiam em atalhos, regras de decisão curtas, tendendo a exercer pouco esforço cognitivo (Grayot, 2020; Wang et al., 2021), portanto, aquele raciocínio ligado a emoção (Shin et al., 2022) e afetividade (Huang, et al., 2025). Em contraste, o sistema 2 (S2) é responsável pelo pensamento elaborado, controlado, reflexivo, consciente, raciocínio intensivo e crítico, portanto é relativamente lento e emprega mais esforços mentais, estando associados a tarefas cognitivas como o raciocínio dedutivo ou pensamento hipotético (Grayot, 2020; Wang et al., 2021; Wang et al., 2022). Portanto, aquele comportamento ativado por avaliações baseadas em fatos, que exigem análise lógica, como por exemplo, avaliação sobre preço (Shin et al., 2022), e qualidade do destino (Huang, et al., 2025).

A Teoria apresenta três modelos Dual-Process, a depender da ordem de processamento dos sistemas 1 e 2. O modelo padrão-intervencionista dispõe que o processo de tomada de decisão funciona sequencialmente, portanto, o processamento do sistema 1 ocorre de forma automática, intuitiva e autônoma e que, posteriormente é moderado pelo sistema 2. Neste modelo, o sistema 2 trabalha constantemente, monitorando, avaliando e justificando as respostas intuitivas e intervindo, quando necessário (Grayot, 2020; Lawrie et al., 2024). O modelo paralelo-competitivo opera processando os dois sistemas simultaneamente, gerando respostas concorrentes, que devem competir pelo controle do comportamento. As respostas deste modelo dependem da complexidade do problema, por exemplo em problemas menos complexos, o julgamento lógico pode substituir o complexo (Grayot, 2020; Lawrie et al., 2024). Por fim, o modelo híbrido propõe que o processamento pelo sistema 1 pode gerar duas respostas intuitivas, a lógica (baseado em probabilidades e lógica básica) e a heurística (fundamentada em associações), que posteriormente será moderada pelo sistema 2 (Lawrie et al., 2024).

A DPT tem desempenhado um papel proeminente nas ciências cognitivas, tendo aplicações em diversas áreas, como na psicologia cognitiva até a economia comportamental e neuroeconomia, servindo como base para representar as dinâmicas internas do processo de tomada de decisão comportamentais (Grayot, 2019; Grayot, 2020). O que inclui pesquisas relacionadas ao julgamento e tomada de decisão sob risco e incertezas sob a ótica heurística e de vieses e pesquisas relacionadas à modelos de escolha interpessoal e intertemporal, relacionados ao controle de impulsos (Tversky & Kahneman, 1973; Kahneman et al., 1982; Kahneman & Fredrick, 2005). Apesar da grande aplicação da Teoria para explicar o processamento da informação no contexto organizacional, poucos estudos aplicaram a DPT no setor hoteleiro e em plataformas digitais. No contexto das AO, além de descrever como as pessoas tomam decisões no mundo virtual, esta teoria auxilia na compreensão do efeito do conteúdo gerado pelos usuários na taxa de ocupação, receita por quarto e preço médio da diária (Nicolau et al., 2024).

Wang et al. (2022) utilizaram a Teoria para explicar como os usuários processam AO fraudulentas nas plataformas de comércio eletrônico. Portanto, conduziram um estudo empírico sobre o efeito moderador da percepção de credibilidade dos consumidores em relação às AO. Os resultados demonstraram que a credibilidade dos clientes que realizaram a avaliação afeta diferentemente o processamento de informação dos usuários das plataformas digitais, refletindo na receita do hotel. Enquanto o sentimento dos *reviews* de usuários que possuem credibilidade na plataforma digital, apresenta uma relação positiva com as vendas, para usuários que não apresentam credibilidade, o sentimento possui um impacto inicial positivo nas vendas até determinado limite. Nestes casos, avaliações extremamente positivas de usuários sem credibilidade, parece causar o efeito oposto, reduzindo as vendas.

Nicolau et al. (2024) testaram o impacto do *rating* e do volume de *reviews* (S1) e do sentimento do *review* em três momentos (-1, -7 e -14 dias) (S2) na taxa de ocupação, preço médio dos quartos e na receita por quarto disponível de hotéis econômicos. Os resultados indicaram que, até certo ponto, o *rating* e o volume das AO são considerados como sinais de reputação e são considerados durante o processo de tomada de decisão. No entanto, os autores verificaram também a complementariedade dos sistemas 1 e 2, tendo em vista que o sentimento diário pode ser visto como uma métrica atualizada, com um alto impacto no processo de tomada de decisão dos clientes. Com três experimentos com 428 participantes, Wang et al. (2021) analisaram o papel das avaliações primárias e suplementares e das avaliações consistentes e inconsistentes, na tomada de decisão dos consumidores do maior site de comércio entre consumidores do mundo (Taobao.com). Os resultados do estudo indicam que as avaliações processadas pelo sistema 1 e 2 se complementam e, que a veracidade dos *reviews* e do *webcare* auxiliam no processamento heurístico, influenciando o processamento sistemático a mitigar os efeitos negativos das AO inconsistentes.

2.2. Sistemas 1 e 2 no Processamento das Avaliações Online

As plataformas digitais fomentam e oportunizam a criação do conteúdo online positivo, neutro ou negativo, gerado por um potencial, atual ou antigo cliente, a respeito de um produto, mais conhecido como avaliação online (Henning-Thurau et al., 2004; Filieri, 2015; Yan & Wang, 2018). Estas avaliações podem apresentar uma ampla gama de informações, desde as mais simples como, por exemplo, *ratings* gerais e específicos, preços, até as mais complexas (como *reviews* e fotos). A Teoria Dual-Process prevê que estas informações são, via de regra, processadas por sistemas diferentes do cérebro (Kahneman & Fredrick, 2002; Lawrie et al., 2024).

De acordo com a DPT, quando os consumidores são confrontados com as avaliações online, eles fazem julgamentos rápidos a respeito de determinadas informações presentes na plataforma por meio

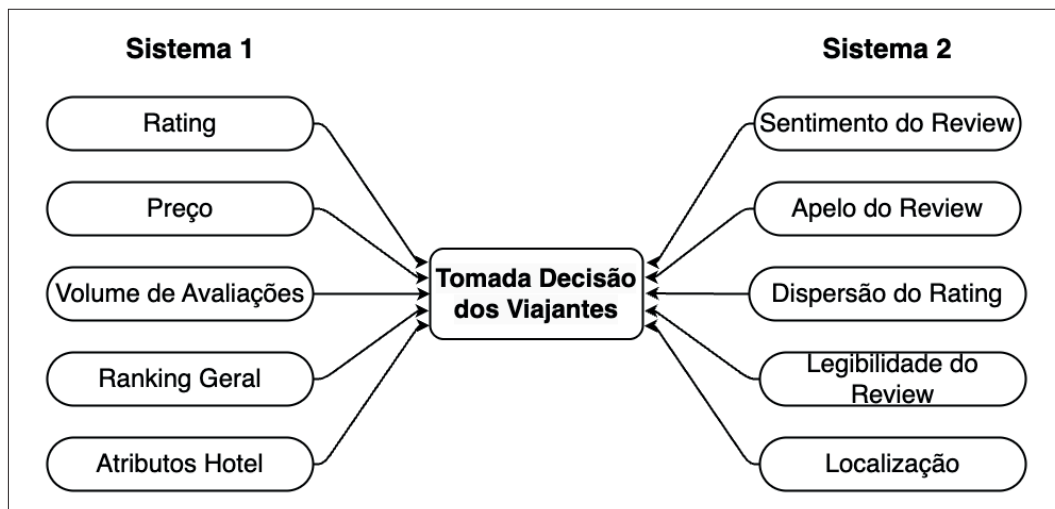
do processamento heurístico (Wang et al., 2022). Estas informações são, em sua maioria quantitativas, afetivas, concretas, específicas e de rápida interpretação (Kahneman & Fredrich, 2002), portanto o *rating*, preço, volume de avaliações, ranking geral e os serviços do estabelecimento, são atributos processados pelo sistema 1. O *rating* é a média das avaliações numéricas dadas pelos usuários, a respeito de um produto ou experiência e, no contexto da hotelaria, captura o nível de satisfação geral dos viajantes (Nicolau et al., 2024). Junto com o *ranking* geral e preço da estadia, são as informações mais destacadas e que aparecem primeiro na plataforma, sendo de fácil e rápida interpretação, portanto processadas pelo sistema 1 (Filiari, 2015). Wang et al. (2022) destacam que o volume de reviews também podem afetar o comportamento de compra do consumidor, tendo em vista que funcionam como um marcador de popularidade da marca, produto ou serviço e, portanto, também apresentam processamento heurístico (S1) (Nicolau et al., 2024).

Após a primeira análise, o pensamento intuitivo pode ser endossado, corrigido ou anulado pelo processamento sistemático, através da análise racional e do pensamento elaborado (Kahneman & Fredrich, 2002; Wang et al., 2022). Nesta fase, os consumidores procuram analisar, deduzir, refletir e julgar as informações complementares presentes nas plataformas. Estas informações tendem a possuir caráter qualitativo e exigir raciocínio (Wang et al., 2022), como o sentimento, apelo e legibilidade dos *reviews*, localização e dispersão do *rating*.

O sentimento dos *reviews* é expresso pelo conteúdo textual opinativo dos consumidores, geralmente medido por ferramentas de *machine learning* como, positivos, neutros ou negativos, e indicam pontos de melhoria, críticas e elogios (Nicolau et al., 2024). O apelo é um estilo/estratégia de comunicação utilizada em diversos contextos como para atrair atenção dos leitores, persuasão e marketing, entre outros. Uma AO pode apresentar um apelo funcional (cognitivo) ou emocional (afetivo), sendo que ambos podem ser usados para influenciar a decisão de compra dos atuais consumidores e prever o comportamento dos futuros clientes (Aureliano-Silva et al., 2021; Jang et al., 2021). Já a legibilidade representa o nível de compreensão que o texto requer para ser entendido, e inclui características como detalhamento (quantidade de palavras) e compreensibilidade (complexidade do texto) (Srivastava & Kalro, 2019). Portanto, as informações presentes nos *reviews* necessitam serem lidas, processadas e interpretadas, demandando um exame racional e ativando o sistema 2 (Filiari, 2015; Nicolau et al., 2024). A dispersão do *rating* também é processada pelo sistema 2, uma vez que pode ser analisada e interpretada pelos consumidores como uma mensagem de incerteza sobre a qualidade do produto ou serviço, afetando negativamente as vendas (Kahneman & Fredrich, 2002; Wang et al., 2022).

Constituindo o modelo teórico do estudo, a Figura 1 apresenta a representação dos sistemas 1 e 2 e, seus respectivos atributos.

Figura 1: Representação dos sistemas 1 e 2 e seus respectivos atributos



2.3. Coocorrência dos Sistemas 1 e 2

O modelo Dual-Process representa um aperfeiçoamento do Modelo Likelihood, ao assumir que o pensamento heurístico e sistemático pode se sobrepor, coexistirem e que o funcionamento de um sistema pode influenciar no outro (Wang et al., 2021). Kahneman & Fredrich (2002) destacam que os sistemas 1 e 2 podem estar ativos simultaneamente, sendo que as operações cognitivas automáticas e as controladas competem pelo controle da resposta.

A coocorrência dos sistemas 1 e 2 pode ser explicada por três efeitos: (i) o efeito aditivo, que indica que ambos sistemas produzem impactos na tomada de decisão dos consumidores; (ii) efeito de atenuação que explica como o processamento sistemático (S2) pode enfraquecer o heurístico (S1), e (iii) o efeito de viés, na qual demonstra como o processamento heurístico pode distorcer o processamento sistemático, afetando os julgamentos individuais e o processo de tomada de decisão (Wang et al., 2021; Wang et al., 2022).

Nicolau et al. (2024) destacam que devido ao caráter experiencial do setor de hospedagens, os clientes tendem a consultar não somente as “dicas” fáceis e rápidas, processadas pelo sistema 1, como *rating*, preço, volume de avaliações, mas também procuram novas informações visando confirmar ou obter uma melhor compreensão sobre a estadia e, portanto, acessam o conteúdo e sentimento dos *reviews*. (Nicolau et al., 2024). Conforme Wang et al. (2022), no processo de decisão de compras online, os consumidores inicialmente verificam informações sumarizadas, rápidas e óbvias (S1), como o *rating* ou volume das AO. Após esta avaliação inicial, os consumidores aprofundam-se no conteúdo gerado pelos usuários, lendo e analisando os *reviews* (S2), para enfim, tomarem a decisão de compra.

Considerando que as informações das plataformas digitais são primeiro analisadas pelo S1 e posteriormente pelo S2 (Wang et al., 2022; Nicolau et al., 2024) e que ambos os sistemas produzem impactos na tomada de decisão. Esta pesquisa propõe que a coocorrência dos sistemas 1 e 2 apresenta efeito aditivo, portanto os atributos dos dois sistemas são importantes para o processo de tomada de decisão dos viajantes. Tendo em vista estas evidências, propõe-se a primeira hipótese do estudo:

H1: A coocorrência dos sistemas 1 e 2 apresenta efeito aditivo no processo de tomada de decisão dos viajantes.

O sistema 1 está relacionado a processos mentais automáticos e reativos, estando associado a operações perceptivas e afetivas (Grayot, 2020). As informações processadas por este sistema são importantes para determinação da satisfação do cliente e reputação do hotel, apresentando influência no processo de tomada de decisão dos hóspedes. Entretanto, apresentam limitações ao não refletirem a natureza urgente do setor hoteleiro e do processo de tomada de decisão (Filiari, 2015; Nicolau et al., 2024).

Por outro lado, por ser de natureza predominantemente qualitativa, as informações que demandam processamento sistemático (S2) apresentam maior detalhamento, credibilidade e são vistas como mais úteis pelos usuários (Filiari, 2015), sendo ideais para o processo de tomada de decisão de serviços experienciais, como hotéis e restaurantes (Liu & Park, 2015).

Ao fazerem julgamentos, os consumidores tendem a utilizarem menos informações sumarizadas, como estatísticas resumidas e medidas agregadas, em prol de informações detalhadas, personalizadas e individualizadas, devido a sua autenticidade e concretude (Filiari, 2015). Filiari (2015) verificou também que os consumidores são influenciados principalmente por atributos informacionais, como a qualidade do *electronic word-of-mouth* (eWoM) (S2), e posteriormente por atributos normativos (S1) como *ratings* e *rankings*.

Kahneman & Fredrich (2002) relatam que o sistema 2 tem o papel de monitorar a qualidade das respostas propostas pelo sistema 1, endossando, corrigindo ou anulando as respostas dadas pelo primeiro sistema. Os sentimentos dos *reviews* (S2) apresentam vantagens, se comparados ao *rating* e ao volume de avaliações (S1), principalmente por diminuir o problema de endogeneidade entre as relações potencialmente causais do eWoM e o desempenho (Nicolau et al., 2024). Consistentes com os estudos prévios, propomos a segunda hipótese do estudo:

H2: Os atributos das avaliações online processados pelo sistema 2 apresentam maior importância no processo de tomada de decisão dos viajantes, se comparados com os atributos processados pelo sistema 1.

3. Metodologia

3.1. Caracterização do Estudo, População e Amostra

Este estudo empírico é de natureza aplicada e adota uma abordagem quantitativa, na qual a população da pesquisa foi formada por 1.616 hotéis e pousadas brasileiras cadastradas na plataforma TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.com.br>). Esta plataforma foi escolhida por ser o maior site de avaliação de viagens do mundo, presente em 43 países e 22 línguas, contendo mais de 1 bilhão de AO a respeito de 8 milhões de estabelecimentos, permitindo a obtenção de uma grande quantidade de dados secundários sobre os hotéis e reviews (TripAdvisor, 2024). Para seleção da amostra foi realizado um contato inicial via telefone para apresentar a pesquisa e solicitar a participação da alta gerência do hotel (por exemplo, Gerente Geral, Gerente de Meio Ambiente, Gerente de Vendas e Marketing). A amostra compreendeu 139 hotéis de todas as regiões brasileiras (taxa de resposta de 8,6%) e 89.290 avaliações online, contendo 5.984.579 palavras, conforme Tabela 1.

Tabela 1: Características do Hotéis e Gestores Respondentes

Nível de Educação		Número de Funcionários		Número de Quartos	
Nível médio	10	Até 20	51	Até 50	65
Graduação	95	21-50	31	51-100	20
Pós-Graduação	34	51-100	33	101-150	21
Idade (anos)		100 +	24	150 +	33
Até 35	41	Propriedade Familiar		Localização (Região do Brasil)	
36-50	78	Sim	110	Norte	7
50 +	20	Não	29	Nordeste	33
Gênero		Afiliação a Rede de Hotéis		Centro-Oeste	26
Feminino	77	Sim	97	Sudeste	33
Masculino	62	Não	42	Sul	40

Fonte: Elaboração própria

Procurou-se estabelecimentos de faixa de preço similares para compor a amostra, visando diminuir o efeito dessas variáveis na receita dos hotéis.

3.2. Coleta dos Dados

A coleta dos dados foi realizada em duas etapas. Primeiramente, foi aplicado um questionário (*survey*) por meio de ligações telefônicas, na qual 139 gestores repassam informações relacionadas ao desempenho não financeiro e financeiro do seu hotel, conforme Apêndice 1. O período de coleta dos questionários foi de março a abril de 2023. A segunda etapa da pesquisa compreendeu a raspagem de dados relacionados ao hotel dos reviews da plataforma TripAdvisor, por meio da técnica de *web scraping*. Os comentários dos usuários do TripAdvisor somaram 205.886 observações, destas foram excluídas as perguntas e dicas, resultando em 89.290 avaliações online. Cada hotel possui na média 642 avaliações (min=10, max=4.095) e as avaliações apresentaram média de 67 palavras (min=7, max=2.654). O período de coleta dos dados foi de dezembro de 2023 a janeiro de 2024.

3.3. Variáveis e sua Mensuração

Para analisar o processo de tomada de decisão dos viajantes foi utilizado a *proxy* de receita líquida relativa, na qual captura o resultado do processo de decisão dos viajantes através da receita líquida relativa. Os gestores dos hotéis foram convidados a avaliar o desempenho do seu hotel/pousada (receita líquida) em relação aos seus concorrentes através de uma escala Likert de 7 pontos (1 = abaixo da média a 7 significativamente acima da média).

As variáveis independentes deste estudo compreenderam dez atributos das avaliações online: o *rating*, preço, volume de avaliações, ranking geral, atributos do hotel, sentimento, apelo e legibilidade dos *reviews*, dispersão dos *ratings* e localização do hotel.

Os atributos textuais como, sentimento, apelo e legibilidade do *review*, foram mensuradas por técnicas de *text mining*, onde o texto bruto passou pelas etapas de pré-processamento, preparação e classificação, utilizando modelos avançados de processamento de linguagem natural (NLP), intitulados redes neurais *transformers*. A análise de sentimento foi realizada com um modelo RoBERTa, pré-treinado com *tweets* em português, possuiu 135 milhões de parâmetros, onde o texto é classificado de acordo com a probabilidade de pertencer as classes positivo, negativo ou neutro. Já o apelo do review foi treinado com um modelo multilíngue de 27 idiomas e 279 milhões de parâmetros, para realizar a tarefa de *zero-shot classification*. Portanto, o objetivo do algoritmo era classificar o texto em avaliações online com apelo emocional ou funcional.

O uso de NLP para analisar AO apresenta diversas vantagens: (i) oferece uma estrutura analítica e eficiente; (ii) é ideal para processamento de grandes volumes de dados, (iii) reduz a potencial intervenção humana e o viés e (iv) melhora significativamente a compreensão e interpretação de padrões complexos presentes no comportamento do consumidor (Zhai et al., 2024). A Tabela 2 apresenta o procedimento de coleta de cada variável, sua forma de mensuração e o suporte teórico.

Tabela 2: Variáveis e sua mensuração

Coleta	Variável	Mensuração	Suporte Teórico
<i>Survey</i>	Receita líquida relativa	Escala Likert de 7 pontos (1 = abaixo da média a 7 significativamente acima da média)	Adaptado de Abdel-Maksoud et al. (2016); Lunkes et al. (2020)
<i>Web scraping</i>	<i>Rating</i>	Média do rating (1 a 5 estrelas)	Filieri (2015); Nicolau et al. (2024)
	Preço	Valor da diária	Nicolau et al. (2024)
	Volume Avaliações	Número total de avaliações	Wang et al. (2022); Nicolau et al. (2024)
	Ranking Geral	Ranking dos Hotéis pelo TripAdvisor	Filieri (2015)
	Atributos do Hotel	Presença de academia, piscina, lavanderia, massagem, recreação, sauna, recepção 24h, restaurante	Kitsios et al. (2021)
	Sentimento do Review	Média dos sentimentos dos reviews, sendo 1 – sentimento positivo, 0 -neutro e -1 – sentimento negativo	Chang (2013); Ghosh (2017); Park et al. (2020)
	Apelo do Review	Média do apelo do review, sendo 1 apelo funcional e 0 apelo emocional	Standing et al. (2016); Parikh et al. (2017); Aureliano-Silva et al. (2021); Jang et al. (2021)
	Dispersão do Rating	Desvio padrão do rating	Wang et al. (2022)
	Legibilidade do Review	Fog index	Ghasemaghaei et al. (2018); Eslami et al. (2018); Liu & Hu (2021)
Localização	Número de atrações e restaurantes em um raio de 1km	Kitsios et al. (2021)	

Fonte: Elaboração própria

3.4. Análise dos Dados

A análise dos dados foi realizada pela técnica de *feature importance* em três algoritmos de aprendizado de máquinas diferentes: *decision trees*, *random forest* e XGBoost, utilizando a linguagem de programação Python e o ambiente de execução Google Colab.

A técnica de *feature importance* é o método mais comum de obter explicações para modelos de classificação e são úteis para descreve quão importante foram as variáveis para a performance do modelo (Saarela & Jauhiainen, 2021). A *feature importance* considera os efeitos de interação entre as variáveis independentes e classificam os fatores influentes com base na sua contribuição para o processo de modelagem (Abedi et al., 2022). Esta técnica demonstra uma medida da contribuição individual da

variável para a tarefa de classificação, independente da relação (linear ou não linear) ou direção (positivo ou negativo) do efeito (Casalicchio et al., 2019).

O algoritmo de AM *decision trees* é um modelo não paramétrico de árvore, que particiona o espaço de entrada em sub-regiões menores, homogêneas e não sobrepostas (Breiman et al., 1984). Este modelo é insensível a *outliers*, consegue trabalhar com dados não normalizados e é utilizado para tarefas de regressão e classificação (Breiman et al., 1984). No entanto, não é um modelo estável, podendo apresentar alterações de acordo com os dados de entrada (Abedi et al., 2022).

Random Forest é um método *ensemble* construído a partir de um grande grupo de árvores de decisão independentes, que utiliza a técnica de amostragem com reposição *bootstrapping* (Breiman, 2001). O RF apresenta uma evolução das *decision trees*, que exige poucos parâmetros para ser ajustado (Abedi et al., 2022).

O *Extreme Gradient Boosting* (XGBoost) é um método complexo que conta com vários parâmetros ajustáveis e é desenhado para performance, velocidade e para evitar *overfitting*. Em vez de utilizar as médias das árvores independentes, o XGBoost cria uma série de árvores de decisão sequenciais utilizando os resíduos (erros de previsão) da árvore anterior, portanto se especializa nas observações de maior incerteza, resultando em maior poder preditivo (Boehmke & Greenwell, 2019; Abedi et al., 2022).

3.5. Treinamento e Hiperparâmetros

Para treinamento e teste do modelo foi utilizado o método *hold-out* com 70% dos dados para treinamento e 30% para teste. Devido ao comportamento desbalanceado das classes, utilizou-se também o parâmetro *stratify*, visando estratificar a amostra de teste e manter a proporção das classes nos conjuntos de treinamento/teste. Os hiperparâmetros testados em cada modelo de AM e os valores ótimos são exibidos na Tabela 3.

Tabela 3: Hiperparâmetros

Algoritmo	Hiperparâmetro	Descrição Hiperparâmetro	Faixa de teste	Valor ótimo
<i>decision trees</i>	criteria	Métrica usada para medir a qualidade da divisão	'gini', 'entropy'	'entropy'
	max_depth	Profundidade máxima da árvore. Limita o crescimento para evitar <i>overfitting</i> .	2:15	10
	max_features	Número máximo de atributos considerados em cada divisão. Controla a complexidade.	1:10	2
<i>random forest</i>	n_estimators	Número de árvores na floresta.	10:1000	100
	bootstrap	usa amostragem com reposição (<i>bootstrap</i>) para construir cada árvore	'true', 'false'	'true'
	criteria	Métrica usada para medir a qualidade da divisão	'gini', 'entropy'	'entropy'
	max_depth	Profundidade máxima da árvore. Limita o crescimento para evitar <i>overfitting</i> .	2:15	4
	max_features	Número máximo de atributos considerados em cada divisão. Controla a complexidade.	1:10	3
XGBoost	objective	Função de perda	'multi:softmax'	'multi:softmax'
	num_class	Número de classes	7	7
	max_depth	Profundidade máxima das árvores.	2:15	5
	gamma	Redução mínima na perda necessária para realizar uma nova divisão.	0:1	0,6
	eta	Taxa de aprendizado.	0,001:0,9	0,3
	eval_metric	Métrica usada para avaliar o desempenho do modelo	'merror'	'merror'

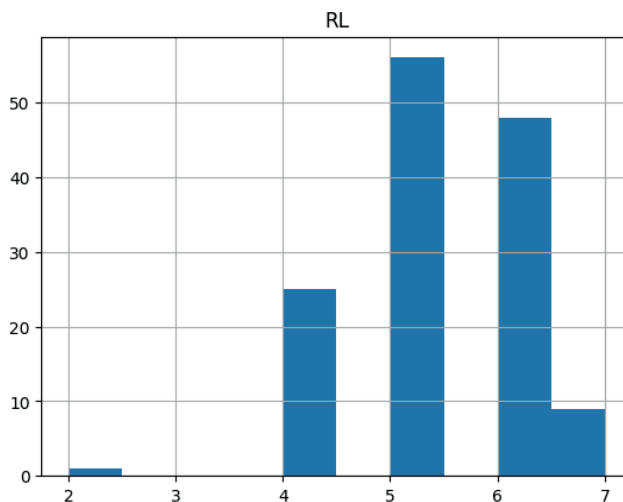
Fonte: Elaboração própria

4. Resultados e Discussões

Os resultados dos modelos *decision trees*, *random forest* e XGBoost indicam um coeficiente de determinação de 50%, 54,7% e 59,5%, respectivamente. Conforme esperado, o algoritmo com maior complexidade (XGBoost) apresentou o maior poder preditivo, indicando maior capacidade de generalização (Boehmke & Greenwell, 2019; Abedi et al., 2022).

A Figura 2 apresenta a distribuição da variável dependente, receita relativa. Verifica-se que os hotéis pertencentes a amostra apresentam a receita principalmente nas classes 4, 5 e 6. Considerando que o conjunto de teste contém a amostra estratificada e, portanto, mantém a mesma distribuição da amostra original, pode-se concluir que o algoritmo XGBoost conseguiu classificar de forma satisfatória a receita dos hotéis, inclusive distinguindo classes muito próximas.

Figura 2: Distribuição da variável receita relativa



Para testar as hipóteses do estudo foi utilizado a técnica de *feature importance* em três algoritmos de AM diferentes, esta técnica considera os efeitos de interação entre as variáveis independentes e classificam os fatores influentes com base na sua contribuição para o processo de modelagem (Abedi et al., 2022). Apresenta-se, na Tabela 4, a importância de cada atributo do estudo e dos sistemas 1 e 2, em ordem decrescente, bem como a acurácia dos três modelos de classificação.

A hipótese H1 sugeriu que a coocorrência dos sistemas 1 e 2, apresenta efeito aditivo no processo de tomada de decisão dos viajantes, isto é, que ambos os sistemas produzem impactos na tomada de decisão dos consumidores (Wang et al., 2021). Com base nos atributos da avaliação online analisados, os resultados dos algoritmos *decision trees*, *random forest* e XGBoost indicaram que tanto as informações que demandam o processamento heurístico (S1) quanto o sistemático (S2) apresentam alta importância no processo de tomada de decisão dos viajantes e, por vezes, alternam no ranking de importância, o que sugere um efeito de complemento e exclui os efeitos de atenuação e de viés, confirmando H1.

Os resultados corroboram com a literatura da DPT ao demonstrar que os usuários das plataformas digitais confiam nas percepções e julgamentos dos outros como fontes de evidência da realidade e utilizam os sistemas 1 e 2 de forma adaptativa e complementar (efeito aditivo) para processar as informações das avaliações online (Filiari, 2015; Grayot, 2020; Wang et al., 2022; Lawrie et al., 2024).

O processamento de informações contidas nas AO pelos sistemas 1 e 2, permite que os consumidores avaliem os produtos/serviços ao tomar suas decisões de compra (Wang et al., 2022). O setor hoteleiro apresenta um caráter experiencial e subjetivo, o que leva os usuários das plataformas digitais não consultarem somente as informações agregadas, rápidas e de fácil interpretação, mas também procurarem informações detalhadas, de caráter qualitativo, visando confirmar ou obter uma melhor compreensão

sobre a estadia (Nicolau et al., 2024). O estudo demonstra que ambos os sistemas apresentam importância do processo de decisão, o que indica um efeito aditivo de complementariedade dos atributos processados pelos diferentes sistemas cognitivos.

Tabela 4: Resultados da técnica feature importance

Ranking	Decision Trees		Random Forest		XGBoost	
	Atributo	Importância relativa	Atributo	Importância relativa	Atributo	Importância (F score)
1	Sentimento (S2)	0,132	Apelo (S2)	0,087	Apelo (S2)	28
2	Apelo (S2)	0,127	Sentimento (S2)	0,082	Sentimento (S2)	28
3	Localização (S2)	0,122	Localização (S2)	0,080	Preço (S1)	24
4	Preço (S1)	0,120	Dispersão Rating (S2)	0,077	Ranking Geral (S1)	19
5	Volume Avaliações (S1)	0,055	Preço (S1)	0,076	Localização (S2)	17
6	Atributos Hotel (S1)	0,051	Ranking Geral (S1)	0,070	Volume Avaliações (S1)	16
7	Legibilidade (S2)	0,041	Legibilidade (S2)	0,066	Legibilidade (S2)	10
8	Rating (S1)	0,019	Volume Avaliações (S1)	0,063	Atributos Hotel (S1)	4
9	Dispersão Rating (S2)	0,016	Atributos Hotel (S1)	0,040	Dispersão Rating (S2)	0
10	Ranking Geral (S1)	0,014	Rating (S1)	0,014	Rating (S1)	0
Acurácia		0,500		0,547		0,595
Importância acumulada sistema 1		0,259		0,263		63
Importância acumulada sistema 2		0,438		0,392		83

Fonte: Elaboração própria

A hipótese H2 prevê que as informações das plataformas digitais processados pelo sistema 2 apresentam maior importância no processo de tomada de decisão dos viajantes, se comparados com as informações processadas pelo sistema 1. Conforme observado na Tabela 4, os atributos apelo e sentimento dos *reviews* (S2) apresentam a maior importância nos três modelos de aprendizado de máquina, corroborando com a hipótese H2.

Quando compara-se as importâncias acumuladas pelos dois sistemas cognitivos, isto é a soma das importâncias de cada atributo, verifica-se que o sistema 2 apresenta maior importância para determinação da receita relativa, que neste estudo foi utilizada como *proxy* para a tomada de decisões dos viajantes, uma vez que o processo de compra representa a consequência da tomada de decisão. Este resultado vem de encontro com Filieri (2015) e Nicolau et al. (2024) que demonstraram que no processo de tomada de decisão dos consumidores, as informações resumidas, sumarizadas e agregadas (sistema 1), tendem a possuir menor importância, por não refletirem a natureza experiencial e urgente do setor hoteleiro.

Por outro lado, informações detalhadas, personalizadas e individualizadas, processadas pelo sistema 2, tendem a apresentar maior importância na decisão dos viajantes, devido a sua credibilidade, autenticidade e concretude (Filieri, 2015). No momento da tomada de decisão, o sistema 2 torna-se responsável por

monitorar a qualidade das respostas propostas pelo sistema 1, endossando, corrigindo ou anulando intuições geradas pelo primeiro sistema (Kahneman & Fredrich, 2002).

O papel do preço no processo de tomada de decisão dos viajantes chama a atenção, sendo o atributo processado pelo sistema 1 com maior importância nos três modelos de AM, podendo indicar a sensibilidade desta informação para a reserva dos hotéis.

O *rating* dos hotéis parece ter pouca, ou nenhuma, importância no processo de decisão dos viajantes, o que contradiz os achados da Teoria (Filieri, 2015; Nicolau et al., 2024). Possíveis explicações para este resultado é a pouca variabilidade do *rating* na amostra do estudo, sendo 17 hotéis (*rating* 4), 89 (*rating* 5) e 33 (*rating* 5), o que pode ter dificultado o processo de aprendizagem do algoritmo ou a rejeição do uso de informações sumarizadas, como estatísticas resumidas e medidas agregadas, em prol de informações detalhadas, personalizadas e individualizadas, devido a sua autenticidade e concretude (Filieri, 2015).

5. Conclusões e Recomendações

O objetivo central desta pesquisa é verificar a importância do processamento dos atributos das avaliações online pelos sistemas cognitivos, no processo de tomada de decisão dos viajantes. Com base na Dual-Process Theory, este estudo investigou a importância do processamento heurístico (sistema 1) e sistemático (sistema 2) das avaliações online, no processo de tomada de decisão dos viajantes. A coleta de dados envolveu 139 hotéis brasileiros e utilizou os métodos de survey e web scraping de 89.290 AO provenientes da plataforma TripAdvisor. Para análise dos dados foi utilizado os algoritmos de aprendizado de máquina (AM) decision trees, random forest e XGBoost, por meio da técnica de feature importance.

Corroboramos com Rosillo-Díaz et al. (2024) ao revelar que DPT pode representar um passo a mais em relação à Teoria da Sinalização, quando possibilita capturar a complexidade dos mecanismos psicológicos envolvidos na interpretação dos sinais em ambientes digitais, oferecendo uma lente mais sofisticada para entender a influência das avaliações online na tomada de decisão dos hóspedes.

Com base nos atributos da avaliação online analisados, os resultados indicam que os sistemas 1 e 2 operam de forma simultânea e complementar no processo de decisão, apresentando um efeito aditivo. O que mostra que ambos sistemas são importantes e produzem impactos na tomada de decisão dos consumidores (Filieri, 2015; Grayot, 2020; Wang et al., 2021; Wang et al., 2022; Lawrie et al., 2024; Huang et al., 2025). Este estudo ainda conclui que o sistema 2, isto é o processamento sistemático, lento, racional, apresenta maior importância no processo de decisão dos viajantes, se comparados ao sistema 1, processamento heurístico, rápido e intuitivo (Filieri, 2015; Shin et al., 2022; Nicolau et al., 2024). Uma possível explicação para este efeito é que devido ao carácter experiencial do serviço de hospedagens, os consumidores preferem informações detalhadas, concretas, autênticas e críveis, se comparado a informações resumidas, sumarizadas e agregadas. Portanto, nossos resultados indicam que os consumidores examinam cuidadosamente o conteúdo das AO antes de realizarem uma decisão de compra (Nicolau et al., 2024).

Ao verificar a importância do processamento heurístico e sistemático do conteúdo gerado pelos usuários nas plataformas digitais, este estudo forneceu insights valiosos para os gestores do setor hoteleiro ao elucidar como as AO são processadas pelos usuários e quais informações são percebidas como mais importantes no processo de tomada de decisão. Desta forma, os gestores podem desenvolver estratégias para fomentar e gerenciar os atributos das AO com maior poder de influência no processo de tomada de decisão dos viajantes, o que pode aumentar a taxa de atratividade e a receita operacional do seu hotel. As conclusões deste estudo podem beneficiar também as plataformas digitais, websites e redes sociais, ao oferecer uma compreensão sobre a importância das informações veiculadas em suas páginas, e permitindo otimizar a relevância e a eficácia do conteúdo disponibilizado, contribuindo assim para o fortalecimento e a viabilidade do ambiente digital que permeia suas operações.

Considerando que a Dual-Process Theory oferece arcabouço teórico para descrever a influência do conteúdo gerado pelo usuário nas vendas dos hotéis (Nicolau et al., 2024). Também, ao considerar que nosso estudo se alinha a estudos que aplicaram a Dual-Process Theory em outros segmentos do turismo, como o marketing de destinos turísticos (Huang et al., 2025), seguros de viagem (Herjanto et al., 2025) e acomodações peer-to-peer (Shin et al., 2022), reforça-se a robustez e a aplicabilidade da teoria em diferentes segmentos do turismo. Isso amplia a base comparativa para a discussão dos resultados e destaca o potencial explicativo da DPT em diferentes tipos de decisões turísticas. O presente trabalho estende a aplicação desta Teoria para uma gama maior de atributos das AO, contribuindo para o seu

aprofundamento e ampliação do alcance explicativo. A variável dependente utilizada foi à receita líquida relativa, que corroborou com Nicolau et al. (2024) e reflete o desfecho prático da tomada de decisão dos viajantes nas plataformas digitais. A pesquisa também propõe uma perspectiva interdisciplinar e inovadora para a análise dos mecanismos de tomada de decisão do consumidor e sua relação com o desempenho do hotel e, portanto, contribui para integração das áreas de turismo, gestão e economia comportamental.

Apesar dos cuidados metodológicos adotados durante o desenvolvimento deste estudo, é importante reconhecer suas limitações. Os resultados limitam-se aos atributos das avaliações online analisados nesta pesquisa. A coleta de dados relativos ao desempenho financeiro, realizada por meio de questionários, restringiu-se à percepção dos gestores acerca do desempenho relativo de seus estabelecimentos hoteleiros. Também destaca-se que a pesquisa foi conduzida em um único setor, o que implica cautela na generalização dos resultados obtidos.

Como sugestões de pesquisas futuras, sugere-se a ampliação do escopo desta investigação, com a aplicação da Dual-Process Theory em outros contextos de tomada de decisão dos viajantes e o teste de diferentes atributos das avaliações online e plataformas. Metodologicamente, o uso de experimentos também pode ser caminho de pesquisa, uma vez que a construção de cenários pode ser adequado para capturar o processo de tomada de decisão dos usuários.

Referências

- Abdel-Maksoud, A., Kamel, H., & Elbanna, S. (2016). Investigating relationships between stakeholders' pressure, eco-control systems and hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 95-104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.09.006>
- Abedi, R., Costache, R., Shafizadeh-Moghadam, H., & Pham, Q. B. (2022). Flash-flood susceptibility mapping based on XGBoost, random forest and boosted regression trees. *Geocarto International*, 37(19), 5479-5496. <https://doi.org/10.1080/10106049.2021.1920636>
- Aureliano-Silva, L., Leung, X., & Spers, E. E. (2021). The effect of online reviews on restaurant visit intentions: Applying signaling and involvement theories. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(4), 672-688. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2020-0143>
- Boehmke B., & Greenwell B.M. (2019). *Hands-on machine learning with R*. Boca Raton (FL): CRC Press.
- Bortoluzzi, D. A., Lunkes, R. J., Santos, E. A. d., & Mendes, A. C. A. (2020). Effect of online hotel reviews on the relationship between defender and prospector strategies and management controls. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(12), 3721-3745. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0297>
- Breiman, L. (2001). *Random forest*, 45. Mach Learn, 1.
- Breiman L., Friedman J.H., Olshen R.A., Stone C.J. (1984). *Classification and regression trees*. Belmont (CA): Wadsworth International Group, 432, 151–166.
- Casalicchio, G., Molnar, C., & Bischl, B. (2019). Visualizing the feature importance for black box models. In Machine Learning and Knowledge Discovery in Databases: *European Conference, ECML PKDD 2018*, Dublin, Ireland, September 10–14, 2018, Proceedings, Part I 18 (pp. 655-670). Springer International Publishing.
- Chang, K. C. (2013). How reputation creates loyalty in the restaurant sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(4), 536-557. <https://doi.org/10.1108/09596111311322916>
- Chang, H. H., Fang, P. W., & Huang, C. H. (2016). The impact of on-line consumer reviews on value perception: the dual-process theory and uncertainty reduction. In *Web design and development: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 1498-1524). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8619-9.ch068>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., Thrassou, A., Ghosh, S. K., & Chaudhuri, S. (2021). Social customer relationship management factors and business benefits. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(1), 35-58. <https://doi.org/10.1108/IJOA-11-2019-1933>
- Eslami, S. P., Ghasemaghaei, M., & Hassanein, K. (2018). Which online reviews do consumers find most helpful? A multi-method investigation. *Decision Support Systems*, 113, 32-42. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2018.06.012>
- Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of business research*, 68(6), 1261-1270. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>

- Filieri, R., McLeay, F., Tsui, B., & Lin, Z. (2018). Consumer perceptions of information helpfulness and determinants of purchase intention in online consumer reviews of services. *Information & Management*, 55(8), 956-970. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.04.010>
- Ghasemaghahi, M., Eslami, S.P., Deal, K. and Hassanein, K. (2018), "Reviews' length and sentiment as correlates of online reviews' ratings", *Internet Research*, Vol. 28 No. 3, pp. 544-563. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2016-0394>
- Ghosh, T. (2017). Managing negative reviews: the persuasive role of webcare characteristics. *Journal of Internet Commerce*, 16(2), 148-173. <https://doi.org/10.1080/15332861.2017.1305254>
- Grayot, J. (2019). From selves to systems: on the intrapersonal and intraneural dynamics of decision making. *Journal of Economic Methodology*, 26(3), 208-227. <https://doi.org/10.1080/1350178X.2019.1625213>
- Grayot, J. D. (2020). Dual process theories in behavioral economics and neuroeconomics: A critical review. *Review of Philosophy and Psychology*, 11 (1), 105–136. <https://doi.org/10.1007/s13164-019-00446-9>
- Herjanto, H., Amin, M., & Cobanoglu, C. (2025). Should I use ChatGPT travel insurance recommendations? A dual-process theory perspective. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.70044>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Huang, D., So, K. K. F., Huang, J., & Huang, S. (2025). Exploring the attractiveness of digital human influencers in destination marketing: The allure of two-path meaning transfer. *Tourism Management*, 110, 105166. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105166>
- Jang, S., Chung, J., & Rao, V. R. (2021). The importance of functional and emotional content in online consumer reviews for product sales: Evidence from the mobile gaming market. *Journal of Business Research*, 130, 583-593. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.027>
- Jeesha, K., & Purani, K. (2021). Webcare as a signal: exhaustive-selective webcare strategy and brand evaluation. *European Journal of Marketing*, 55(7), 1930-1953. <https://doi.org/10.1108/EJM-05-2019-0421>
- Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. In Kahneman, D., & Gilovich, T. (Eds.), *Heuristics and biases: The Psychology of Intuitive Judgment*, 49–81.
- Kahneman, D., & Frederick, S. (2005). A model of heuristic judgment. In Holyoak, K., & Morrison, R. (Eds.), *The Cambridge handbook of thinking and reasoning*, (pp. 267–293). Cambridge University Press.
- Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. *Judgement under uncertainty: Heuristics and biases*, (pp. 3–20). Cambridge University Press.
- Kitsios, F., Kamariotou, M., Karanikolas, P., & Grigoroudis, E. (2021). Digital marketing platforms and customer satisfaction: Identifying eWOM using big data and text mining. *Applied Sciences*, 11(17), 8032. <https://doi.org/10.3390/app11178032>
- Kwon, W., Lee, M., Back, K. J., & Lee, K. Y. (2021). Assessing restaurant review helpfulness through big data: dual-process and social influence theory. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 177-195. <https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2020-0077>
- Lawrie, E., Flus, M., Olechowski, A., Hay, L., & Wodehouse, A. (2024). From theory to practice: a roadmap for applying dual-process theory in design cognition research. *Journal of Engineering Design*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09544828.2024.2336837>
- Liu, Y. and Hu, H.-f. (2021), "Online review helpfulness: the moderating effects of review comprehensiveness", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 534-556. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2020-0856>
- Liu, Z., & Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*, 47, 140-151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.020>
- Lunkes, R. J., Bortoluzzi, D. A., Anzilago, M., & da Rosa, F. S. (2020). Influence of online hotel reviews on the fit between strategy and use of management control systems: A study among small-and medium-sized hotels in Brazil. *Journal of Applied Accounting Research*, 21(4), 615-634. <https://doi.org/10.1108/JAAR-06-2018-0090>
- Lunkes, R. J., Deggau, L., Codesso, M.M., Rosa, F. S., & Monteiro, J.J. (2025). The Influence of Online Reviews and Hotel Digital Responsibility on ESG Practices and Sustainability Performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print, ahead-of-print.
- Mandolfo, M., Bettiga, D., Lamberti, L., & Noci, G. (2022). Influence of sales promotion on impulse buying: A dual process approach. *Journal of Promotion Management*, 28(8), 1212-1234. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2060415>

- Meek, S., Wilk, V., & Lambert, C. (2021). A big data exploration of the informational and normative influences on the helpfulness of online restaurant reviews. *Journal of Business Research*, 125, 354-367. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.001>
- Mohaghegh, M., & Größler, A. (2020). The dynamics of operational problem-solving: A dual-process approach. *Systemic Practice and Action Research*, 33(1), 27-54. <https://doi.org/10.1007/s11213-019-09513-9>
- Nicolau, J. L., Xiang, Z. and Wang, D. (2024), “Daily online review sentiment and hotel performance”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 36 No. 3, pp. 790-811. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2022-0594>
- Paget, S. (2024). 2024 local consumer review survey. Brightlocal. Acesso em 28 de Março de 2024, de <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>.
- Parikh, A. A., Behnke, C., Almanza, B., Nelson, D., & Vorvoreanu, M. (2017). Comparative content analysis of professional, semi-professional, and user-generated restaurant reviews. *Journal of Foodservice Business Research*, 20(5), 497-511. <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1219170>
- Park, E., Kang, J., Choi, D., & Han, J. (2020). Understanding customers' hotel revisiting behaviour: a sentiment analysis of online feedback reviews. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 605–611. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1549025>
- Rosillo-Díaz, E., Muñoz-Rosas, J. F., & Blanco-Encomienda, F. J. (2024). Impact of heuristic–systematic cues on the purchase intention of the electronic commerce consumer through the perception of product quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81, 103980. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103980>
- Roy, G. (2023). Travelers' online review on hotel performance—Analyzing facts with the Theory of Lodging and sentiment analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 111, 103459. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103459>
- Saarela, M., & Jauhiainen, S. (2021). Comparison of feature importance measures as explanations for classification models. *SN Applied Sciences*, 3(2), 272. <https://doi.org/10.1007/s42452-021-04148-9>
- Shin, H. W., Fan, A., & Wu, L. (2022). Trust the Facts: The Impact of Reviews' Written Style and Subject-Focus on Peer-to-Peer Accommodation Consumption. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(2), 249-276. <https://doi.org/10.1177/10963480221100244> (Original work published 2024)
- Srivastava, V., & Kalro, A. D. (2019). Enhancing the helpfulness of online consumer reviews: the role of latent (content) factors. *Journal of Interactive Marketing*, 48(1), 33-50. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.12.003>
- Standing, C., Holzweber, M., & Mattsson, J. (2016). Exploring emotional expressions in e-word-of-mouth from online communities. *Information Processing & Management*, 52(5), 721-732. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2016.01.001>
- Steur, A. J., Fritzsche, F., & Seiter, M. (2022). It's all about the text: An experimental investigation of inconsistent reviews on restaurant booking platforms. *Electronic Markets*, 1-34. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00525-3>
- TripAdvisor (2024). <https://tripadvisor.mediaroom.com/US-about-us> Acesso em 05 de março de 2024.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232.
- van Noort, G., & Willemsen, L. M. (2012). Online damage control: The effects of proactive versus reactive webcare interventions in consumer-generated and brand-generated platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 26(3), 131-140. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.07.001>
- Wang, Y., Tariq, S., & Alvi, T. H. (2021). How primary and supplementary reviews affect consumer decision making? Roles of psychological and managerial mechanisms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 46, 101032. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2021.101032>
- Wang, Q., Zhang, W., Li, J., Mai, F., & Ma, Z. (2022). Effect of online review sentiment on product sales: The moderating role of review credibility perception. *Computers in Human Behavior*, 133, 107272. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107272>
- Wason, P. C., & Evans, J. S. B. (1974). Dual processes in reasoning?. *Cognition*, 3(2), 141-154. [https://doi.org/10.1016/0010-0277\(74\)90017-1](https://doi.org/10.1016/0010-0277(74)90017-1)
- Yan, L., & Wang, X. (2018). Why posters contribute different content in their positive online reviews: A social information-processing perspective. *Computers in Human Behavior*, 82, 199-216. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.009>

Zhai, M., Wang, X., & Zhao, X. (2024). The importance of online customer reviews characteristics on remanufactured product sales: Evidence from the mobile phone market on Amazon. com. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103677. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103677>

Apêndice 1

Desempenho do hotel (Adapted from Abdel-Maksoud et al., 2016; Lunkes et al., 2020).

Considerando o período dos últimos 3 (três) anos, avalie a performance advinda das plataformas digitais, em relação aos seus principais competidores. Utilize a seguinte escala: (1 = abaixo da média a 7 significativamente acima da média)	
Financeiro (FHP)	
1. Lucro operacional	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
2. Receita líquida	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
3. Retorno do investimento	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
Não-financeiro (FNHP)	
4. Qualidade dos produtos e serviços prestados	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
5. Satisfação dos clientes	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
6. Desenvolvimento ou inovação de produtos e serviços	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦
7. Capacidade dos funcionários	① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

Recibido: 18/05/2024
Reenviado: 10/06/2025
Aceptado: 17/06/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

O impacto das motivações push e pull na confiança do consumidor em aplicativos de viagem

Ivan Rodrigo Rizzo Dias* George Bedinelli Rossi**

Julio Carneiro da Cunha***

Universidade de São Paulo (Brasil)

Resumo: Este estudo investiga a influência dos fatores motivação (push e pull), confiança baseada em cognição e afeto (CBC e CBA) e satisfação (SAT) na intenção de lealdade (LI) dos turistas em aplicativos de viagem. A amostra foi de 558 turistas brasileiros. Os dados foram colhidos por meio de um questionário online e analisados por modelagem de equações estruturais (SEM). Os resultados mostraram que a CBC foi o fator que mais influenciou a LI, seguido pela SAT e CBA. E que push e satisfação influenciaram positivamente a CBC e a CBA, enquanto a pull influenciou negativamente a CBC e a CBA. Evidencia-se que CBC mais influencia intenção de lealdade e a motivação push e a satisfação são importantes para a formação CBC e CBA. O estudo sugere que construir confiança com os turistas fornecendo informações precisas e úteis, bom atendimento e criando experiências positivas são fatores importantes para aplicativos de viagem.

Palavras-Chave: Aplicativos de viagem; Confiança; Lealdade; Motivações push e pull.

The Impact of Push and Pull Motivations on Consumer Trust in Travel Apps

Abstract: This study investigates the influence of motivation (push and pull), cognitive-affective trust (CBT and CBA), and satisfaction (SBT) on tourists' loyalty intention (LI) in travel apps. The sample consisted of 558 Brazilian tourists. Data was collected through an online questionnaire and analysed by structural equation modeling (SEM). The results showed that CBT was the factor that most influenced LI, followed by SBT and CBA. And that push and satisfaction positively influenced CBC and CBA, while pull negatively influenced CBC and CBA. The study shows that CBT influences loyalty intention the most and that push motivation and satisfaction are important for the formation of CBT and CBA. The study suggests that building trust with tourists by providing accurate and useful information, good service, and creating positive experiences are important factors for travel apps.

Keywords: Travel apps; Trust; Loyalty; Push and pull motivations.

1. Introdução

No turismo, os aplicativos de viagem tornaram-se uma ferramenta essencial para os turistas, fornecendo informações, possibilidade de reservas e outros serviços. A intenção de lealdade é um fator importante para o sucesso dos aplicativos de viagem, pois leva à repetição do uso e à recomendação boca a boca (Kim, 2018).

* Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH USP), Brasil; <https://orcid.org/0000-0001-7966-4368>; Email: ivanrizzo@usp.br

** Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH USP), Brasil; <https://orcid.org/0000-0002-8567-8376>; E-mail: gbrossi@usp.br

*** Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA USP), Brasil; <https://orcid.org/0000-0002-1435-055X>; E-mail: julio.cunha@espm.br

Cite: Dias, I. R. R.; Rossi, G. B.; (2026). El impacto de las motivaciones de empuje y atracción en la confianza del consumidor en las aplicaciones de viajes. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 321-335. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.022>.

O Brasil conta com cerca de 500 milhões de dispositivos digitais dentro da esfera corporativa e doméstica (dentre eles, computadores, notebooks, tablets e smartphones) (FGVcia, 2025). No ano de 2023, dados apontam que o e-commerce, que vem numa tendência crescente, movimentou aproximadamente 200 bilhões de reais (MDIC, 2024). Neste cenário, dados apontam que 97% dos brasileiros que têm smartphones já o utilizou para fazer compras, enquanto 91% desses detentores de smartphones fizeram alguma transação comercial por esse aparelho nos últimos 30 dias (Mobile Time / Opinion Box, 2024). Esses dados mostram a força dos aparelhos móveis para a comercialização na Internet.

Neste contexto, as novas formas de interação com consumidores facilitadas pela internet são o campo ideal para a indústria do turismo (Aguirre et al., 2015; Buhalis & et al., 2020), pois em 2023, 80% das vendas de camarotes temáticos dos cruzeiros que navegaram na costa brasileira foram realizadas pelo aplicativo de troca de mensagens por celular WhatsApp (Omnichat, 2023).

A compra envolve diversos fatores, sendo a confiança que os consumidores devem ter com seus fornecedores a mais importante (Cohen, Prayag & Moital, 2014). E, no turismo o desenvolvimento da tecnologia na formação da confiança dos consumidores com fornecedores é crítico (Cohen et al., 2014). As motivações que impulsionam as decisões de viagem dos turistas são originárias dos próprios turistas (*push*) e moldadas pela atratividade e atributos do destino turístico (*pull*) (Duong et al., 2023). Neste contexto, a satisfação do cliente emerge como um dos principais tópicos em pesquisa de turismo e hospitalidade recebendo muita atenção de acadêmicos e pesquisadores (Singh et al., 2023).

Entre as pesquisas nacionais a respeito de aplicativos de viagem, Santos et al. (2019) destacam que os julgamentos dos consumidores são dependentes do contexto e podem gerar emoções negativas e sentimentos de injustiça para uma grande parte dos consumidores, reduzindo, assim, sua confiança no aplicativo. Também (Mendes Filho et al., 2017) enxergam a confiança como o resultado da troca de informações dos usuários com as plataformas.

Assim, este estudo investiga a influência dos fatores motivação, confiança e satisfação na intenção de lealdade dos turistas em aplicativos de viagem.

2. Revisão da Literatura

2.2. Motivação de viagem

Diversos autores propõem que motivação de viagem é formada pelos fatores *push* e *pull* (Lee, 2017; Mohamed & Othman, 2016; Suhartanto et al., 2020). Assim, tem-se que as motivações dos turistas são definidas como um estado psicológico que serve como ponto de partida para compreender seu comportamento e atitudes. Assim, as motivações dos turistas influenciam a atividade turística e a escolha do destino, desempenhando um papel importante na satisfação e avaliação do destino (Yoon & Uysal, 2005).

O sucesso dos destinos e de seus prestadores de serviço depende da capacidade de atender às motivações dos viajantes (Crompton, 1979), que influenciam diretamente a satisfação com a experiência vivenciada. A satisfação, por sua vez, atua como um fator determinante para a lealdade ao destino, aumentando a probabilidade de retorno e recomendação (Suhartanto et al., 2020). As motivações dos turistas em viajar são reflexos de suas diversas necessidades dinâmicas, entre elas fatores intrínsecos (*push factors*) e extrínsecos (*pull factors*) (Özdemir, 2020).

Os fatores intrínsecos (*push factors*) incluem escapar da rotina ou de um ambiente tido como monótono e buscar por recompensas pessoais e/ou interpessoais. Para Han e Hyun (2018), um exemplo de recompensa pessoal seria o bem-estar, enquanto a recompensa interpessoal estaria vinculada à interação social com outras pessoas durante a viagem. Yoon e Uysal (2005) incluem além do desejo de escapar, necessidade de descanso e relaxamento, busca por prestígio, saúde e boa forma, aventura e interação social, união familiar e excitação. Esses fatores representam as necessidades e desejos dos viajantes, e representam o porquê de as pessoas saírem de sua residência habitual. (Pereira & Gosling, 2019).

Os fatores extrínsecos (*pull factors*), são as razões que atraem para destinos específicos. Esses fatores estão ligados aos destinos em si, como clima agradável e população receptiva, os quais atraem turistas e atendem às suas necessidades (Dann, 2001). Yoon e Uysal (2005) incorporam instalações recreativas, atrações culturais e entretenimento, paisagens naturais e espaços de compras.

Os fatores intrínsecos (*push factors*) garantem que as pessoas tenham o desejo de viajar, enquanto fatores extrínsecos aos viajantes (*pull factors*) englobam os elementos que os atraem a escolher um destino específico (Özdemir, 2020).

Apesar de os fatores de motivação estarem ligados a decisões distintas (Klenosky, 2002) a interação entre *push* e *pull factors* é determinante para compreender o comportamento do turista e orientar estratégias eficazes no setor (Dann, 2001).

A despeito da relevância das motivações para o processo decisório dos viajantes, o vínculo entre motivações e lealdade apresentam resultados contraditórios (Suhartanto et al., 2020). Uma explicação é proposta por Mohamed e Othman (2016), para quem as motivações consideram tanto características objetivas – como o local de visita ser belo, fresco e bem cuidado como características subjetivas como ambiente tranquilo ou sossegado. Uma segunda explicação vincula-se ao perfil dos respondentes, os quais podem se identificar com os fatores motivadores explicitados em uma pesquisa, mas viajam com menor frequência que gostariam (Pereira & Gosling, 2019). Já outros autores situam maior complexidade analítica como Lee (2017), onde o nível de engajamento das agências de viagem no suporte influencia o processo decisório de estudantes intercambistas.

2.2. Confiança Baseada em Cognição (CBC) e Cognição Baseada em Afeto (CBA)

Nesta pesquisa adota-se a definição de Morgan e Hunt (1994): confiança é uma disposição em depender da capacidade e integridade de um parceiro. E, interações ganham relevância em mercados caracterizados por alta assimetria informacional, como os ambientes da internet (Aguirre et al., 2015) e no turismo (Nunkoo & Smith, 2013).

Möllering (2015) sugere a divisão de confiança em confiança baseada em afeto e confiança baseada em cognição ao reconhecermos os processos inerentes à construção da confiança. A distinção entre CBC e CBA, à primeira vista, pode parecer bastante intuitiva no processo decisório de escolhas de viagens. A escolha de uma agência de viagens com base em avaliações de clientes é um exemplo de confiança baseada em cognição, enquanto o vínculo emocional com um guia turístico específico é um exemplo de confiança baseada em afeto (Williams & Baláz, 2021).

A CBC deriva da confiança baseada no cálculo, cujo foco é um balanço entre perdas e ganhos feito pelos atores em um conjunto de interações. Ou, quando esse histórico de interações não existe, como em um contato inicial, as partes buscam mecanismos críveis sobre a intenção ou competência da outra parte, seja por depoimentos de terceiros ou garantias como certificações ou creditações (Gregori et al., 2013).

Já Ranganathan et al. (2013) asseveram que a CBC é fator determinante da lealdade dos consumidores em provedores de serviços de correio eletrônico. A CBC teria, portanto, a limitação das evidências disponíveis e o que é possível medir no curto prazo (Gregori, Daniele & Altinay, 2013). Assim, tem-se as hipóteses:

H1: Confiança Baseada em Cognição (CBC) influencia a Intenção de Lealdade

H2: Motivação intrínseca (*Push*) tem influência na Confiança Baseada em Cognição (CBC)

H3: Motivação extrínseca (*Pull*) tem influência na Confiança Baseada em Cognição (CBC)

A CBA se baseia em humores, emoções e sentimentos e deriva dos laços pessoais entre as pessoas (Ranganathan et al., 2013). Quando informações são efetivamente processadas elas passam a influenciar e são incorporadas a aspectos cognitivos e de julgamento, influenciando deliberações e decisões. Sendo sentido, o afeto atuaria como um funil para informações recebidas, impactando, assim, o conteúdo e a valência (positividade/negatividade) de memórias, julgamento e, em última análise, comportamento (Jessup & Schneider, 2020). A confiança baseada no afeto age como um aprofundador de relacionamentos, pois promove um grande senso de obrigação entre as partes, impulsionado por fatores como facilidade de uso percebida pelo cliente, personalização, conectividade e benefícios percebidos de sites de compras (Schaubroeck et al., 2013).

Legood et al. (2023) definem CBA como a confiança baseada em experiências de emoção e humor que são específicas de um determinado relacionamento, ou, de forma generalizada, afeto incidental que influencia a confiança nesse relacionamento. Ao contrário McEvily et al. (2017) consideram CBA como sustentado por laços emocionais e expectativas de cuidado e preocupação interpessoal. Na proposta dos autores a confiança baseada em afeto surgiria de percepções dos motivos da outra parte (o *trustee*) com base em experiências como frequência de interação e prestação de ajuda e assistência (ao *trustor*).

Assim, temos as hipóteses:

H4: Confiança Baseada em Afeto (CBA) influencia a Intenção de Lealdade

H5: Motivação intrínseca (*Push*) tem influência na Confiança Baseada em Afeto (CBA)

H6: Motivação extrínseca (*Pull*) tem influência na Confiança Baseada em Afeto (CBA)

As decisões dos turistas são influenciadas por uma série de fatores subjetivos como motivações da viagem (Mohamed & Othman, 2016), características individuais e preocupações com a segurança do destino (Fazili et al., 2023). Nas interações entre viajantes e aplicativos de viagem, lidar com essas incertezas pode gerar frustrações e emoções negativas (Alaei et al., 2019). Assim, a construção da confiança é um processo cumulativo (Dedeoğlu et al., 2019) desempenhando papel essencial em transações de alto valor, inerente ao turismo (Kim et al., 2020).

A essência da confiança reside em aceitar riscos nas transações com base em crenças positivas sobre a integridade e confiabilidade da outra parte (Mayer et al., 1995; Rousseau et al., 1998) em crenças baseadas em fatores cognitivos e afetivos. Devido à assimetria de informações e à incerteza do consumidor em ambientes online, a confiança desempenha um papel decisivo no processo de tomada de decisão do consumidor (Kalaighnam et al., 2018; Kim et al., 2015), especialmente no contexto de compras e recompras online por meio de aplicativos móveis (Cho et al., 2019).

2.3. Satisfação e Intenção de Lealdade

A satisfação é uma condição afetiva resultante a partir de uma avaliação global de todos os aspectos compreendidos na relação em que o consumidor participa (Oliver, 1980).

A satisfação se manifesta de forma heterogênea entre todos os consumidores, sendo maior para aqueles que estejam próximos ao local de consumo (Adongo et al., 2019; Gursoy et al., 2017) já que aumenta o compromisso emocional (Baloglu et al., 2017) e a percepção de familiaridade entre uma organização e seus consumidores (Su et al., 2014) ou outras partes interessadas (stakeholders) como fornecedores, atacadistas e concorrentes (Roy et al., 2017).

H7: Satisfação (SAT) influencia a Confiança Baseada em Afeto (CBA)

Esse fenômeno também é evidenciado por Darke et al. (2016), já que a distância psicológica entre agentes é um direcionador significativo para a formação de opinião de consumidores em diferentes segmentos da indústria como o turismo ou o varejo. No turismo, a proximidade gera maior intenção de revisitas para os destinos (Su et al., 2014) ou a intenção de adquirir diárias adicionais em hotéis (Cheng & Loi, 2014).

H8: Satisfação (SAT) influencia a Confiança Baseada em Cognição

A lealdade, seja manifestada pela recompra ou pela recomendação, está diretamente associada a intenções comportamentais que influenciam a relação do consumidor com a marca. Esses aspectos refletem não apenas a preferência contínua, mas também a resistência a influências situacionais e ações de marketing que poderiam levar à mudança de comportamento (Oliver, 1999).

Neste estudo, a lealdade está relacionada à intenção manifesta de comprar novamente ou recomendar por meio do boca a boca eletrônico (Gundlach & Cannon, 2010), como é o caso das marcas de hotéis (Baloglu et al., 2017). Embora seja comum acreditar que a satisfação do consumidor leva automaticamente à lealdade, a relação entre esses dois fatores é mais complexa. A satisfação dos consumidores é frequentemente usada para avaliar a qualidade de um produto ou serviço e melhorar sua qualidade, mas nem sempre se traduz diretamente em comportamentos de lealdade, especialmente no setor de turismo (Chi & Qu, 2008).

No turismo, os consumidores tendem a confiar mais em recomendações de outros usuários do que nas da própria marca ou produto (Wang et al., 2019). Portanto, a satisfação do cliente desempenha um papel fundamental na propensão de os clientes satisfeitos recomendarem produtos e serviços turísticos e influenciarem outros consumidores, independentemente da capacidade das empresas de influenciar essas decisões (Cheng & Loi, 2014). Essa satisfação pode ser medida em relação à plataforma – quanto maior a percepção de qualidade na informação extraída, maior a satisfação (Kim et al., 2011) à importância de experiências memoráveis na construção de satisfação (Kim, 2018). Assim, temos:

H9: Satisfação (SAT) influencia a Intenção de Lealdade

Embora a relação entre satisfação e lealdade seja um tema explorado na literatura acadêmica, a maioria dos estudos se concentra na satisfação em relação ao destino, enquanto este artigo explora como a satisfação se manifesta em relação aos aplicativos de viagens. Satisfação é utilizada em turismo em relação ao lealdade e adequação a normas sociais (Buhalis et al., 2020) e aceitação de tecnologia mobile (Kaushik et al., 2015).

3. Modelo Proposto

O modelo proposto é elaborado com os constructos LI (Intenção de Lealdade), CBC (Confiança Baseada em Cognição), CBA (Confiança Baseada em Afeto), SAT (Satisfação), motivações PUSH (motivações intrínsecas) e PULL (motivações extrínsecas) apresentados a seguir

3.1. Constructos

O constructo SAT (satisfação) é de item único (Ji et al., 2016). Para Dolnicar (2013) escala de item único apresenta vantagens que vão desde o manuseio dos dados capturados por questionários mais assertivos a menores vieses interpretativos para os respondentes que se perdem em inúmeras questões com diferenças imperceptíveis (Petrescu, 2013).

A tabela 1 apresenta os constructos, variáveis e respectivos autores que se fez uso para esta pesquisa. A estruturação dos constructos está formalizada no modelo da figura 1.

Tabela 1: Constructos utilizados na pesquisa por fonte bibliográfica

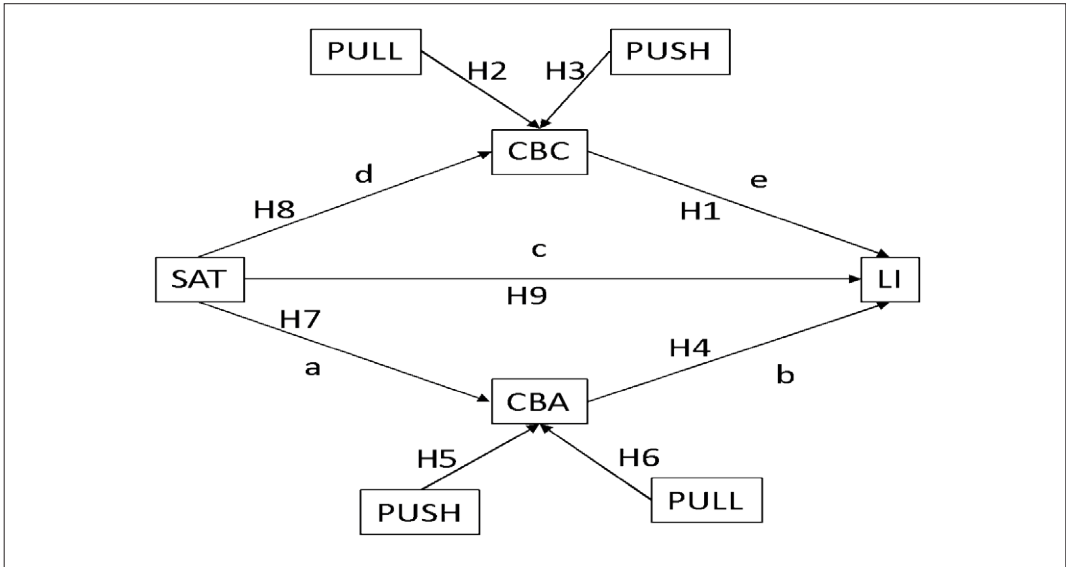
Constructo	Variáveis	Autores
Satisfação geral (SAT)	Satisfação geral (item único)	Ji et al. (2016)
Intenção de lealdade (LI)	Intenção de recomendação e de reutilização ao aplicativo e à marca	Schirmer et al (2018)
Confiança baseada em Cognição (CBC)	balanço entre perdas e ganhos feito pelos atores em um conjunto de interações	Lee, Lee e Tan (2015)
Confiança baseada em afeto (CBA)	Aspectos da confiança influenciada pelos humores e emoções dos viajantes	Ranganathan et al (2013)
Motivações <i>push</i>	Motivações internas dos indivíduos	Özdemir (2020)
Motivações <i>pull</i>	Motivações externas aos indivíduos	Özdemir (2020)

Fonte: Os autores (2024).

As perguntas por constructo são: SAT= SAT1: Satisfação em usar o aplicativo de viagem; LI= LI1: Recomendando usar o aplicativo de viagem, LI2: Voltarei a comprar usando esse aplicativo de viagens, LI3: Permanecerei leal ao aplicativo de viagens, LI4: Comprarei por esse aplicativo de viagens frequentemente, LI5: Comprarei dessa marca frequentemente; CBC= CBC1: Uma quantidade considerável de informações úteis está disponível nos sistemas de avaliação online do aplicativo de viagens, CBC2: O aplicativo de viagens conta com minha confiança, CBC3: O aplicativo de viagens é íntegro; CBA1: Não usar o aplicativo me gera sensação de perda, CBA2: Posso compartilhar meus problemas com o aplicativo, CBA3: O aplicativo de viagens tem viagens calorosas e carinhosas comigo, CBA4: Sinto que posso falar livremente como serviço de atendimento ao consumidor; PUSH: PUSH1: Explorar/conhecer novos lugares, PUSH2: Fugir da rotina, PUSH3: Visitar parentes ou amigos, PUSH4: Prestígio/estar onde poucas pessoas têm acesso e PULL: PUSH1: Explorar/conhecer novos lugares, PUSH2: Fugir da rotina, PUSH3: Visitar parentes ou amigos, PUSH4: Prestígio/estar onde poucas pessoas têm acesso.

A figura 1 revela que Intenção de Lealdade (LI) é influenciada pelos fatores Confiança baseada em Cognição (CBC), Satisfação (SAT) e Confiança baseada em Afeição (CBA). CBC é influenciada por SAT e pelos fatores PULL e PUSH. E, CBA é influenciada por SAT e pelos fatores PULL e PUSH.

Figura 1: Fatores influenciadores da Intenção de Lealdade



Fonte: Autores (2024).

4. Método

4.1. Tamanho amostral, coleta de dados e adequação da amostra

Wolf et al. (2013) sugerem definir o tamanho da amostra por meio da razão entre observações e variáveis independentes deve ser, no mínimo, de 5:1, embora considerem desejável que se encontre entre 10 a 20 observações para cada variável independente. Assim, esta pesquisa com 26 perguntas obteve 558 observações válidas, atendendo aos quesitos supra. Esta amostra é caracterizada como não probabilística e por julgamento (Marshall, 1996) e para a coleta dos dados foi utilizada a técnica do *snowball sampling* a partir das redes sociais dos autores (Preston et al., 2003). Após o aceite ao termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) o questionário foi aplicado em língua portuguesa e disponibilizado inicialmente nas mídias sociais (Kitsios et al., 2022).

Embora a validação dos constructos utilizados nesta pesquisa, conforme proposto por Saunders, Lewis e Thornhill (2009), seja garantida a partir da utilização de escalas já consagradas na literatura (quadro 1) após a coleta foram aplicados testes de validação como KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) e esfericidade de Bartlett (Devkota et al., 2023; Khamitov et al., 2019).

O KMO apresentou valor igual a 0,8690454 que, segundo Hair et al. (2009), é “meritoso”. Os indicadores Measure Sampling Adequacy (MSA) para as variáveis variaram entre 0,63118924 e 0,92244896 (Tabela 2), indicando a adequacidade das variáveis. O Teste de Esfericidade de Bartlett, com resultado Chi-quadrado (χ^2) = 8381.61, 378 graus de liberdade e p-valor=0,00, indicando aceitação das variáveis, tabela 1.

Tabela 2: MSA dos indicadores

variável	MSA	variável	MSA	variável	MSA	variável	MSA	variável	MSA
SAT1	0.902896	LI5	0.854041	CBA2	0.847861	PUSH3	0.417311	PULL4	0.666809
LI1	0.914573	CBC1	0.922449	CBA3	0.839065	PUSH4	0.756049	PULL5	0.753105
LI2	0.921225	CBC2	0.873463	CBA4	0.897585	PULL1	0.70628		
LI3	0.954074	CBC3	0.883714	PUSH1	0.631189	PULL2	0.673049		
LI4	0.856288	CBA1	0.866004	PUSH2	0.652957	PULL3	0.692033		

Fonte: Resultados da pesquisa.

5. Análise dos dados e resultados

5.1. Método da modelagem por equação estrutural – SEM

A SEM é bastante utilizada em estudos de turismo e encontra representação em pesquisas sobre lealdade a destinos (Su et al., 2014), modelagem de apoio à comunidades locais ao turismo (Nunkoo & Smith, 2013), cocriação de valor em redes de hotéis familiares (Kallmuenzer et al., 2020), apoio de residentes a megaeventos (Gursoy et al., 2017), fatores influenciadores de valor de marca para destinos turísticos (Dedeoğlu et al., 2019), cocriação de valor em adoção de táticas de marketing digital (Andreu et al., 2010; Chuang, 2018), uso de redes sociais para aquisição de produtos turísticos (Kitsios et al., 2022). Esta pesquisa fez uso da SEM baseada em covariância (CB-SEM) (Hair Jr. et al., 2017).

5.2. Medição do ajuste do modelo

Para verificar o ajuste do modelo, fez-se uso dos índices RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), SRMR (Standardized Root Mean Square Residual), CFI (Comparative Fit Index), TLI (Tucker Lewis Index), χ^2 (Chi-square Index ou Qui-quadrado) (Heene et al., 2011).

O Qui-quadrado (χ^2) é sensível à dimensão da amostra, especificamente quanto maior a dimensão da amostra maior será o valor de Qui-quadrado e este indicador diminui à medida que a amostra diminui (Heene et al., 2011), sendo sugerido que este indicador não deve ser analisado de forma isolada mas em conjunto com outros índices (Moshagen & Auerswald, 2018). Para um bom ajuste do modelo, a razão χ^2/df deve ser a menor possível. Como não existem padrões absolutos, uma proporção entre 2 a 5 é indicativa de um ajuste “bom” ou “aceitável” do modelo de dados (Sahoo, 2019).

Neste estudo, a relação χ^2/df (1284/198=6.4) não indica um bom ajuste aos dados, e desta feita, procede-se à verificação do ajuste do modelo pelos índices RMSEA, SRMR, CFI e TLI (Bagozzi & Yi, 2012; Heene et al., 2011). O modelo apresenta RMSEA =0.071, SRMR =0.045, CFI=0.904, todos com bom ajuste segundo a literatura acima e TLI= 0.888 indicando ajuste aceitável (Cai et al., 2023; Heene et al., 2011). Considerando-se os indicadores citados, tem-se que o modelo tem ajuste aceitável.

Tabela 3: Testes de validade e confiabilidade

Constructo	Alpha de Crombach -CA	AVE	CR
LI (Intenções de lealdade)	0,893	0,640	0,900
CBC (Confiança baseada em cognição)	0,830	0,650	0,840
CBA (Confiança baseada em afeto)	0,779	0,490	0,790
PUSH (Motivações intrínsecas)	0,546	0,240	0,550
PULL (Motivações extrínsecas)	0,774	0,430	0,800

Fonte: Resultados da pesquisa.

A confiabilidade do constructo foi testada usando o Alfa de Cronbach e Confiabilidade Composta (CR). Os dados apresentados na tabela 2 indicam que os constructos LI, CBC, CBA e *PULL* excedem o valor mínimo de 0.60, portanto, os itens são confiáveis para testar a relação entre as variáveis, medição interna do modelo (Hair et al, 2009, 2017; Baptista et al. 2020). Em alguns cenários investigados em ciências sociais, CA de 0.60 é aceitável desde que considerado com o devido cuidado no contexto da investigação (Maroco & Garcia-Marques, 2006). Nesta investigação o CA e CR de *PUSH* é próximo a 0.60 e, assim, considera-se este constructo moderadamente confiável (Hair et al. 2017), tabela 3.

A validade dos constructos foi medida pela Variância Média Extraída (AVE) apresentada na mesma tabela 3. Tem-se que LI e CBC com valores acima de 0.50 revela validade convergente aceitável. E, CBA e *PULL*, 0.49 e 0.43 respectivamente, são aceitáveis pois apresentam CR > 0,70 (Cheung et al., 2024). Porém, *PUSH* com valor 0,24 revelando que explica mais erros do que variância do constructo (Fornell & Larcker, 1981). Para a análise da validade discriminante fez-se uso do critério *Heterotrait-monotrait* (HTMT), tabela 4.

Tabela 4: HTMT

	LI	CBC	CBA	PUSH	PULL
LI	1				
CBC	0,85167	1			
CBA	0,57887	0,57663	1		
PUSH	0,11080	0,16856	0,0738	1	
PULL	0,14197	0,15213	0,0916	0,99045708	1

Fonte: Resultados da pesquisa.

A validade discriminante não se confirma para o constructo PUSH com PULL, tabela 4 (Cheung et al., 2024) e fazendo-se a análise com AVE, tem-se que, de fato, o constructo PUSH não tem validade convergente nem discriminante (tabela 3). As hipóteses formuladas (H1-H9) no modelo apresentado (figura 1) foram testadas e têm seus resultados suportados apresentados na tabela 5.

6. Resultados das hipóteses

Para testar as hipóteses (H1-H9) empregou-se a modelagem por equação estrutural (SEM) usando o “LAVAAN” (lavaan 0.6-12) do pacote “R” (R version 3.6.3 (2020-02-29)). Fez-se uso do “R” para examinar potencial multicolinearidade ($VIF < 5$) verificando que os dados estão livres de possível multicolinearidade com valores variando de 1.1070 a 4.3665, o que mostra valores bem abaixo de 5 (tabela 6).

Os resultados revelam que Intenção de Lealdade (LI) é formado por CBC ($H1=0.599$, $p < 0.001$), CBA ($H4=0.19$, $p < 0.001$) e SAT ($H9=0.33$, $p < 0.001$) indicando que CBC é o fator que mais influencia LI seguido por SAT e com menor influência de CBA (tabela 5). Tem-se desta feita que Confiança Baseada em Cognição mais influi na formação de Intenção de Lealdade.

O constructo CBC é formado por SAT ($H8=0.62$, $p < 0.001$), PULL ($H2=-4.07$, $p < 0.10$) e PUSH ($H3=8.22$, $p < 0.10$). Desta feita, tem-se que PUSH mais influencia CBC seguida por SAT. Faz-se mister destacar que se fez uso do indicador tamanho de efeito, neste caso o coeficiente de regressão de PUSH em CBC, em vez do p-valor para identificar a maior influência de PUSH em CBC (Ferreira, & Patino, 2015; Miola, & Miot, 2021). Observa-se que o fator PULL tem relação inversa com CBC, isto é, quanto maior o valor de PULL menor será CBC, aqui se considera o tamanho do efeito.

O constructo CBA é mais influenciado por PUSH ($H5=14.67$, $p < 0.10$) seguido por SAT ($H7=0.54$, $p < 0.05$) e tendo relação inversa com PULL ($H6=-7.16$, $p < 0.10$). Ressalta-se que esta análise se sustenta no tamanho de efeito.

Tabela 5: Hipóteses suportadas ou rejeitadas

Hipóteses	Relação Causal Nível de significância	Estimador Padronizado e
H1	CBC => LI	suportada (0.599***)
H2	PULL => CBC	suportada (-4.07*)
H3	PUSH => CBC	suportada (8.22*)
H4	CBA => LI	suportada (0.19***)
H5	PUSH => CBA	suportada (14.67*)
H6	PULL => CBA	suportada (-7.16*)
H7	SAT => CBA	suportada (0.54**)
H8	SAT => CBC	suportada (0.62***)
H9	SAT => LI	suportada (0.33***)

*** $p < 0.001$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Fonte: Resultados da pesquisa.

Tabela 6: Resultados da multicolinearidade VIF

```

Call:
lmdiag(mod = x, method = "VIF", na.rm = y, vif = 5)
VIF Multicollinearity Diagnostics
VIF detection
LI1 2.5512 0
LI2 2.3760 0
LI3 2.0994 0
LI4 4.3665 0
LI5 4.2690 0
CBC1 1.6667 0
CBC2 3.5555 0
CBC3 2.7122 0
CBA1 1.4668 0
CBA2 1.9468 0
CBA3 1.9736 0
CBA4 1.6971 0
PUSH1 1.2664 0
PUSH2 1.3299 0
PUSH3 1.2223 0
PUSH4 1.3882 0
PULL1 2.0454 0
PULL2 1.6673 0
PULL3 1.7083 0
PULL4 1.1070 0
PULL5 1.7608 0
NOTE: VIF Method Failed to detect multicollinearity
0 --> COLLINEARITY is not detected by the test

```

Fonte: Resultados da pesquisa.

Realizada a análise dos fatores influenciadores de LI e dos fatores CBC e CBA procede-se a análise das variáveis formadoras dos fatores citados apresentados nas tabelas 6 e 7. As análises apresentadas nas tabelas 6 e 7 foram feitas por meio de SEM com o pacote "LAVAAN" (lavaan 0.6-12) do software "R" (R version 3.6.3 (2020-02-29)).

O fator LI tem mais influência das variáveis LI4 e LI5 (0.87*** e 0.86*** respectivamente), seguido por LI1, LI2 e LI3 (0.79***, 0.75*** e 0.74***, respectivamente). Desta feita, tem-se que as variáveis LI4 e LI5 são as mais importantes na formação de LI.

O fator CBC tem maior influência de CBC2 (0.922***) seguida por CBC3 (0.829***) e menor influência de CBC1 (0.63***). O fator CBA recebe maior influência das variáveis CBA2 e CBA3 (0.782***, 0.779*** respectivamente) enquanto a variável CBC1 tem menor influência (0.634***). Ressalta-se que a identificação das variáveis de maior importância na construção dos fatores (LI, CBC e CBA) teve por base o tamanho de efeito manifesto pelo coeficiente (Ferreira, & Patino, 2015; Miola, & Miot, 2021), tabela 7.

Tabela 7: Variáveis formadoras dos fatores LI, CBC e CBA

Fator LI		CBC		CBA	
Variável	Coefficiente	Variável	Coefficiente	Variável	Coefficiente
LI1	0,79082	CBC1	0,63499	CBA1	0,55738
LI2	0,75232	CBC2	0,92290	CBA2	0,78216
LI3	0,71475	CBC3	0,82918	CBA3	0,77930
LI4	0,87036			CBA4	0,66367
LI5	0,86352				

P-valor < 0,000.

Fonte: Resultados da pesquisa.

O fator PUSH recebe maior influência de PUSH4 e PUSH2 (0.54***, 0.52*** respectivamente) e menor influência de PUSH1 e PUSH3 (0.44***, 0.43***). O fator PULL é mais influenciado por PULL1 e PULL5 (0.78*** e 0.70***), seguido por PULL2 e PULL3 (0.67***, 0.69***) e pouca influência de PULL4 (0.29***). Esta análise teve por base o tamanho de efeito como na análise anterior, tabela 8.

Tabela 8: Variáveis formadoras dos fatores PUSH e PULL.

Fator PUSH		Fator PULL	
Variável	Coeficiente	Variável	Coeficiente
PUSH1	0,44465	PULL1	0,78426
PUSH2	0,52106	PULL2	0,67349
PUSH3	0,43416	PULL3	0,69383
PUSH4	0,54073	PULL4	0,29654
		PULL5	0,70584

P-valor < 0,000.

Fonte: Resultados da pesquisa.

Observa-se que as variáveis componentes do fator PUSH apresentam baixos coeficientes em comparação com as variáveis componentes de LI, CBC e CBA e com as componentes de PULL, em especial, a PULL4 (0.296***). Tem-se que os baixos coeficientes das variáveis de PUSH mostram-se congruentes com a AVE (tabela 2) desse fator e a relação entre PUSH e PULL pela análise discriminante -HTMT (tabela 8).

Considerando-se os dados e análises supra verifica-se que o fator que mais influencia LI é CBC seguido por SAT e CBA. Esses dados indicam que cognição é mais importante que afeição e satisfação na formação de LI, e SAT mais importante que afeição. E, a formação de CBC é mais influenciada por PUSH, indicando que escapar da rotina é a principal motivação para o aprendizado de onde ir gerando a CBC. Isto indica que informações utilitárias são mais importantes que as afetivas. E, nestas as variáveis PUSH2 e 4 são as que mais influem na CBC e conseqüentemente na LI.

7. Considerações finais

Este estudo teve como objetivo identificar os antecedentes da confiança do consumidor em aplicativos de viagem para smartphones e mensurar a influência da confiança sobre as intenções de lealdade dos consumidores. Os resultados mostraram que a confiança baseada em cognição (CBC) é o fator que mais influencia a intenção de lealdade, seguido pela satisfação e confiança baseada em afeto (CBA). Os resultados também mostraram que a motivação *push* e a satisfação influenciaram positivamente a CBC e a CBA, enquanto a motivação *pull* influenciou negativamente a CBC e a CBA.

Esses resultados sugerem que os consumidores confiam mais em aplicativos de viagem que são percebidos como competentes e confiáveis. Além disso, os consumidores que estão satisfeitos com sua experiência com o aplicativo de viagem são mais propensos a confiar nele. Finalmente, os consumidores que são motivados por fatores internos, como a necessidade de relaxamento ou aventura, são mais propensos a confiar em aplicativos de viagem.

Os resultados deste estudo têm várias implicações práticas para os profissionais de marketing de turismo. Primeiro, os profissionais de marketing de turismo devem se concentrar em construir confiança com os consumidores, fornecendo informações precisas e úteis, oferecendo um bom atendimento ao cliente e criando experiências positivas. Segundo, os profissionais de marketing de turismo devem se concentrar em satisfazer os consumidores, fornecendo um aplicativo de viagem fácil de usar e oferecendo uma variedade de serviços. Terceiro, os profissionais de marketing de turismo devem se concentrar

em motivar os consumidores, destacando os benefícios internos de usar o aplicativo de viagem, como a capacidade de relaxar ou ter uma aventura.

Estudos futuros podem examinar se esses resultados são generalizáveis para turistas de outros países. Este estudo utilizou um desenho transversal. Estudos futuros podem utilizar um desenho longitudinal para examinar como a confiança e a intenção de lealdade mudam ao longo do tempo. Este estudo não examinou o papel de outros fatores que podem influenciar a confiança e a intenção de lealdade, como o preço e a qualidade do serviço. Estudos futuros podem examinar o papel desses fatores. O instrumento de coleta de dados precisa de ajuste, uma vez que não há boa validade discriminante devido ao constructo PUSH.

Realizar uma análise mais aprofundada da literatura sobre motivações de viagem, buscando identificar possíveis inconsistências na definição e operacionalização dos constructos PUSH e PULL. Revisar e refinar os itens do questionário que medem as motivações PUSH e PULL, buscando maior clareza e precisão na sua formulação. Aplicar o instrumento revisado em um novo teste piloto com uma amostra menor de participantes, buscando identificar possíveis problemas de compreensão ou interpretação dos itens. Realizar uma análise fatorial confirmatória (AFC) com os dados coletados no estudo principal, buscando avaliar a validade discriminante dos constructos PUSH e PULL após o refinamento do instrumento. Considerar a possibilidade de excluir o constructo PUSH do modelo ou buscar alternativas para medir as motivações intrínsecas dos turistas, caso a validade discriminante ainda seja insatisfatória após o refinamento do instrumento. Interpretar os resultados da análise, levando em consideração as limitações do estudo e as possíveis implicações das decisões tomadas em relação ao constructo PUSH.

Apesar dessas limitações, este estudo fornece informações valiosas sobre os antecedentes da confiança do consumidor em aplicativos de viagem para smartphones e a influência da confiança sobre as intenções de lealdade dos consumidores. Os resultados deste estudo podem ser usados para melhorar o design e o marketing de aplicativos de viagem.

Bibliografia

- Adongo, R., (Sam) Kim, S., & Elliot, S. (2019). “Give and take”: A social exchange perspective on festival stakeholder relations. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.005>
- Aguirre, E., Mahr, D., Grewal, D., de Ruyter, K., & Wetzels, M. (2015). Unraveling the personalization paradox: The effect of information collection and trust-building strategies on online advertisement effectiveness. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2014.09.005>
- Alaei, A.R., Becken, S., & Stantic, B. (2019). Sentiment Analysis in Tourism: Capitalizing on Big Data. In *Journal of Travel Research* (Vol. 58, Issue 2). <https://doi.org/10.1177/0047287517747753>
- Andreu, L., Aldás, J., Bigné, J. E., & Mattila, A.S. (2010). An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality in travel agency-supplier relationships. *Tourism Management*, 31(6), 777–787. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.004>
- Bagozzi, R.P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Baptista, E. A., Saldanha, E. S., & Vong, M. (2020). The mediating effect of tourist satisfaction among pull and push factors on tourists’ behavioural intentions. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2, 66-70.
- Baloglu, S., Zhong, Y.Y. (Susan), & Tanford, S. (2017). Casino Loyalty: The Influence of Loyalty Program, Switching Costs, and Trust. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/1096348014550922>
- Buhalis, D., Parra López, E., & Martinez-Gonzalez, J.A. (2020). Influence of young consumers’ external and internal variables on their e-loyalty to tourism sites. *Journal of Destination Marketing and Management*, 15. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100409>
- Cai, L., Chung, S. W., & Lee, T. (2023). Incremental Model Fit Assessment in the Case of Categorical Data: Tucker–Lewis Index for Item Response Theory Modeling. *Prevention Science*, 24(3). <https://doi.org/10.1007/s11121-021-01253-4>
- Cheng, V.T.P., & Loi, M.K. (2014). Handling Negative Online Customer Reviews: The Effects of Elaboration Likelihood Model and Distributive Justice. In *Journal of Travel and Tourism Marketing*. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.861694>
- Cheung, G.W., Cooper-Thomas, H.D., Lau, R.S., & Wang, L.C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41(2). <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>

- Chi, C.G.Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29(4), 624-636.
- Cho, S.H., & Kim, C.S. (2019). Consumer attitudes, intention to use technology, purchase intention of Korean 20's women on the acceptance of fashion augmented reality (FAR) with the application of the UTAUT Model. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 43(1), 125-137.
- Chuang, S.H. (2018). Facilitating the chain of market orientation to value co-creation: The mediating role of e-marketing adoption. *Journal of Destination Marketing and Management*, 7. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.007>
- Cohen, S.A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 17, Issue 10). <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4). [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dann, G.M.S. (2001). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219.
- Darke, P.R., Brady, M.K., Benedicktus, R.L., & Wilson, A.E. (2016). Feeling Close From Afar: The Role of Psychological Distance in Offsetting Distrust in Unfamiliar Online Retailers. *Journal of Retailing*. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.02.001>
- Dedeoğlu, B. B., Van Niekerk, M., Weinland, J., & Celuch, K. (2019). Re-conceptualizing customer-based destination brand equity. *Journal of Destination Marketing and Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.04.003>
- Devkota, N., Gajdka, K., Siwakoti, R., Klímová, M., & Dhakal, K. (2023). Promoting Sustainable Tourist Behavior through Promotional Marketing. *Journal of Tourism and Services*, 14(26). <https://doi.org/10.29036/jots.v14i26.512>
- Dolnicar, S. (2013). Asking Good Survey Questions. *Journal of Travel Research*, 52(5). <https://doi.org/10.1177/0047287513479842>
- Duong, L.N., Pham, L.H., & Hoang, T.T.P. (2023). Applying push and pull theory to determine domestic visitors' tourism motivations. *Journal of Tourism and Services*, 14(27), 136-160.
- El-Sheikh, A.A., Abonazel, M.R., & Gamil, N. (2017). A review of software packages for structural equation modeling: A comparative study. *Applied Mathematics and Physics*, 5(3), 85-94.
- Escobar-Rodríguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2014). Online purchasing tickets for low cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism Management*, 43, 70–88.
- Ferreira, J.C., & Patino, C.M. (2015). O que realmente significa o valor-p?. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, 41(5), 485-485.
- Fazili, A.I., Charag, A.H., Bashir, I., Alshiha, A.A., & Sofi, M.R. (2023). Conflicts and tourists' destination choice intention: a study of Kashmir Valley in India. *Tourism Review*, 78(5). <https://doi.org/10.1108/TR-04-2022-0177>
- FGVcia (2025). *Pesquisa do uso de TI no Brasil*. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/producao-intelectual/pesquisa-anual-uso-ti> Acesso em: 12 Jul. 2025.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3). <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- Gregori, N., Daniele, R., & Altinay, L. (2013). Affiliate Marketing in Tourism: Determinants of Consumer Trust. *Journal of Travel Research*, 53(2), 196–210. <https://doi.org/10.1177/0047287513491333>
- Gundlach, G.T., & Cannon, J.P. (2010). "Trust but verify"? The performance implications of verification strategies in trusting relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*. <https://doi.org/10.1007/s11747-009-0180-y>
- Gursoy, D., Milito, M.C., & Nunkoo, R. (2017). Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. *Journal of Destination Marketing and Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.09.003>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2009). *Análise Multivariada de dados*. In A. E. S.A. (Ed.), *Ebook* (6a ed.).
- Hair Jr., J.F., Matthews, L.M., Matthews, R.L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2). <https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.10008574>
- Haji-Othman, Y., & Yusuff, M.S.S. (2022). Assessing reliability and validity of attitude construct using partial least squares structural equation modeling. *Int J Acad Res Bus Soc Sci*, 12(5), 378-385.

- Han, H., & Hyun, S.S. (2017). Drivers of customer decision to visit an environmentally responsible museum: Merging the theory of planned behavior and norm activation theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(9), 1155-1168.
- Heene, M., Hilbert, S., Draxler, C., Ziegler, M., & Bühner, M. (2011). Masking Misfit in Confirmatory Factor Analysis by Increasing Unique Variances: A Cautionary Note on the Usefulness of Cutoff Values of Fit Indices. *Psychological Methods*, 16(3). <https://doi.org/10.1037/a0024917>
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. R. "Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit." *The Electronic Journal of Business Research Methods* Volume 6 Issue 1 2008, pp. 53 - 60, Conventional criteria versus new alternatives. *Multidisciplinary Journal*, 6(1).
- Huang, C.-C., Wang, Y.-M., Wu, T.-W., & Wang, P.-A. (2013). An empirical analysis of the antecedents and performance consequences of using the moodle platform. *International Journal of Information and Education Technology*, 3(2), 217.
- de Paula, J., & Ferreira Gugliano, B. (2021). Desenvolvendo um aplicativo móvel de viagem para o público feminino. *Revista Poliedro*, 5(6). <https://doi.org/10.15536/2594-4398.2021.v5.n6.pp.236-254.2656>
- Jessup, S.A., & Schneider, T.R. (2020). The role of emotions in human-robot interactions. In *Trust in Human-Robot Interaction*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819472-0.00022-8>
- Ji, M., Wong, I. K. A., Eves, A., & Scarles, C. (2016). Food-related personality traits and the moderating role of novelty-seeking in food satisfaction and travel outcomes. *Tourism Management*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.003>
- Kalaignanam, K., Kushwaha, T., & Rajavi, K. (2018). How Does Web Personalization Create Value for Online Retailers? Lower Cash Flow Volatility or Enhanced Cash Flows. *Journal of Retailing*, 94(3), 265–279. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2018.05.001>
- Kallmuenzer, A., Peters, M., & Buhalis, D. (2020). The role of family firm image perception in host-guest value co-creation of hospitality firms. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1611746>
- Kaushik, A. K., Agrawal, A. K., & Rahman, Z. (2015). Tourist behaviour towards self-service hotel technology adoption: Trust and subjective norm as key antecedents. *Tourism Management Perspectives*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.09.002>
- Khamitov, M., Wang, X. (shane), Thomson, M., Morwitz, V. G., Inman, J. J., & Hoegg, J. (2019). How Well Do Consumer-Brand Relationships Drive Customer Brand Loyalty? Generalizations from a Meta-Analysis of Brand Relationship Elasticities. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucz006>
- Kim, J.H. (2018). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7). <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- Kim, M.J., Bonn, M., & Lee, C.K. (2020). The effects of motivation, deterrents, trust, and risk on tourism crowdfunding behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(3), 244-260.
- Kim, M.J., Chung, N., Lee, C.-K., & Preis, M.W. (2015). Online Group-Buying of Tourism Products: Effects of Value and Trust on Site Attachment, Altruism, and Loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(8), 935–952. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.955901>
- Kim, M.J., Chung, N., & Lee, C.K. (2011). The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products and services in South Korea. *Tourism Management*, 32(2). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.01.011>
- Kitsios, F., Mitsopoulou, E., Moustaka, E., & Kamariotou, M. (2022). User-Generated Content behavior and digital tourism services: A SEM-neural network model for information trust in social networking sites. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1). <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2021.100056>
- Klenosky, D.B. (2002). The “pull” of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of travel research*, 40(4), 396-403.
- Lee, J., Lee, J.-N., & Tan, B.C.Y. (2015). Antecedents of cognitive trust and affective distrust and their mediating roles in building customer loyalty. *Information Systems Frontiers*, 17(1), 159–175. <https://doi.org/10.1007/s10796-012-9392-7>
- Lee, S. W. (2017). Circulating East to East: Understanding the Push–Pull Factors of Chinese Students Studying in Korea. *Journal of Studies in International Education*, 21(2). <https://doi.org/10.1177/1028315317697540>

- Lee, Y.K., Kim, S., Lee, C.K., & Kim, S.H. (2014). The Impact of a Mega Event on Visitors' Attitude Toward Hosting Destination: Using Trust Transfer Theory. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(4). <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.883347>
- Legood, A., van der Werff, L., Lee, A., den Hartog, D., & van Knippenberg, D. (2023). A Critical Review of the Conceptualization, Operationalization, and Empirical Literature on Cognition-Based and Affect-Based Trust. *Journal of Management Studies*, 60(2), 495–537. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/joms.12811>
- MDIC (2024). E-commerce no Brasil cresce 4% e alcança R\$ 196 bi em 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/setembro/e-commerce-no-brasil-cresce-4-e-alcanca-r-196-bi-em-2023> Acesso em: 12 Jul. 2025.
- Maroco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas?. *Laboratório de psicologia*, 4(1), 65-90.
- Marshall, M.N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6). <https://doi.org/10.1093/fampra/13.6.522>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3), 709-734.
- McEvily, B., Zaheer, A., & Kamal, D.K.F. (2017). Mutual and exclusive: Dyadic sources of trust in interorganizational exchange. *Organization Science*, 28(1), 74–92. <https://doi.org/10.1287/orsc.2016.1102>
- Mehmetoglu, M. (2011). Examining the relationship between push and pull factors through partial least-squares path modeling. In *Advances in hospitality and leisure* (pp. 153-171). Emerald Group Publishing Limited.
- Mendes Filho, L., Batista, J.O., Cacho, A.N.B., & Soares, A.L.V. (2017). Aplicativos Móveis e Turismo: Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. *Rosa Dos Ventos*, 9(2), 179–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.18226/21789061.v9i2p179>
- Meyer, S. (2020). Understanding the COVID-19 Effect on Ecommerce. In *Big Commerce*.
- Miola, A.C., & Miot, H.A. (2021). P-valor e dimensão do efeito em estudos clínicos e experimentais. *Jornal Vascular Brasileiro*, 20, e20210038.
- Mobile Time / Opinion Box (2024). *Pagamentos móveis e comércio móvel no Brasil*. Disponível em: <https://www.mobilettime.com.br/pesquisas/> Acesso em 12 Jul. 2025.
- Mohamed, N., & Othman, N. (2016). Push and Pull Factor: Determining the visitors' satisfactions at urban recreational area. *Asian Journal of Environment-Behaviour Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.21834/aje-bs.v1i1.169>
- Möllering, G. (2015). The practical wisdom of trust: An interview with Bart Nooteboom. In *Journal of Trust Research*, 5(2). <https://doi.org/10.1080/21515581.2015.1070731>
- Morgan, R.M., & Hunt, S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58(3), 20-38.
- Moshagen, M., & Auerswald, M. (2018). On congruence and incongruence of measures of fit in structural equation modeling. *Psychological Methods*, 23(2). <https://doi.org/10.1037/met0000122>
- Nunkoo, R., & Smith, S.L.J. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism Management*, 36, 120–132. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.018>
- Nusair, K.K., Bilgihan, A., Okumus, F., & Cobanoglu, C. (2013). Generation Y travelers' commitment to online social network websites. *Tourism Management*, 35, 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.005>
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Omnichat. (2023). *Conversational Commerce: uma tendência que veio para ficar*. https://omni.chat/conversational-commerce-ecbr23/?utm_source=linkedin&utm_campaign=linkedin_post&utm_medium=post_04_08
- Özdemir, A. S. (2020). Recreational Travel Decisions: Push-Pull Dynamics on College Students. *International Education Studies*, 13(4). <https://doi.org/10.5539/ies.v13n4p119>
- Pereira, G., & Gosling, M. (2019). Push and pull motivations of Brazilian travel lovers. *Brazilian Business Review*, 16(1), 63–86. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.5>
- Petrescu, M. (2013). Marketing research using single-item indicators in structural equation models. *Journal of Marketing Analytics*, 1(2), 99–117. <https://doi.org/10.1057/jma.2013.7>

- Preston, D.B., Starks, M.T., & Cain, R.E. (2003). A Discussion of Chain Referral As a Method of Sampling Hard-to-Reach Populations. *Journal of Transcultural Nursing*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/1043659602250614>
- Ranganathan, S.K., Madupu, V., Sen, S., & Brooks, J.R. (2013). Affective and cognitive antecedents of customer loyalty towards e-mail service providers. *Journal of Services Marketing*, 27(3). <https://doi.org/10.1108/08876041311330690>
- Rousseau, D.M., Sitkin, S.B., Burt, R.S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. In *Academy of Management Review*. <https://doi.org/10.5465/AMR.1998.926617>
- Roy, H., Hall, C.M., & Ballantine, P. (2017). Trust in local food networks: The role of trust among tourism stakeholders and their impacts in purchasing decisions. *Journal of Destination Marketing and Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.07.002>
- Sahoo, M. (2019). Structural Equation Modeling: Threshold Criteria for Assessing Model Fit. In *Methodological Issues in Management Research: Advances, Challenges, and the Way Ahead*. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-973-220191016>
- Santos, F.A. do N., Mayer, V.F., & Marques, O. (2019). Precificação dinâmica e percepção de justiça em preços: um estudo sobre o uso do aplicativo Uber em viagens. *Revista Turismo Visão e Ação*, 21(3).
- Saunders, M., Lewis, P., and Thornhill, A. (2009). Research methods for business students. In *Prentice Hall: Financial Times*. (Vol. 30, Issue 1).
- Schaubroeck, J.M., Peng, A.C., & Hannah, S.T. (2013). Developing trust with peers and leaders: Impacts on organizational identification and performance during entry. *Academy of Management Journal*. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0358>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.
- Schirmer, N., Ringle, C.M., Gudergan, S.P., & Feistel, M.S.G. (2018). The link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics. *Journal of Strategic Marketing*, 26(4). <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1240214>
- Su, L., Hsu, M.K., & Swanson, S. (2014). The Effect of Tourist Relationship Perception on Destination Loyalty at a World Heritage Site in China: The Mediating Role of Overall Destination Satisfaction and Trust. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(2), 180–210. <https://doi.org/10.1177/1096348014525630>
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N.N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7). <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2023). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in web of science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 24(1), 24-50.
- Veasna, S., Wu, W.Y., & Huang, C.H. (2013). The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image. *Tourism Management*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.007>
- Wang, Y., Asaad, Y., & Filieri, R. (2019). What Makes Hosts Trust Airbnb? Antecedents of Hosts' Trust toward Airbnb and Its Impact on Continuance Intention. *Journal of Travel Research*, 59(4), 686–703. <https://doi.org/10.1177/0047287519855135>
- Williams, A.M., & Baláz, V. (2021). Tourism and Trust: Theoretical Reflections. *Journal of Travel Research*, 60(8). <https://doi.org/10.1177/0047287520961177>
- Wolf, E. J., Harrington, K.M., Clark, S.L., & Miller, M.W. (2013). Sample Size Requirements for Structural Equation Models: An Evaluation of Power, Bias, and Solution Propriety. *Educational and Psychological Measurement*, 76(6), 913–934. <https://doi.org/10.1177/0013164413495237>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

Recibido: 14/07/2025

Reenviado: 17/10/2025

Aceptado: 21/10/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos



Politecnico di Torino



DAD
Dipartimento di Architettura e Design

The 8th International Conference on:

Cultural Sustainable Tourism (CST)



08-10 SEP, 2026

Polytechnic University of Turin, Italy



The 8th International Conference on: CULTURAL SUSTAINABLE TOURISM (CST)

08, Sep / 10, Sep 2026

Hosted:

Polytechnic University of Turin, Italy

in Collaboration with

University of Maia, Portugal

Conference Email

cst@ierek-scholar.org

<https://www.ierek.com/events/cultural-sustainable-tourism-cst-8th-edition#introduction>

The Eighth Edition of the *Cultural Sustainable Tourism (CST)* conference is set to be hosted on **September 8th-10th, 2026**. Building upon the great success of its seven preceding editions, CST 2026 marks itself as a reference on the intersection of culture, **tourism, and sustainability**. CST 2026 will focus on "**Regenerative models of future tourism.**" This overarching theme in the tourism sector aims to actively enhance cultural integrity, ecological health, and social equity, leaving destinations more vibrant and resilient than before. We aim to explore how cultural tourism can become a genuine force for positive change, moving beyond mere preservation to active regeneration.

Organization

IEREK – International Experts for Research Enrichment and Knowledge Exchange

www.ierek.com



IEREK



Springer



EUS INSTITUTE GmbH

INQUIRE. RESOLVE & FORESEE

¿Avanza la transformación digital del enoturismo español? Barreras y retos

Manuel Velasco-Carretero*

Escuela de Doctorado Universidad de Málaga (España)

Antonio Guevara-Plaza Carlos Rossi-Jiménez*****

Universidad de Málaga (España)

Resumen: El sector enoturístico español se encuentra en una fase de transición digital. Este estudio cuantitativo analiza el nivel de adopción tecnológica y las percepciones de 356 entidades de las rutas del vino en España. Los resultados revelan un uso generalizado de herramientas básicas como el correo electrónico y las redes sociales. Sin embargo, la implementación de tecnologías avanzadas como sistemas de gestión de las relaciones con los clientes o la automatización del marketing es significativamente baja. Las principales barreras para esta adopción son la falta de conocimiento tecnológico y la falta de presupuesto. En cuanto a la Inteligencia Artificial Generativa, existe una notable incertidumbre sobre su potencial para mejorar la personalización del marketing y la toma de decisiones. El estudio concluye que es necesario superar estas barreras mediante inversión, formación y colaboración para optimizar la gestión y el desarrollo sostenible del sector.

Palabras clave: Enoturismo; Digitalización; Sostenibilidad; Rutas del vino; España.

Is the digital transformation of Spanish wine tourism progressing? Barriers and challenges

Abstract: The Spanish wine tourism sector is undergoing a digital transition. This quantitative study analyses the level of technological adoption and the perceptions of 356 wine route entities in Spain. The results reveal widespread use of basic tools such as email and social media. However, the implementation of advanced technologies such as customer relationship management systems and marketing automation is significantly low. The main barriers to this adoption are a lack of technological knowledge and a lack of budget. Regarding Generative Artificial Intelligence, there is considerable uncertainty about its potential to improve marketing personalisation and decision-making. The study concludes that these barriers must be overcome through investment, training and collaboration to optimize management and achieve sustainable development in the sector.

Keywords: Wine Tourism; Digitalization; Sustainability; Wine routes; Spain.

I. Introducción

El enoturismo se ha consolidado como un sector estratégico en España, transitando desde la visita a bodegas hacia un complejo modelo de gestión de destino. En este nuevo marco, la competitividad futura depende de una transformación digital que posibilite optimizar la gestión y mejorar la colaboración entre los distintos actores (Maldonado et al., 2019; Lopes et al., 2022).

A pesar de su importancia, la literatura científica muestra un claro desequilibrio. Los estudios sobre digitalización en el enoturismo se centran en la perspectiva del turista, analizando aspectos como la

* <https://orcid.org/0009-0005-6473-1747>; E-mail: m.velasco@uma.es

** <https://orcid.org/0000-0002-2400-0668>; E-mail: guevara@uma.es

*** <https://orcid.org/0000-0002-5465-2501>; E-mail: rossi@uma.es

Cite: Velasco-Carretero, M.; Guevara-Plaza, A. & Rossi-Jiménez, C. (2026). ¿Avanza la transformación digital del enoturismo español? Barreras y retos. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 337-358. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.023>.

experiencia, la promoción, la co-creación de valor y la demanda, o en el vínculo entre digitalización y sostenibilidad. Si bien estos trabajos confirman la importancia de las plataformas digitales para la promoción y la imagen de destino, se desatiende la gestión operativa interna de los agentes activos que generan los servicios enoturísticos, que denominamos miembros del marco enoturístico o de rutas del vino, y el nivel real de implementación tecnológica en el sector.

Se carece, por tanto, de un diagnóstico cuantitativo a gran escala sobre el nivel real de adopción tecnológica por parte de las entidades que generan servicios enoturísticos, las barreras que la frenan (como la falta de presupuesto o conocimiento) y la percepción del sector ante innovaciones como la Inteligencia Artificial (IA) en el contexto español. Es precisamente este análisis cuantitativo sobre la adopción y las barreras en las entidades de las rutas del vino en España la aportación central del presente estudio, sentando las bases para comprender el estado actual de la digitalización del sector.

En respuesta a esta fisura de conocimiento, el objetivo general de la investigación es analizar la situación digital del sector enoturístico español.

Para alcanzar este propósito, el estudio persigue los siguientes objetivos específicos:

- Evaluar el nivel de adopción tecnológica de las entidades que componen las rutas del vino.
- Identificar las principales barreras (económicas, de conocimiento, etc.) que limitan la implementación de nuevas tecnologías en el sector.
- Analizar la familiaridad, uso y percepción sobre el potencial de la Inteligencia Artificial Generativa (IAG) para mejorar tareas de gestión, marketing y toma de decisiones.
- Examinar el estado de la colaboración entre las entidades de las rutas del vino y la percepción sobre el papel que puede jugar la tecnología para fortalecerla.

Para cubrir este vacío, el estudio analiza el potencial digital de los miembros (agentes generadores del servicio enoturístico) de las rutas del vino españolas, ofreciendo un diagnóstico que permita mejorar la toma de decisiones a los miembros y gestores de destino, impulsando la rentabilidad y el desarrollo sostenible.

La investigación adopta una metodología mixta (cuantitativa, cualitativa y participativa), que posibilita abordar el problema desde múltiples perspectivas, enriqueciendo la comprensión del fenómeno, si bien, por economía de espacio, este artículo, al centrarse en la fase cuantitativa mediante una encuesta estructurada, analiza los datos cuantitativos representativos y estadísticamente válidos sobre el estado de la digitalización en el sector.

2. Marco teórico

En este punto se establecen las bases conceptuales sobre las que se fundamenta la investigación, buscando proporcionar el contexto necesario para comprender cómo la implementación de tecnologías digitales puede optimizar las relaciones interempresariales entre los generadores del servicio enoturístico en una ruta del vino y contribuir a un desarrollo turístico más sostenible y competitivo.

El recorrido argumental parte de la conceptualización del enoturismo como un sector estratégico en evolución, analizando la transformación digital como un imperativo ineludible en el turismo moderno y detallando las oportunidades y barreras específicas de la digitalización en este sector.

El punto de partida para cualquier análisis del enoturismo en España es reconocer el peso del sector vitivinícola. Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España (2025), el país es líder mundial en extensión de viñedos, con una actividad económica que genera miles de empleos y aporta significativamente al PIB nacional, actuando como motor de la economía.

Esta base productiva ha permitido que el término enoturismo experimente una evolución. Las conceptualizaciones iniciales, como las de Macioni & Hall (1998), lo definían de forma sencilla como las visitas a bodegas o viñedos, extendiéndose a eventos donde la degustación era el principal atractivo para el visitante.

Pero esta visión centrada en el producto se demostró rápidamente limitada. Fueron Getz et al. (1999) quienes ampliaron significativamente el concepto al incorporar la influencia cultural, social y económica del vino, incluyendo la historia y el patrimonio de las regiones vitivinícolas. Esta evolución ha culminado en un enfoque mucho más sofisticado, interpretando la “economía de la experiencia” de autores como Elbe et al. (2009) y Gilmore & Pine (1999).

Desde esta perspectiva, la experiencia del enoturismo ya no es pasiva. La intersección entre la tradición y las innovaciones tecnológicas está transformando al visitante en un participante activo, ofreciéndole una inmersión más rica y significativa en el patrimonio de cada zona. La tecnología, por tanto, juega un papel importante tanto en la promoción como en la configuración y mejora de estas experiencias memorables (Szpilko, 2017).

Este enfoque multidimensional, que integra gastronomía, cultura, paisaje y, cada vez más, sostenibilidad (Kirafova, 2019), ha consolidado al enoturismo como un potente motor de desarrollo local y un medio para aumentar la competitividad de las bodegas (Maldonado et al., 2019; Lopes et al., 2022). En este modelo, que se asemeja más a la gestión de un destino turístico complejo que a la simple venta de un producto, emergen estructuras organizativas claves.

En cuanto a las Denominaciones de Origen (DDO), estas son fundamentales para asegurar la calidad y singularidad del producto (Yagüe et al., 2002), mientras que las rutas del vino articulan eficazmente los diversos recursos del territorio, generando un ambiente propicio para la inversión (Molina et al., 2022). Por todo ello, se hace perentoria la implementación de estrategias que acrecienten el valor añadido de los productos con denominación de origen (DO) y aprovechen el enoturismo como una herramienta de promoción integral y coordinada (López et al., 2008).

Este nuevo y complejo modelo de gestión de destino se enfrenta, a su vez, a un imperativo ineludible del siglo XXI, puesto que en un mundo cada vez más interconectado y digitalizado (Ammirato et al., 2022; Anglani et al., 2023), el sector turístico en su conjunto enfrenta retos y oportunidades sin precedentes.

En ese sentido, la implementación de tecnologías digitales inteligentes (Yildiz et al., 2024), ha dejado de ser una opción para convertirse en una prioridad estratégica para los responsables territoriales que buscan mejorar la competitividad. El turismo inteligente emerge como una solución para gestionar eficientemente los recursos, ofrecer experiencias personalizadas y potenciar el desarrollo socioeconómico local (Soldato et al., 2024).

Esta solución se traslada directamente al sector del vino, donde, interpretando a Buhalis (2019), se define “enoturismo inteligente” como un enfoque integral que utiliza tecnologías avanzadas para transformar la manera en que los destinos interactúan con los visitantes, desde la planificación del viaje hasta la interacción “post-visita”. La industria turística se encuentra en lo que Buhalis et al. (2019), denominan “el paso crítico de la transformación digital”, con un enorme potencial para automatizarse de manera inteligente.

Por ello, la digitalización y la transformación tecnológica se han posicionado ya como elementos concluyentes para el desarrollo y la competitividad en el enoturismo (Heredia et al., 2023). Este imperativo se ha visto dramáticamente catalizado por crisis globales como la pandemia de COVID-19, que obligaron a los operadores a reevaluar sus modelos de negocio y adoptar enfoques más sostenibles y digitalizados para asegurar su supervivencia y posterior crecimiento (Festa et al., 2023; Heredia et al., 2023; Piras, 2024).

En cuanto a los retos y oportunidades de la digitalización en el enoturismo, la literatura subraya de forma consistente la profunda interconexión entre digitalización, sostenibilidad y rendimiento económico en el enoturismo (Festa et al., 2023; Piras, 2024). Estudios en bodegas italianas, por ejemplo, han observado que un mayor grado de digitalización se asocia directamente con una mayor sostenibilidad y un mejor desempeño económico (Festa et al., 2023).

La tecnología, por tanto, actúa como una variable que impulsa la innovación en productos, procesos y modelos de negocio, facilitando la valorización de datos para una evolución sostenible (Festa et al., 2023; Piras, 2024).

A su vez, las plataformas digitales, como sitios web y redes sociales, son instrumentos básicos para la promoción (Fernández Portela et al., 2020; Piras, 2024; Zamarreño et al., 2021), sirviendo como primer punto de contacto para los consumidores y siendo clave para construir una imagen de destino positiva. La disponibilidad de información multilingüe en estos canales, por ejemplo, es un factor crítico para la proyección internacional (Fernández Portela et al., 2020).

Pero más allá de la promoción, la digitalización impulsa transformaciones organizacionales profundas, que abarcan desde la cocreación de valor turístico hasta la personalización de productos mediante IA (Chen, 2025), e, incluso, la creación de nuevos activos digitales, como los tokens no fungibles (NFT), para garantizar la trazabilidad del vino (Chen, 2025). El comercio electrónico, por su parte, ha demostrado ser vital para mantener las ventas durante periodos de restricciones (Chen, 2025; Heredia et al., 2023; Piras, 2024; Zamarreño et al., 2021).

Dentro del abanico de tecnologías actuales, la IA está modificando la forma en que vivimos y viajamos (Kong et al., 2023). Su uso en el sector turístico no es nuevo, encontrándose en actividades de gestión, planificación y promoción (Tussyadiah, 2020; Hemmingthorn et al., 2022). La pandemia aceleró su adopción para facilitar servicios sin contacto, como el registro automático o el reconocimiento facial (Morosan, 2019; Zhang et al., 2021), y para el análisis masivo de datos sobre el comportamiento de los turistas y la personalización del marketing (Rahmadian et al., 2022; Mariani et al., 2022). Se espera que su desarrollo avance en los próximos años (Webster, et al., 2021), y las grandes empresas ya la utilizan para mejorar su desempeño organizacional y optimizar procesos comerciales (Enholm et al., 2021).

A pesar de este potencial, la implementación de la digitalización enfrenta importantes retos, especialmente en un sector tan atomizado como el enoturismo. Persisten limitaciones en la experiencia

virtual en comparación con la física (Chen, 2025; Zamarreño et al., 2021), así como preocupaciones sobre la protección de datos y la privacidad (Chen, 2025).

Quizás, el obstáculo más significativo y estructural es la infraestructura digital deficiente en áreas rurales, donde se asienta la mayor parte de la actividad enoturística, que puede obstaculizar la conectividad y el desarrollo de actividades económicas dependientes de internet (Fernández Portela et al., 2020; Heredia et al., 2023; Piras, 2024).

Superar estas barreras requiere inversiones considerables y, de forma crítica, programas de capacitación para que el personal pueda adaptarse a las nuevas herramientas y procesos digitales (Chen, 2025; Heredia et al., 2023; Piras, 2024).

Es precisamente en esta fisura —la falta de un diagnóstico cuantitativo exhaustivo y a gran escala sobre el nivel real de adopción tecnológica, las barreras percibidas y el potencial de la IA en el sector enoturístico— donde se enmarca y justifica la presente investigación. El estudio busca responder a esa necesidad, proporcionando datos empíricos que permitan comprender el estado actual de la digitalización y sentar las bases para un modelo de gestión optimizado.

3. Metodología

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación más amplio con un enfoque metodológico mixto, empleando tres métodos: cuantitativo (el que nos ocupa), cualitativo (entrevistas a comité de expertos) y participativo (realización de talleres con miembros de marcos enoturísticos). La combinación de estas metodologías posibilita abordar el problema de investigación desde diferentes perspectivas, enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado y fortaleciendo la validez de los resultados. Nos centraremos en el método cuantitativo.

La investigación cuantitativa se lleva a cabo mediante el diseño y la administración de una encuesta estructurada. Inicialmente, se define la población objetivo, que estará compuesta por los miembros del marco enoturístico en estudio. Posteriormente, se determina una muestra representativa de esta población, a la cual se aplicará la encuesta. El instrumento se diseña para recopilar datos sobre las prácticas de gestión comercial actuales, el nivel de adopción de tecnologías, el conocimiento y cumplimiento del marco legal, y los indicadores de rentabilidad y sostenibilidad. Los datos obtenidos se analizan mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, con el fin de identificar patrones, relaciones y tendencias.

Para llevar a cabo este estudio es necesario definir y calcular el tamaño de la población objetivo, proceso que implica identificar a todos los actores relevantes que conforman la oferta enoturística dentro de las rutas del vino seleccionadas (Cuadro 1).

El primer paso es delimitar quiénes son considerados “generadores de oferta enoturística”, lo que incluye a bodegas, viticultores, alojamientos, restaurantes, enotecas y tiendas especializadas, museos y centros de interpretación del vino, agencias de viajes y turoperadores. Igualmente, hay que tener en cuenta a la administración pública (ayuntamientos, corporaciones de derecho público y otros entes) y a otras entidades (empresas de servicios, artesanos locales...).

Es importante asegurar que la población objetivo sea lo más precisa y completa posible. Por ello, dado el objetivo de la investigación, se decidió concretar la población a partir de los datos de las organizaciones más representativas del sector.

3.1. Identificación de la Población

A tal efecto, el estudio se concentró en el ámbito territorial específico de España, conformado por rutas del vino. Por lo tanto, fue necesario identificar los datos de los miembros de rutas del vino que se incluirían en el estudio.

Para ello, la investigación se centró en las dos organizaciones existentes a nivel nacional: La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), mayoritaria, y la Asociación Española de Enoturismo (AEE), minoritaria, punto de partida para obtener un listado oficial de miembros de rutas del vino certificadas en España.

El estudio reconoce que circunscribir la población del marco enoturístico español a los miembros de ACEVIN y la AEE tiene limitaciones, como la exclusión de empresas no asociadas o informales, y posibles sesgos en la representatividad. Pero esta elección se justifica por razones pragmáticas (recursos y plazos limitados) y estratégicas, ya que estas asociaciones son las más relevantes y accesibles, agrupando a los actores más formalizados, profesionalizados y comprometidos con el desarrollo del sector.

Cuadro 1: Ficha técnica de la investigación cuantitativa

Ficha Técnica de Investigación Cuantitativa
Título: Estudio sobre la optimización de las relaciones entre empresas (comerciales y operativas) de un marco enoturístico, mediante la implementación de avances tecnológicos y su impacto económico y jurídico en un entorno sostenible.
Objetivo: Determinar capacidades y recursos actuales de los miembros del marco enoturístico. Evaluar el grado de colaboración y coordinación entre los diferentes agentes del marco enoturístico. Identificar las necesidades de capacitación y apoyo de los miembros del marco enoturístico. Proponer estrategias para mejorar la promoción y comercialización de la oferta enoturística.
Metodología: Cuantitativa. Diseño: Encuesta.
Población: 3.656 entidades generadoras de oferta en marcos enoturísticos.
Tamaño Muestra: 348 para obtener un error muestral del $\pm 5\%$ con un nivel de confianza del 95%.
Método de muestreo: Muestreo aleatorio estratificado por comunidad autónoma y tipología de miembros.
Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas.
VARIABLES: categóricas, ordinales y cualitativas.
Prueba piloto: Se aplicó el cuestionario a 5 entidades para asegurar su comprensión y validez.
Aplicación de la encuesta: Distribución del cuestionario a través de lista de distribución de la Universidad. Se garantizó la confidencialidad y el anonimato de los datos.
Recolección de datos: Se realizó durante un periodo de ocho semanas.
Análisis de Datos: Se utiliza Google Forms, Excel y Python.
Consideraciones Éticas: Se obtuvo la aprobación del Comité de Expertos, aprobado por la dirección de la investigación y conformado por D. Javier Maldonado (Universidad de Cádiz), D. José Manuel Moreno (Consejo Regulador Málaga), D. Pedro Barrionuevo (Patronado de Turismo Costa del Sol), D. Fernando Redondo (auditor de Rutas del Vino Certificadas de España) y Dña. Ana Cano (ACEVIN). Se informó a los participantes sobre el propósito de la investigación. Se aseguró la confidencialidad y el anonimato de los datos. Se proporcionará a los participantes un resumen de los resultados de la investigación.

Fuente: Elaboración propia

Al centrarse en estos miembros clave y consolidados –especialmente aquellos en rutas del vino certificadas por ACEVIN– la investigación busca analizar la optimización de relaciones interempresariales mediante avances tecnológicos y su impacto económico y jurídico en un entorno sostenible. Esta población permite identificar las mejores prácticas de colaboración y la adopción temprana de innovaciones, sentando una base sólida para futuras fases del estudio y asegurando la obtención de datos cualitativos y cuantitativos significativos.

En futuras fases del estudio, se podría ampliar la población para incluir a entidades no asociadas y obtener una visión más completa del panorama general. Sin embargo, para esta investigación, los miembros de ACEVIN y AEE constituyen un grupo estratégico y relevante para identificar tendencias, retos y oportunidades en la vanguardia del sector.

En conclusión, al enfocarse en los miembros de ACEVIN y AEE, se está estudiando un segmento que lidera la adopción de prácticas colaborativas, tecnológicas y sostenibles, lo que genera conocimiento aplicable a la optimización de las relaciones interempresariales en un marco enoturístico, cumpliendo así con los objetivos específicos de la investigación.

3.2. Recopilación de Datos

Una vez definidas la población objetivo y las rutas del vino, durante seis meses de trabajo de campo se procedió a la recopilación de datos para identificar a todos los generadores de oferta enoturística dentro de cada ruta. Las fuentes de información incluyen: listados de ACEVIN y de AEE, que proporcionan información sobre las rutas del vino certificadas y sus miembros, sitios web de las rutas del vino, que contienen un listado de empresas y establecimientos asociados.

A ello se unieron las búsquedas en internet que posibilitaron identificar empresas y actividades enoturísticas. Seguidamente, se procedió a la verificación y depuración de la información recopilada

para evitar duplicidades y asegurar la precisión, creándose una base de datos con un listado exhaustivo de todos los generadores de oferta enoturística identificados, incluyendo información del tipo nombre, ubicación y datos de contacto.

3.3. Cálculo del Tamaño de la Población

El dato de ACEVIN en su último informe (2024), publicado en su sitio web, es de 3.400 miembros. Por su parte, la AEE arroja el importe de 256 miembros, lo que hace un total de población de 3.656 miembros, con la siguiente distribución realizada por la investigación sobre la base de tipología de actividad de cada generador de oferta enoturística (Cuadro 2):

Cuadro 2: Población objeto de estudio

Miembros de Marcos Enoturísticos en España	Nº	% s/T
Bodegas	996	27%
Alojamientos	588	16%
Restaurantes	414	11%
Oficinas de turismo	118	3%
Comercio. Ocio temático, bares	274	7%
Enotecas	78	2%
Museos y Centros de Interpretación del Vino	138	4%
Corporaciones Locales y de Derecho Público	796	22%
Otros	254	7%
Total	3.656	100%

Fuente: Elaboración propia

El resultado de la recopilación de datos es el tamaño de la población (N), es decir, el número total de generadores de oferta enoturística identificados en las rutas del vino seleccionadas. Este valor es necesario para determinar el tamaño de la muestra necesario para el estudio.

3.4. Cálculo de la muestra

Para una población de 3.656, con un error muestral del $\pm 5\%$ y un nivel de confianza del 95% se necesita una muestra de aproximadamente 348 (Cuadro 3).

Cuadro 3: Muestra de la investigación cuantitativa

Muestra	Nº	% s/T
Bodegas	95	27%
Alojamientos	56	16%
Restaurantes	39	11%
Oficinas de turismo	11	3%
Comercio. Ocio temático, bares	26	7%
Enotecas	7	2%
Museos y Centros de Interpretación del Vino	13	4%
Corporaciones Locales y de Derecho Público	76	22%
Otros	24	7%
Total	348	100%

Fuente: Elaboración propia

3.5. Diseño del cuestionario

Se examinan las variables, tipos de preguntas y otros aspectos técnicos relevantes para el análisis cuantitativo de los datos recopilados. El cuestionario se divide en seis secciones, cada una enfocada en un aspecto específico (Cuadro 4):

Cuadro 4: Secciones del cuestionario para la recopilación de datos

Sección 0	Encuadre de la entidad encuestada	Contextualiza al encuestado.
Sección 1	Adopción de Tecnología en General	Evalúa el nivel de adopción tecnológica.
Sección 2	Uso de Inteligencia Artificial Generativa	Explora el conocimiento y uso de IA generativa.
Sección 3	Marketing y Comercialización	Analiza el uso de tecnología en estas áreas.
Sección 4	Administración y Gestión	Examina el uso de tecnología en la gestión interna.
Sección 5	Colaboración en la Ruta del Vino	Investiga el papel de la tecnología en la colaboración.

Fuente: Elaboración propia

Análisis de Variables y Tipos de Preguntas. - El cuestionario emplea una variedad de tipos de preguntas para recopilar diferentes tipos de datos:

Preguntas de Opción Múltiple, que permiten seleccionar una o varias opciones de una lista predefinida. Estas preguntas generan variables categóricas (nominales u ordinales).

Preguntas Abiertas, que posibilitan a los encuestados proporcionar respuestas textuales libres. Estas preguntas generan datos cualitativos, que requerirán un análisis de contenido para su cuantificación.

Preguntas Cerradas, que ofrecen opciones de respuesta binarias o ternarias. Generan variables categóricas nominales. Escala de Likert, que miden el grado de acuerdo o desacuerdo con una afirmación.

Variables Identificadas. - A continuación, se presenta una tabla con las principales variables identificadas en el cuestionario, clasificadas por sección y tipo (Cuadro 5):

Cuadro 5: Variables identificadas en el cuestionario

Sec	Variable	Tipo de Variable
0	Tipo de entidad	Catagórica (Nominal)
0	Comunidad Autónoma	Catagórica (Nominal)
0	Ubicación en territorio protegido	Catagórica (Nominal)
1	Tecnologías esenciales	Catagórica (Nominal)
1	Frecuencia de actualización de software/hardware	Catagórica (Ordinal)
1	Barreras para adoptar nuevas tecnologías	Cualitativa
1	Mejora de la eficiencia con la inversión en tecnología	Ordinal (Escala de Likert)
2	Familiaridad con IA generativa	Catagórica (Nominal)
2	Herramientas de IA generativa utilizadas	Cualitativa
2	Mejora de tareas del departamento con IA generativa	Catagórica (Nominal)
2	Aplicaciones de IA generativa más interesantes para el sector	Catagórica (Nominal)
3	Uso de herramientas de automatización de marketing	Catagórica (Nominal)
3	Uso de redes sociales para promoción	Cualitativa
3	Realización de campañas de email marketing	Catagórica (Nominal)
3	Medición del ROI de marketing digital	Cualitativa
3	Mejora de la personalización del marketing con IA generativa	Catagórica (Nominal)
4	Uso de CRM	Catagórica (Nominal)
4	Gestión de información de clientes	Cualitativa
4	Uso de software de contabilidad y facturación	Catagórica (Nominal)
4	Recopilación y análisis de datos del negocio	Cualitativa
4	Mejora de la toma de decisiones con IA generativa	Catagórica (Nominal)
5	Colaboración con otras entidades en promoción y marketing	Cualitativa
5	Mejora de la colaboración con tecnología	Catagórica (Nominal)

Fuente: Elaboración propia

3.6. Aspectos Técnicos para el Análisis Cuantitativo

Para asegurar un análisis cuantitativo efectivo, se consideran los siguientes aspectos.

Codificación de Datos: las respuestas de opción múltiple y las respuestas cerradas se codifican numéricamente para su análisis estadístico.

Tratamiento de Preguntas Abiertas: Las respuestas a preguntas abiertas se analizan cualitativamente para identificar temas y patrones.

Análisis Estadístico: Se emplea la estadística descriptiva.

Software de Análisis: Se utiliza software estadístico.

Verificación: El cuestionario, además de la realización de una prueba piloto, se sometió a la consideración del Comité de Expertos referenciado, proporcionando una estructura sólida para recopilar datos relevantes sobre la adopción de tecnología y su impacto en el sector enoturístico.

Proceso de Recopilación y depuración de datos. - La recopilación de datos primarios se llevó a cabo mediante la encuesta online, diseñada en un cuestionario utilizando Google Forms. El proceso se inició con la elaboración de un correo electrónico explicativo sobre el proyecto de investigación. Este correo, que detallaba los objetivos y la importancia del estudio, incluía un enlace directo al cuestionario en línea.

La distribución de este correo se realizó a través de la lista de distribución `inv_Enoturismo@uma.es` del sistema de gestión de correos electrónicos de la Universidad de Málaga. Estas listas contenían los contactos de entidades, profesionales e instituciones relevantes en el sector del enoturismo, previamente identificados.

Es importante destacar que en todo momento se garantizó la protección de datos personales y la confidencialidad, ya que la comunicación se dirigió exclusivamente a entidades y organizaciones y no a personas físicas.

El sistema de gestión de listas de distribución permitió registrar y gestionar diversos aspectos del proceso de envío, incluyendo errores de entrega, posibles duplicidades y las solicitudes de baja de la lista por parte de algunos destinatarios.

Finalmente, el número de respuestas válidas obtenidas (356) superó el tamaño de muestra necesario para asegurar la representatividad y validez de los resultados del estudio. Según la lista de distribución, la tasa de error de entrega fue del 7,5%.

4. Resultados

Este apartado tiene como objetivo presentar los resultados derivados del análisis cuantitativo de los datos recopilados a través de 398 encuestas, de las cuales se han desechado 42, lo que arroja un total de 356 encuestas válidas a entidades relacionadas directamente con la generación de la oferta enoturística en España.

Se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas y de inferencia para examinar las relaciones entre las variables de estudio y para contrastar las hipótesis planteadas. Los resultados se organizan en torno a las preguntas de investigación, comenzando con una descripción general de las características de la muestra y continuando con los hallazgos específicos relacionados con cada hipótesis.

4.1. Análisis del Perfil de las Entidades Enoturísticas

A través de este análisis, se busca comprender la diversidad de actores que conforman el sector, identificar sus principales características y evaluar cómo estas influencias pueden orientar futuras estrategias de digitalización y colaboración.

El marco enoturístico en España es heterogéneo, conformado por una variedad de organizaciones con diferentes funciones, tamaños y metas. La comprensión de qué tipos de entidades participan en este sector es importante para diseñar políticas y herramientas tecnológicas que fomenten su crecimiento y sostenibilidad. La cuestión se centra en analizar la distribución y características de estas entidades.

Los resultados (Gráfico 1) revelan una distribución heterogénea de los tipos de entidades participantes:

- Bodegas y productores: constituyen aproximadamente el 40% de la muestra, reflejando su rol central en la experiencia enoturística.
- Administración Pública y Corporaciones de Derecho representan cerca del 20%, evidenciando su función de coordinación y regulación del sector.
- Entidades de alojamiento y restauración: aparecen en torno al 8-9%, subrayando la integración del enoturismo con la oferta complementaria de servicios turísticos.

Agencias de viajes y guías turísticos: también presentes, contribuyendo a la distribución y promoción de las rutas del vino.

Este panorama refleja una estructura plural y diversa, que a la vez comparte objetivos comunes relacionados con la promoción, regulación y oferta de experiencias enoturísticas.

La heterogeneidad en los tipos de entidades implica que cualquier política o innovación tecnológica debe adaptarse a diferentes necesidades y capacidades.

Gráfico 1: Tipo de entidad
(Sólo se han detallado en el gráfico los vectores más representativos)



Fuente: Elaboración propia

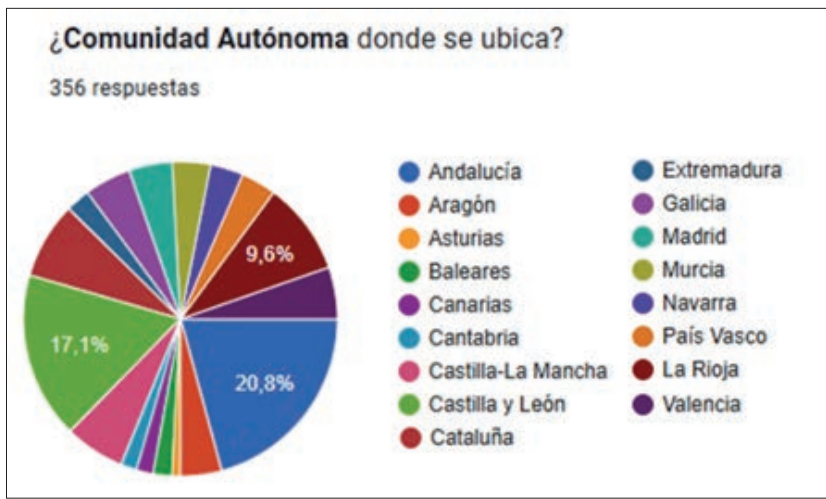
4.2. Análisis de la Distribución Territorial de las Entidades Enoturísticas en España.

Los resultados (GRÁFICO 2) muestran una concentración significativa en regiones con tradición vitivinícola como Andalucía (20,8%), Castilla-León (17,1%), La Rioja (9,6%) y Cataluña (7,8%). Otras comunidades, como Aragón, Castilla La Mancha e Islas Baleares, tienen una participación menor.

La distribución geográfica refleja el peso histórico, cultural y económico del sector en cada región.

Se sugiere que las estrategias de promoción y desarrollo del enoturismo se adapten a las particularidades regionales, impulsando el crecimiento en zonas con menor representación.

Gráfico 2: Comunidad Autónoma
(Sólo se han detallado en el gráfico los vectores más representativos)



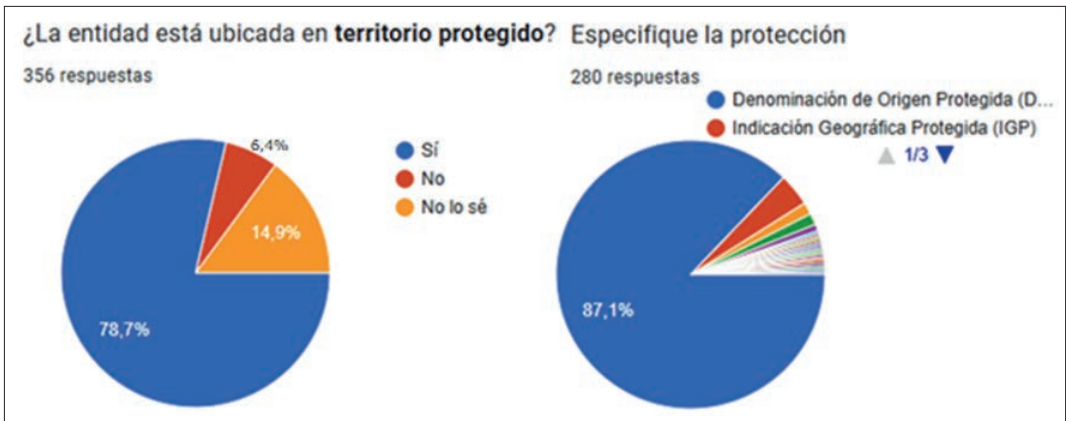
Fuente: Elaboración propia

4.3. Distribución Territorial y Protección del Marco enoturístico en España

En el análisis de la ubicación de las entidades enoturísticas en las comunidades autónomas de España (Gráfico 3), el 78,7% de las entidades operan en espacios protegidos, lo que destaca la integración del enoturismo en áreas de valor ambiental y cultural. Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, y La Rioja muestran un alto porcentaje de entidades en territorios protegidos.

Operar en estas áreas implica un equilibrio entre conservación y actividad turística, fortaleciendo la imagen del enoturismo sostenible y facilitando alianzas para proyectos en estos espacios.

Gráfico 3: Distribución territorial y protección marco enoturístico (Sólo se han detallado en el gráfico los vectores más representativos)



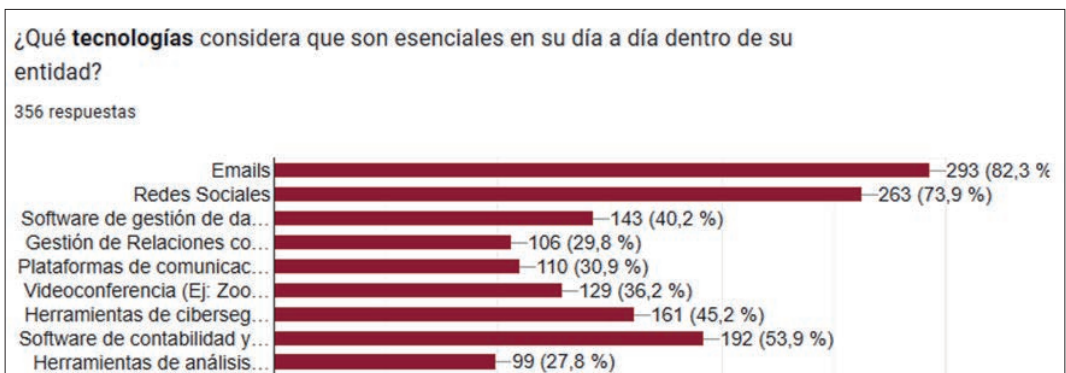
Fuente: Elaboración propia

4.4. Adopción de Tecnología en General. - Tecnologías Esenciales en la Gestión del Enoturismo

El correo electrónico (más del 80%) y las redes sociales (cerca del 74%) son las más utilizadas (Gráfico 4), destacando su importancia para la comunicación y la promoción. El software de gestión (40%) se usa para optimizar recursos y las plataformas de comunicación y análisis web tienen una adopción del 30%.

Aunque la comunicación digital se encuentra bien establecida, se identifican oportunidades de mejora en IA, automatización avanzada y plataformas integradas.

Gráfico 4: Tecnologías esenciales



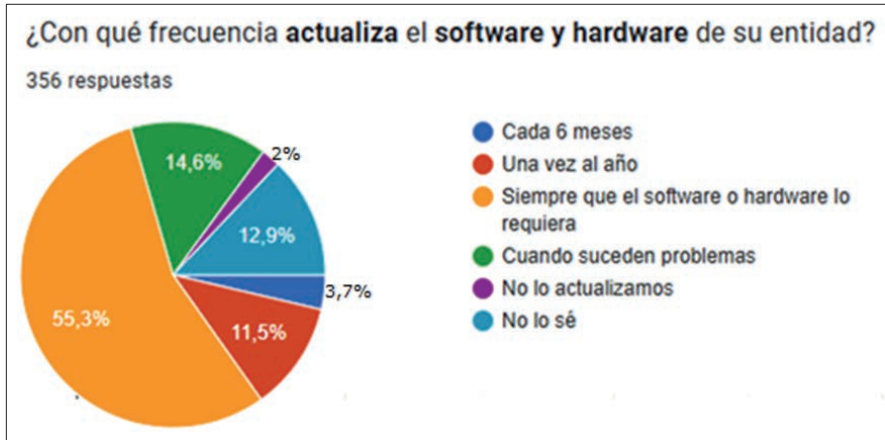
Fuente: Elaboración propia

4.5. Frecuencia de Actualización de Software y Hardware en Entidades del Sector Enoturístico

Un 55,3% de las entidades actualiza el software y hardware cuando es necesario (Gráfico 5), lo que indica una tendencia hacia el mantenimiento preventivo. Sin embargo, un 14,6% solo actualiza cuando hay problemas, exponiéndose a riesgos de seguridad y competitividad.

Un porcentaje menor (2%) no actualiza, y un 12,9% no lo sabe, lo que sugiere que, aunque la mayoría reconoce la importancia de las actualizaciones, aún hay entidades que no las realizan con la frecuencia necesaria.

Gráfico 5: Actualización software y hardware



Fuente: Elaboración propia

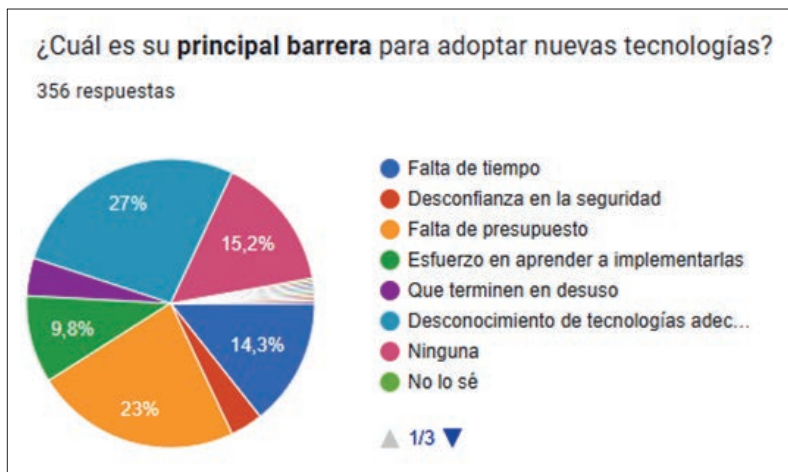
4.6. Barreras para la Adopción de Nuevas Tecnologías en el Sector Enoturístico

Las principales limitaciones identificadas (GRÁFICO 6) son el desconocimiento tecnológico (27%) y la falta de presupuesto (23%), seguidas por la falta de tiempo (14,3%) y el esfuerzo requerido para aprender a usar las nuevas tecnologías (9,8%).

Otros obstáculos incluyen la desconfianza en la seguridad (3,7%) y el miedo a que las tecnologías queden en desuso (4,2%). Un 15,2% expresa ninguna barrera.

El estudio concluye que las barreras relacionadas con recursos económicos, capacitación y confianza son las más relevantes, destacando la necesidad de mejorar la alfabetización digital, ofrecer formación y asesoramiento, y facilitar la inversión en innovación tecnológica.

Gráfico 6: Barreras para la adopción de nuevas tecnologías
(Sólo se han detallado en el gráfico los vectores más representativos)



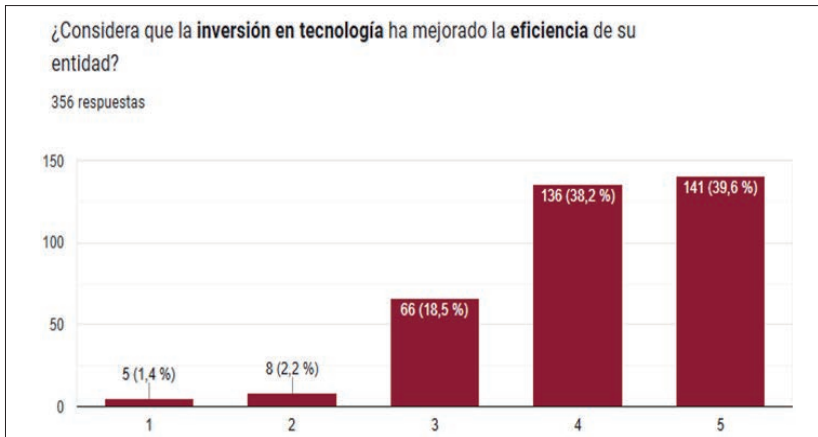
Fuente: Elaboración propia

4.7. Impacto de la Inversión en Tecnología en la Eficiencia de las Entidades en el Sector Enoturístico

Los resultados (Gráfico 7) muestran que la mayoría (39.6%) considera que la inversión en tecnología ha mejorado significativamente su eficiencia (calificación de 5 en una escala de 1 a 5), mientras que un 38.2% percibe mejoras considerables (calificación de 4). Un 18.5% indica una mejora moderada (calificación de 3), y solo un 3.6% reporta una mejora mínima o nula (calificaciones de 1 o 2).

En general, la mayoría de las organizaciones cree que las inversiones tecnológicas han tenido un impacto positivo en la eficiencia, aunque con variaciones en el grado de mejora.

Gráfico 7: Inversión en tecnología



Fuente: Elaboración propia

4.8. Uso de Inteligencia Artificial Generativa. - Nivel de Familiaridad con el Concepto de Inteligencia Artificial Generativa en el Sector Enoturístico.

Los resultados (Gráfico 8) revelan una división casi equitativa: el 52% de los encuestados está familiarizado con el concepto, mientras que el 48% no lo está.

Este equilibrio indica que, aunque existe un conocimiento significativo de la IAG, todavía hay una gran proporción de entidades que desconocen esta tecnología.

El estudio sugiere que esto puede deberse a factores como la limitada difusión de la IAG en el sector, la falta de formación especializada y la percepción de que estas tecnologías son emergentes y de difícil acceso.

Sin embargo, también destaca la oportunidad que representa el grupo familiarizado con la IAG para impulsar la capacitación, la sensibilización y la adopción progresiva de estas tecnologías en el sector enoturístico.

Gráfico 8: Familiarización con el concepto IAG



Fuente: Elaboración propia

4.9. Percepciones sobre la Potencial Mejora de las Tareas Departamentales mediante la Inteligencia Artificial Generativa en el Sector Enoturístico.

El 52.2% de los encuestados cree que la IAG mejoraría sus tareas, mientras que el 47.8% no lo cree o no está seguro (Gráfico 9). Aunque se observa una tendencia favorable hacia la IAG, una parte significativa de las entidades aún tiene dudas.

Las aplicaciones más relevantes de la IAG percibidas por los encuestados incluyen la creación de contenido automatizado, el análisis de datos, la atención al cliente y el apoyo en tareas administrativas.

El estudio concluye que, si bien existe un reconocimiento del potencial de la IAG para optimizar procesos internos, persisten barreras como la falta de familiaridad, dudas sobre su eficacia y resistencia al cambio.

Gráfico 9: Mejoras IAG en tareas



Fuente: Elaboración propia

4.10. Aplicaciones Prioritarias de la Inteligencia Artificial Generativa en el Sector Enoturístico

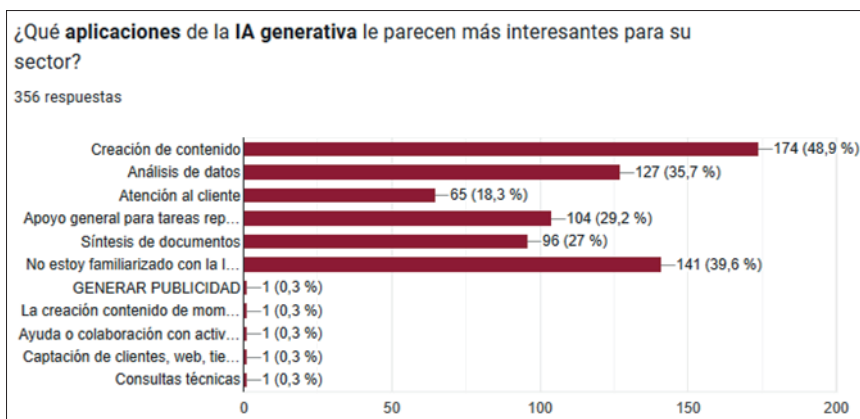
La creación de contenidos (textos, imágenes y vídeos) es la aplicación más destacada (48.9%), seguida por el análisis de datos (35.7%).

El apoyo general a tareas obtuvo un 29.2% y la síntesis de documentos un 27%.

Un 39.6% de los encuestados no están familiarizados con la IAG.

Los resultados reflejan un fuerte interés en la automatización de la generación de contenidos, el análisis de datos y la mejora de la interacción con los clientes, pero también señalan una preocupante falta de familiarización con la tecnología (Gráfico 10).

Gráfico 10: aplicaciones IAG



Fuente: Elaboración propia

4.11. Adopción y Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en el Sector Enoturístico

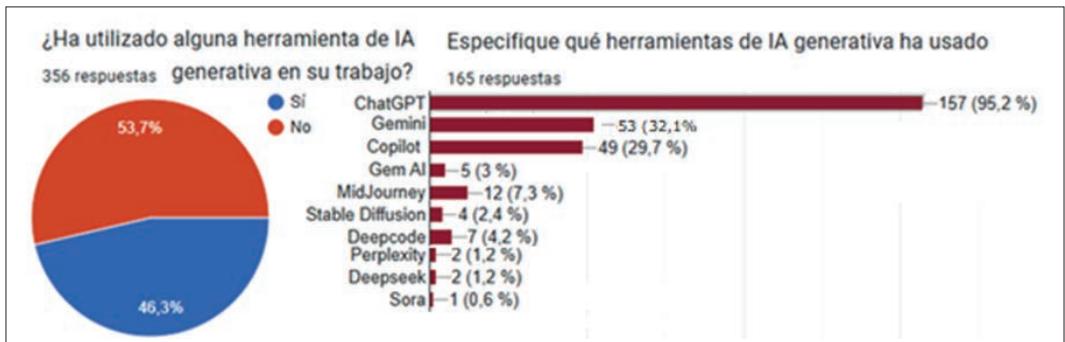
Un 53.7% de los encuestados no ha utilizado herramientas de IA generativa, mientras que un 46.3% sí lo ha hecho (gráfico 11).

Entre las herramientas utilizadas, ChatGPT es la más popular (95.2%), seguida de Gemini (32.1%) y Copilot (29.7%). Otras herramientas como MidJourney y Canva tienen un uso menor. ChatGPT se destaca por su versatilidad en la generación de texto, atención al cliente y creación de contenidos.

Los usuarios de estas herramientas consideran que mejoran tareas como la creación de contenidos, la atención al cliente y la automatización de procesos.

La adopción de IA generativa está en aumento, aunque aún es incipiente en comparación con su potencial y la integración plena en procesos estratégicos.

Gráfico 11: Uso inteligencia artificial generativa



Fuente: Elaboración propia

4.12. Marketing y Comercialización. - Implementación de Herramientas de Automatización de Marketing en el Sector Enoturístico.

El 65.4% de los encuestados no utiliza estas herramientas, mientras que el 29.2% sí lo hace, y un 5.3% no está seguro (Gráfico 12).

Las razones principales para su uso son la simplificación de campañas, la optimización del tiempo y la personalización de mensajes.

Las aplicaciones comunes incluyen la programación de publicaciones en redes sociales, el envío automatizado de correos electrónicos, la segmentación de audiencias y el análisis del comportamiento del cliente.

Aunque la automatización se está convirtiendo en un componente esencial para mejorar la eficiencia y la personalización, persisten desafíos como la falta de conocimiento técnico y los recursos limitados, especialmente en pequeñas empresas.

Se enfatiza la necesidad de formación y planificación para una integración efectiva que no comprometa la calidad del contenido ni la cercanía con los clientes.

Gráfico 12: Automatización del marketing



Fuente: Elaboración propia

4.13. El Uso de Campañas de Email Marketing y la Percepción del Retorno de Inversión (ROI) en el Sector Enoturístico

El análisis revela que el 60.7% de los encuestados en el sector enoturístico no realiza campañas de email marketing, mientras que el 34.3% sí lo hace.

La mayoría de las entidades que realizan marketing digital perciben beneficios como un incremento en reservas (28.9%), ventas (24.7%), popularidad en redes sociales (32%) e imagen de marca (45.5%).

Sin embargo, existe una proporción que no percibe un retorno claro. La alta tasa de no implementación de email marketing indica que no es una práctica común en el sector para la comunicación directa y la personalización de ofertas.

Aunque muchos ven el email marketing como una inversión valiosa, también se identifica una percepción ambivalente sobre el ROI, lo que destaca la complejidad de medir el impacto de las acciones digitales.

La monetización de campañas, el establecimiento de indicadores clave de rendimiento (KPIs) claros y el análisis de métricas son identificados como retos para mejorar la evaluación del ROI.

La Percepción del Potencial de la IA Generativa para Mejorar la Personalización en las Campañas de Marketing del Sector enoturístico.

Un 43.8% de los encuestados cree que la IA generativa podría mejorar la personalización de las campañas, mientras que un 53.4% no lo sabe, y un 2.8% cree que no aportaría mejoras (GRÁFICO 13).

La predominancia de las respuestas “No lo sé” indica una incertidumbre o desconocimiento generalizado sobre las capacidades de la IA generativa en este ámbito. Aunque existe interés en su potencial, hay una barrera de conocimiento o confianza.

El estudio sugiere que el sector está en una fase de transformación, donde se reconocen las ventajas potenciales de la IA generativa, pero se necesita más información, formación y experiencias prácticas para validar su impacto real.

La incertidumbre puede estar relacionada con la falta de evidencia, los riesgos tecnológicos o la dificultad de integración con los sistemas existentes.

Gráfico 13: Personalización emarketing



Fuente: Elaboración propia

4.14. Mejoras Percibidas en la Personalización de Campañas de Marketing en el Sector enoturístico a través del uso de IAG.

Los resultados, basados en las respuestas de 156 entidades (43,8% de los encuestados que creen que la IA podría mejorar la personalización de las campañas), muestran que los aspectos más destacados son: la mejora de la experiencia del cliente, el aumento de ventas y la lealtad a la marca, el incremento de la visibilidad y la notoriedad, la cercanía y conexión emocional, la creatividad y diferenciación en contenidos, la optimización del tiempo y la eficiencia, y el análisis de comportamiento y segmentación avanzada.

Las empresas ven la personalización como una herramienta para mejorar aspectos estratégicos y operativos, con un enfoque en la experiencia del cliente, la fidelización, la visibilidad y la diferenciación. También se destaca la importancia del análisis de datos, la segmentación y la integración de herramientas digitales.

4.15. Administración y Gestión. - Gestión de la Relación con Clientes y Manejo de Datos en el Sector Enoturístico

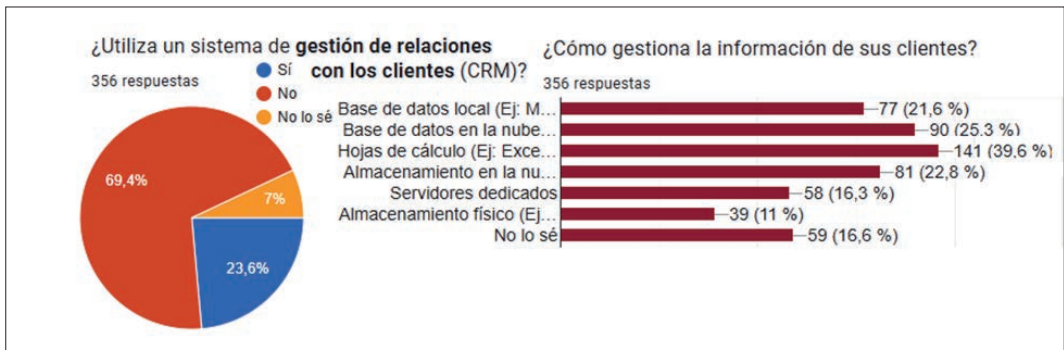
Un 69,4% de las entidades no utiliza Customer Relationship Management (CRM), “Gestión de Relaciones con el Cliente”, mientras que un 23,6% sí lo hace, y un 7% no está seguro (GRÁFICO 14). Esto refleja una baja adopción de CRM.

La gestión de la información del cliente es diversa: las bases de datos en la nube (25,3%) y local (21,6%) y las hojas de cálculo (39,6%) son los métodos más comunes.

El almacenamiento en la nube (22,8%), servidores dedicados (16,3%) y almacenamiento físico (11%) se utilizan en menor medida. Un 16,6% no sabe cómo se gestionan los datos.

En resumen, aunque algunas entidades usan soluciones tecnológicas, muchas aún dependen de métodos manuales, lo que puede afectar la eficiencia y el aprovechamiento de los datos.

Gráfico 14: Sistema de gestión de relaciones con los clientes



Fuente: Elaboración propia

4.16. Implementación de Software de Contabilidad y Metodologías para la Recopilación y Análisis de Datos.

Un 72,2% de los encuestados utiliza software de contabilidad y facturación, lo que indica una alta adopción de herramientas digitales para la gestión financiera, aunque todavía hay un 22,5% que no lo utiliza (Gráfico 15).

En cuanto a la recopilación y análisis de datos, un 43% lo hace a través de ferias y eventos comerciales, un 41,6% mediante redes sociales, un 28,4% con formularios en línea, un 26,4% con encuestas, y un 22,5% mediante cookies y herramientas de seguimiento web.

Gráfico 15: Uso de sistemas de contabilidad y facturación



Fuente: Elaboración propia

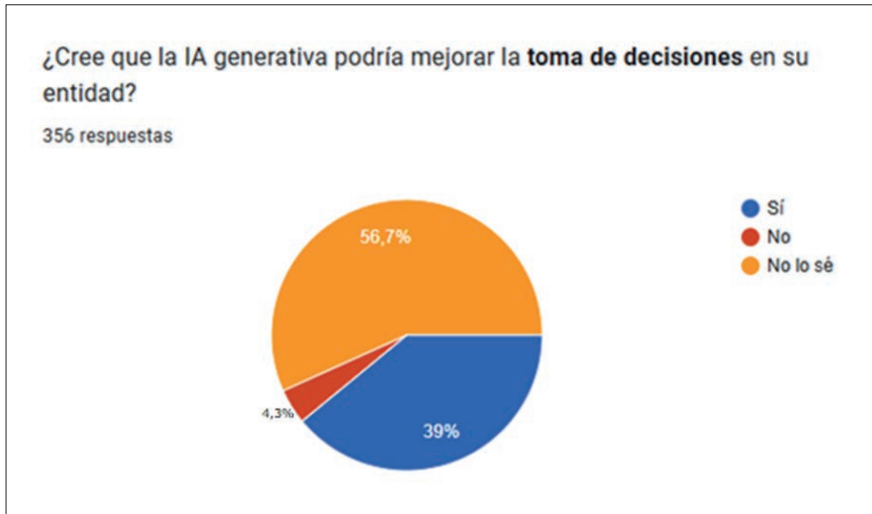
4.17. El potencial de la IAG para la mejora de la toma de decisiones en el sector enoturístico

Un 39% de los encuestados cree que la IA generativa podría mejorar sus tareas, pero un 56,7% no está seguro, lo que refleja un interés moderado con incertidumbre (Gráfico 16).

Aunque un 53,7% ya ha utilizado herramientas de IA generativa y reconoce su potencial en áreas como la creación de contenido y el análisis de datos, existe desconfianza en su implementación efectiva.

Las aplicaciones más valoradas incluyen la generación de contenido promocional y el análisis de datos del cliente. La optimización de la toma de decisiones mediante IA se asocia a su aplicación específica y familiaridad con estas herramientas.

Gráfico 16: IAG y decisiones



Fuente: Elaboración propia

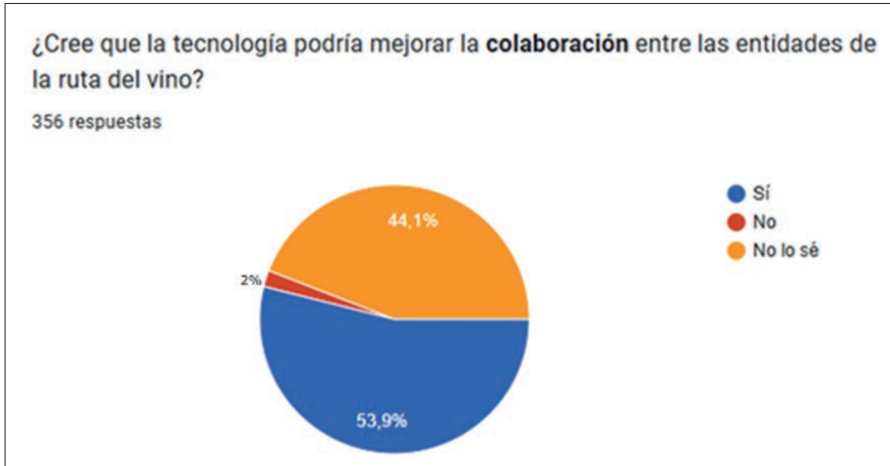
4.18. Colaboración en la Ruta del Vino constituida en el marco enoturístico. - Colaboración en promoción y marketing en la Ruta del Vino

Si bien la colaboración en marketing es vista como beneficiosa, el nivel de implicación y las formas de colaboración varían. Las principales formas de colaboración incluyen campañas en redes sociales, participación en ferias, paquetes turísticos compartidos e intercambio de recursos. Sin embargo, algunas entidades perciben su actividad como “apática” o “estática”.

Los retos identificados incluyen la falta de coordinación, recursos limitados y la sensación de aislamiento de algunas entidades. Las oportunidades se centran en la implementación de plataformas de gestión compartida, el desarrollo de campañas integradas y la formación para incentivar la colaboración.

4.19. El papel de la tecnología en la mejora de la colaboración entre las entidades de la Ruta del Vino: un análisis basado en percepciones y potencialidades

Un 53,9% de los encuestados cree que la tecnología mejora la colaboración, aunque existe incertidumbre debido a la falta de conocimiento, recursos y digitalización (Gráfico 17). Las ventajas incluyen la optimización de la comunicación, plataformas de destino inteligente, análisis de datos y marketing digital. Los retos son la falta de conocimiento técnico, recursos limitados y resistencia al cambio. Se proponen la formación digital, alianzas tecnológico-empresariales y proyectos piloto para mejorar la adopción tecnológica.

Gráfico 17: Tecnología y colaboración

Fuente: Elaboración propia

4.20. Mejorando la colaboración entre las entidades de la Ruta del Vino: propuestas y perspectivas desde la percepción del sector.

Se identifican limitaciones como la falta de recursos y comunicación. Las propuestas para mejorar la colaboración incluyen: mayor inversión en recursos, experiencias y actividades conjuntas, mejor comunicación, planes y campañas coordinadas, plataformas digitales y formación.

Se destaca la necesidad de mayor estructuración, inversión de recursos, comunicación frecuente y digitalización. La planificación de campañas en torno al ciclo productivo del vino también se considera clave para potenciar el impacto de las acciones conjuntas.

5. Discusión

Si bien hay una clara conciencia del valor de la tecnología para la eficiencia y el desarrollo, los hallazgos evidencian una digitalización a dos velocidades. Por un lado, se confirma una alta penetración de herramientas de comunicación básicas, como el correo electrónico y las redes sociales. Por otro lado, la baja implementación de sistemas estratégicos orientados a la gestión de datos, como los sistemas de gestión de las relaciones con los clientes (CRM) o las herramientas de automatización de marketing, demuestra que la transformación digital es incipiente y no está integrada en los procesos operacionales clave del negocio.

Esta paradoja de alta adopción de comunicación frente a baja implementación estratégica se explica por la barrera principal identificada: el desconocimiento tecnológico, que supera a la falta de presupuesto como principal obstáculo percibido. Este déficit de conocimiento se manifiesta de forma clara en el ámbito de la IAG, existiendo incertidumbre sobre el potencial real de la IAG para mejorar la personalización en las campañas de marketing y para la mejora de la toma de decisiones.

Dicha brecha, impulsada por la falta de familiaridad, capacitación y recursos, limita la eficiencia individual de las entidades, pero, de manera más crítica, frena el avance hacia una colaboración más dinámica y efectiva en las rutas del vino. La baja adopción de sistemas centralizados como el CRM y la dependencia de métodos manuales o no sofisticados como las hojas de cálculo para gestionar la información del cliente, dificulta la capacidad del sector para alcanzar el modelo de gestión de destino complejo y coordinado, limitando el potencial del enoturismo para impulsar el desarrollo local sostenible.

En este contexto, los resultados analizados evidencian la aportación fundamental de este trabajo, ya que constituyen el primer diagnóstico cuantitativo a gran escala sobre el nivel real de adopción tecnológica, las barreras percibidas y el potencial de la IA en el contexto específico de los agentes productivos del sector. De esta manera, el estudio cubre una fisura de conocimiento que se había señalado

explícitamente en la literatura, la cual carecía de este tipo de datos para sentar las bases de un modelo de gestión optimizado que impulse la rentabilidad y el desarrollo sostenible en el sector.

6. Conclusiones

Este artículo, centrado exclusivamente en el análisis cuantitativo, ha evaluado el estado de la adopción tecnológica y las percepciones asociadas entre 356 entidades pertenecientes a rutas certificadas por ACEVIN y AEE en España. Los resultados ofrecen una visión detallada de la digitalización en este segmento clave del sector enoturístico español.

El análisis del perfil de las entidades participantes revela un sector diverso y multifacético, compuesto principalmente por bodegas (~40%), administración pública (~20%), y entidades de alojamiento y restauración (~8-9%). Esta diversidad subraya la necesidad de estrategias tecnológicas y de gestión adaptadas a las particularidades de cada tipo de actor.

Se observa una concentración geográfica en regiones con una fuerte tradición vitivinícola como Andalucía, Castilla-León, Cataluña y La Rioja, y una notable presencia de entidades (78.7%) ubicadas en territorios protegidos (principalmente DOP), lo que resalta el vínculo entre el enoturismo, el patrimonio cultural / ambiental y la necesidad de operar en equilibrio con la conservación.

En cuanto a la adopción tecnológica general, se confirma un alto nivel de penetración de herramientas básicas de comunicación, como el correo electrónico (>80%) y las redes sociales (73.9%).

Sin embargo, la implementación de soluciones más avanzadas orientadas a la gestión de la relación con el cliente y la eficiencia operativa es significativamente menor, con un bajo uso de sistemas CRM (69,4 % no lo usa) y herramientas de automatización de marketing (65.4% no las usa).

A pesar de esto, el uso de software de contabilidad y facturación está ampliamente extendido (72.2% lo utiliza), sugiriendo una mayor adopción de tecnología en áreas de gestión financiera básica.

Las principales barreras identificadas para la adopción de nuevas tecnologías son consistentemente la falta de conocimiento tecnológico (27%) y la falta de presupuesto (23%). Estos factores limitan la capacidad de las entidades, especialmente las más pequeñas, para invertir e integrar tecnologías que podrían optimizar sus operaciones.

Aunque la inversión en tecnología se percibe mayoritariamente como positiva para la eficiencia (con el 39.6% calificándola con 5 y el 38.2% con 4 en una escala de 1 a 5), la persistencia de estas barreras sugiere que el potencial de mejora no se está alcanzando plenamente en todo el sector.

La frecuencia de actualización de software/hardware es mayormente reactiva (cuando es necesario 55.3% o cuando hay problemas 14.6%), lo que puede exponer a las entidades a riesgos de seguridad y mermar su competitividad.

El estudio profundizó en la percepción y uso de la IA Generativa (IAG), encontrando una división casi equitativa en cuanto a la familiaridad con el concepto (52% familiarizados, 48% no). Existe una percepción mayoritaria de que la IAG podría mejorar las tareas (52.2% cree que sí), aunque un porcentaje considerable (40.4%) no está seguro.

Las aplicaciones más interesantes percibidas para el sector se centran en la creación de contenido (48.9%), el análisis de datos (35.7%) y la atención al cliente (39.6%). No obstante, el uso actual de herramientas de IAG es aún limitado (53.7% no ha usado), siendo ChatGPT la herramienta dominante (95.2% de los que usan IAG).

La incertidumbre es particularmente alta sobre el potencial de la IAG para mejorar la personalización del marketing (53.4% no sabe) y la toma de decisiones (56.7% no sabe). Esto sugiere una brecha entre el reconocimiento del potencial teórico de la IAG y su comprensión o implementación práctica.

En el ámbito del marketing y la gestión de clientes, la baja adopción de CRM (69.4% no usa) y la prevalencia de métodos manuales o menos sofisticados como hojas de cálculo (39.6%) para gestionar la información del cliente limitan la capacidad de las entidades para personalizar ofertas y construir relaciones sólidas, a pesar de que la personalización se identifica como un factor clave para mejorar la experiencia del cliente y la lealtad a la marca.

Las prácticas actuales de recopilación y análisis de datos se basan en gran medida en ferias/eventos (43%) y redes sociales (41.6%), lo que indica una posible subutilización de datos digitales para una toma de decisiones más informada.

Respecto a la colaboración entre entidades dentro de las rutas del vino, se percibe que la tecnología podría mejorar la colaboración (53.9% cree que sí).

No obstante, persiste una notable incertidumbre (44.1% no sabe), vinculada a la falta de conocimiento, recursos y al nivel general de digitalización. Esto sugiere que, si bien existe una disposición a utilizar la tecnología para fines colaborativos, los desafíos en recursos y conocimiento tecnológico actúan como freno a la materialización de este potencial.

En síntesis, los hallazgos cuantitativos de este estudio evidencian un sector enoturístico en España que ha adoptado tecnologías básicas, pero que enfrenta retos significativos para avanzar hacia una digitalización más profunda y estratégica.

Las barreras económicas y de conocimiento, la incipiente familiaridad y uso de tecnologías emergentes como la IAG, y la baja implementación de herramientas clave para la gestión del cliente y la automatización, limitan la optimización de la gestión y la explotación plena del potencial del sector para la rentabilidad y el desarrollo local sostenible, aspectos centrales de los objetivos generales del estudio.

Superar estos retos requiere inversión, formación y una clara demostración del valor estratégico de las tecnologías avanzadas.

7. Limitaciones del Estudio

Aunque se ha razonado en el apartado metodología la bondad científica de la población acotada, al centrarse exclusivamente en los miembros de rutas certificadas de ACEVIN y AEE, los resultados pueden no ser completamente representativos de la totalidad del sector enoturístico en España, excluyendo a entidades no asociadas o menos formalizadas.

Asimismo, la naturaleza de la encuesta implica que los datos sobre la adopción y percepción tecnológica se basan en la autodeclaración de los participantes, lo que podría diferir de la implementación o el uso efectivo real de las tecnologías.

8. Implicaciones y Recomendaciones

Los hallazgos sugieren la necesidad de políticas e iniciativas que aborden las barreras de conocimiento y presupuesto, tales como programas de capacitación digital adaptados a las necesidades específicas de los diferentes tipos de entidades, así como el fomento de subvenciones o acceso a financiación para la inversión tecnológica.

Es decisivo aumentar la concienciación sobre el valor estratégico de herramientas como el CRM, la automatización de marketing y la IAG, demostrando casos de éxito y facilitando su implementación.

Fomentar plataformas tecnológicas compartidas y programas de colaboración digital podría ayudar a superar la fragmentación del sector y potenciar el uso colectivo de la tecnología para la promoción y gestión.

9. Direcciones para Futuras Investigaciones

Este estudio cuantitativo sienta las bases para investigaciones futuras que profundicen en áreas clave, complementándose con el análisis cualitativo y el participativo.

Se podría ampliar la población de estudio para incluir entidades no asociadas a ACEVIN o AEE, lo que proporcionaría una visión más completa del panorama del sector.

Investigaciones adicionales podrían evaluar el impacto real de la implementación de tecnologías avanzadas en métricas de rentabilidad, sostenibilidad y experiencia del cliente.

Finalmente, es relevante explorar el marco legal y económico en mayor profundidad para identificar oportunidades de mejora que faciliten la innovación y competitividad del sector.

Bibliografía

- Acevin (2024). Informe de visitantes a bodegas y museos del vino. Año 2023. Observatorio Turístico de Rutas del Vino de España, 9-10.
- Ammirato S, Linzalone R, Carlucci D. (2022). Digital business models in cultural tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 28(8), 1940-1961.
- Anglani F, Pennetta S, Reaiche C, Boyle S. (2023). Crossing digital frontiers with cultural intelligence—A new paradigm for project managers. *International Journal of Project Management*. 41(8), 1-13.
- Buhalis D. (2019). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review. Destination managers in three visitor-dependent areas. International Journal of Tourism*. 75(1), 262-272.
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality”. *Journal of Service Management*. 30(4), 484-506.
- Chen, Z. (2025). Exploring the transformation of wine tourism through metaverse technology. *Smart Tourism*. 6(1), 1-22.
- Enhholm, I. M., Papagiannidis, E., Mikalef, P., Krogstie, J. (2021). Artificial intelligence and business value: A literature review. *Information Systems Frontiers*. 24(5), 1709-1734.
- Fernández, J., Pardo, C. J. (2020). Las plataformas digitales en el desarrollo del enoturismo en Castilla y León: páginas web y redes sociales. *Cuadernos de Turismo*. 46, 47-69.
- Festa, G., Cuomo, M. T., Genovino, C., Alam, G. M., Rossi, M. (2023). Digitalization as a driver of transformation towards sustainable performance in wine tourism – the Italian case. *British Food Journal*. 125(9), 3456-3467.
- Getz, D.; Dowling, R. Carlsen, J. Andersen, D. (1999). Critical Success Factors for Wine Tourism. *Int. J. International Journal of Wine Marketing. Wine Mak*. 11(3), 20-43.
- Gilmore, J. Pine, J. (1999). *The experience economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Hemmington, N., Dobarjeh, M., Kasabov, N. (2022). Artificial intelligence: a systematic review of methods and applications in hospitality and tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 34(3), 1154-1176.
- Heredia, M., Novelle, M. V., Guerra, D. (2023). La Transformación Digital como Oportunidad para el Sector Vitivinícola Riojano en el Enoturismo. *Universidad Internacional de La Rioja, Facultad de Empresa y Comunicación*. 1-80.
- Kirafova, A. (2019). Sustainable tourism marketing strategy: Competitive advantage of destination. *Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry. Ed. N. Ray*. 54-81.
- Kong H., Kangping W., Xuejie Q., Catherine C., Kowloon, H., Naipeng B. (2023). 30 years of artificial intelligence (AI) research relating to the hospitality and tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 35(6), 2157-2177.
- Lopes, C., Rengifo, J., Leitão, J. (2022). Los productos de calidad y el desarrollo de actividades turísticas: el caso de Extremadura (España) y Região Centro (Portugal). *Revista: Finiserra*, Volumen: LVII. 119, 39-63.
- López., T.J. Sánchez, S.M. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 6(2), 159-171.
- Macionis, N.; Hall, C. (1998). *Wine tourism in Australia and New Zealand*. In *Tourism and Recreation in Rural Areas*; Wiley: Chichester, UK.
- Maldonado, J.; Ramos, A. (2019). Historia y enoturismo: realidades y fabulaciones en los contenidos divulgativos. HUM332. *Estudios Jurídicos Esteban Boutelou. Universidad de Cádiz*. 109-124.
- Malik, R., Madappa, T., Chitranshi, J. (2017). Diversity management in tourism and hospitality: An exploratory study. *Foresight*. 19(3), 323-336.
- Mariani, M.M., Perez, R., Wirtz, J. (2022). AI in marketing, consumer research and psychology: a systematic literature review and research agenda. *Psychology and Marketing*. 39(4), 755-776.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España (2025, 02, 10). <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/vitivinicultura/> Sitio recuperado el 10/02/2025.
- Molina, M. V., Gómez, M. (2022). La importancia de la comunicación y la marca de vino en la intención de visitar bodegas. In A. Monfort, S. Fernández (Coords.). *Leveraging new business*. 128.

- Morgan, M., Elbe, J., Curiel, J. E. (2009). Has the experience economy arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas. *International Journal of Tourism Research*. 201-216.
- Morosan, C. (2019). Disclosing facial images to create a consumer's profile: a privacy calculus perspective of hotel facial recognition systems. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 31(9), 3149-3172.
- Morosan, C. Bowen, J. (2018). Beware hospitality industry: the robots are coming, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 10(6), 726-733.
- Piras, F. (2024). A Systematic Literature Review on Technological Innovation in the Wine Tourism Industry: *Insights and Perspectives*. *Sustainability*, 16(22), 1-16.
- Rahmadian, E., Feitosa, D., Zwitter, A. (2022). A systematic literature review on the use of big data for sustainable tourism. *Current Issues in Tourism*. 25(11), 1711-1730.
- Schinella, S., Marquet, D., Frangi, J., Le Masson, S. Chavanne, X. (2015) Electricity consumption of telecommunication equipment to achieve a telemeeting. *Appl. Energy*. 137, 273-281.
- Soldato E, Massari S. (2024). Creativity and digital strategies to support food cultural heritage in Mediterranean rural areas. *EuroMed Journal of Business*. 19(1), 113-137.
- Stylos, N., Zwiendelaar, J., Buhalis, D. (2021). Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: the case of tourism sector, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33(3), 1015-1036.
- Szpilko, D. (2017). Tourism supply chain—Overview of selected literature. *Procedia Engineering*. 182, 687-693.
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*. 81, 1-44.
- Webster, C., Ivanov, S. (2021). Willingness-to-pay for robot-delivered tourism and hospitality services – an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33(11) 3926-3955.
- Yagüe, M. J., Jiménez, A. I. (2002). La denominación de origen en el desarrollo de estrategias de diferenciación: percepción y efectos de su utilización en las sociedades vinícolas de Mancha y Valdepeñas. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*. 197, 179-206.
- Yıldız A, Avin, G. (2024). Evaluating the attractiveness of architectural destinations with content analysis method and artificial intelligence: the case of Ankara. *HBRC Journal*. 20(1), 661-678.
- Zamarreño, G., Cruz, E., Hernando, C. (2021). La digitalización de la experiencia enoturística: una revisión de la literatura y aplicaciones prácticas. *Doxa Comunicación*. 33, 257-283.
- Zhang, M., Gursoy, D., Zhu, Z., Shi, S. (2021). Impact of anthropomorphic features of artificially intelligent service robots on consumer acceptance: moderating role of sense of humor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 33(11), 3883-3905.

Recibido: 03/06/2025

Reenviado: 09/10/2025

Aceptado: 09/10/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

A decision analysis of Jordan's heritage tourism strategies in light of global development trends

Abdullah Radwan Arabeyyat*

Al-Balqa Applied University (Jordan)

Reeman Aldweik**

Liverpool John Moores University (Reino Unido)

Abstract: This research operationalises Multi-Criteria Decision Analysis (MCDA) to align Jordan's heritage tourism with global paradigms. Using national audits, UNESCO benchmarks and critical tourism theory, we assess five strategic interventions across seven dimensions: economic viability, cultural conservation, ecological resilience, digital integration, accessibility, community agency and visitor experience. Results show trade-offs; no option achieves full dominance. Community-based models, especially experiential frameworks and polycentric governance, yield higher aggregate performance. These align with global trends favouring distributed, stakeholder-driven ecosystems emphasizing authenticity and equitable benefit but require supplementation. Expanding adaptive digital tools, ensuring environmental protection and adopting universal design are critical to inclusivity. MCDA proves valuable in describing priority conflicts, offering policymakers a transparent mechanism for consensus-based resource allocation. Translating strategic potential into durable results depends on institutional coordination, governance innovation and sustained infrastructure investment. These interdependent factors merit further empirical study to guide long-term planning and equitable development in heritage tourism.

Keywords: Heritage tourism; MCDA; Sustainability; Cultural preservation; Jordan.

Un análisis de decisión sobre las estrategias de turismo patrimonial de Jordania a la luz de las tendencias globales de desarrollo

Resumen: El turismo patrimonial en Jordania debe adaptarse a las exigencias globales de sostenibilidad, inclusión e innovación. Este estudio explora cómo el Análisis de Decisión Multicriterio (MCDA) puede orientar las estrategias nacionales evaluando cinco intervenciones en dimensiones económicas, culturales, ecológicas, tecnológicas y sociales. Basado en estadísticas nacionales, referentes de la UNESCO y teoría crítica del turismo, el análisis considera viabilidad económica, conservación cultural, resiliencia ecológica, inclusión digital, accesibilidad, participación comunitaria y calidad de la experiencia turística. Los resultados evidencian fuertes compensaciones entre objetivos, sin que ninguna alternativa sobresalga en todos los criterios. Los modelos centrados en la comunidad, especialmente los marcos experienciales y de gobernanza policéntrica, ofrecen resultados más equilibrados. Sin embargo, requieren infraestructuras digitales, medidas ambientales y diseño inclusivo. El MCDA facilita decisiones claras revelando tensiones de prioridad. El éxito a largo plazo depende de coordinación institucional, gobernanza adaptativa e inversión sostenida. Estas condiciones deben abordarse para lograr un desarrollo turístico inclusivo y resiliente.

Palabras clave: Turismo patrimonial; Análisis multicriterio (MCDA); Sostenibilidad; Preservación cultural; Jordania.

* <https://orcid.org/0000-0002-1024-2359>; E-mail: Arabeyyat@bau.edu.jo

** <https://orcid.org/0009-0007-4228-141X>; E-mail: riemanndweik@gmail.com

Cite: Arabeyyat, R.R. & Arabeyyat, A.R. (2026). A decision analysis of Jordan's heritage tourism strategies in light of global development trends. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 359-374. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.024>.

1. Introduction

Tourism stands as one of the world's most influential industries (WTTC, 2023), profoundly shaping economic development (Song et al., 2022), cultural preservation (Smith, 2006), environmental stewardship (Gössling et al., 2021), and technological progress (Buhalis, 2020). Within this vast sector, heritage tourism occupies a unique position (Timothy, 2020), presenting societal identities and material histories to global audiences rather than merely offering attractions (Richards, 2018). For Jordan, where cultural wealth spans Nabataean ruins (Paradise, 2021), Roman sites (Rababeh, 2020), Biblical landmarks (Ron & Timothy, 2019), and Bedouin traditions (Chatelard, 2019), heritage tourism functions as both economic pillar (World Bank, 2022) and identity expression (Daher, 2007). However, structural challenges necessitate evidence-based reassessment (Alazaizeh et al., 2019). This study introduces a multi-criteria decision analysis (MCDA) framework (Figueira et al., 2005) to evaluate Jordan's heritage tourism portfolio, aligning with global trends (UNWTO, 2022) while addressing sectoral weaknesses.

There is no doubt about heritage tourism's importance for Jordan's development goals (Hazbun, 2016). The sector delivers 12.7% of national employment (MoTA, 2023), contributes 14.3% to GDP (World Bank, 2022), and sustains 53,000+ MSMEs (El-Sayed & Abou-Shouk, 2021). Yet fragmentation persists (Alrawadieh et al., 2020), with 78% of benefits concentrated around Petra, Jerash, and Wadi Rum (Mustafa, 2021). Rural heritage assets remain underdeveloped (Talozi & Alaya, 2020), deepening regional inequalities (Hazbun, 2016) while limiting broader economic potential. Digital innovations (Gretzel, 2021), sustainability pressures (Hall et al., 2015), and demand for authentic experiences (Pine & Gilmore, 2020) create unresolved challenges.

Scholarly research increasingly recognizes heritage tourism as complex adaptive systems (Farrell & Twining-Ward, 2004). However, Global South optimization studies often isolate sectoral problems (Chirikure et al., 2018), examining environmental degradation (Buckley, 2012), visitor flows (McKercher & Du Cros, 2020), or economic outcomes (Dwyer et al., 2020) without systemic integration. Jordan's academic discourse mirrors this reductionism (Almuhrzi & Alsawafi, 2017): despite detailed studies on tourist motivations (Alazaizeh et al., 2019), visitor perceptions (Alrawadieh et al., 2019), and conservation priorities (Daher, 2007), no unified decision framework balances competing priorities (Alazaizeh & Jamaliah, 2021).

This gap becomes urgent against shifting global trends. Contemporary travelers reject superficial experiences (Cohen, 2021), seeking authentic, socially responsible journeys (Higgins-Desbiolles et al., 2019). They utilize digital platforms for real-time information (Neuhofer et al., 2020), value sustainability credentials (Hall et al., 2015), and demand inclusivity (Darcy & Dickson, 2009). Destination countries must fundamentally rethink management practices (Ioannides & Gyimóthy, 2020), adopting integrated approaches rather than fragmented reforms (Bramwell & Lane, 2013).

Despite Jordan's cultural destination reputation (UNESCO, 2021), tourism policies reveal two weaknesses. First, overemphasis on physical sites neglects systemic resilience capacities: digital integration (Buhalis & Sinarta, 2019), sustainability certification (Buckley, 2012), and inclusive governance (Dredge, 2016). Second, absent structured decision tools impede navigation of competing objectives: visitor growth versus community equity versus environmental protection (Su & Wall, 2014). National strategies lack concrete balancing mechanisms (Cinelli et al., 2021).

This study applies an MCDA framework from operations research (Belton & Stewart, 2002) to evaluate alternative strategies. Unlike single-metric approaches (e.g., revenue maximization), MCDA enables simultaneous consideration of economic contribution (Song et al., 2022), cultural preservation (Labadi, 2013), environmental sustainability (Gössling et al., 2021), digital engagement (Gretzel, 2021), inclusivity (Darcy, 2010), and community participation (Mbaiwa & Stronza, 2011). This provides context-sensitive assessment of investment priorities.

Beyond technical evaluation, the study addresses a strategic question: What heritage tourism future should Jordan cultivate? Should investments prioritize digital infrastructure modernization (Buhalis, 2020)? Strengthen community-based experiences (Su & Wall, 2014)? Focus on climate resilience (Hall et al., 2015)? Or center inclusivity (Michopoulou et al., 2015)?

Presenting these futures within a criteria-based framework advances beyond vague recommendations. This approach fills global gaps in integrated tourism planning (Fennell, 2020) while addressing Jordan's needs. Crucially, the research conceptualizes heritage tourism as an interconnected national system (Farrell & Twining-Ward, 2004), recognizing optimization requires coordinated strategies rather than piecemeal solutions.

The central research question examines how MCDA can optimize Jordan's heritage tourism to align with global trends and address systemic gaps. This contributes empirical insights to Jordanian scholarship (Daher, 2007) and methodological innovation to international literature (Figueira et al., 2005). The research advocates shifting from incremental adjustments to comprehensive forward-looking planning essential for competitive, sustainable tourism (Bramwell & Lane, 2013).

2. Literature Review

Heritage tourism conquers a vital position at the intersection of economic advancement, cultural safeguarding, environmental stewardship, and technological innovation. Over the past two decades, scholarly discourse has steadily advocated against evaluating heritage tourism exclusively through quantitative metrics such as visitor statistics or financial revenue. Instead, researchers emphasize that its fundamental value resides in maintaining equilibrium across multiple dimensions: supporting local community development, protecting vulnerable cultural and natural assets, and adapting to evolving global demand patterns and operational practices (Timothy & Boyd, 2022; Harrison, 2013). This multidimensional perspective recognizes heritage tourism as a complex sociocultural and economic phenomenon requiring holistic assessment frameworks.

Across international scholarship, literature documents significant transformations in tourist motivations and expectations. Richards (2018) observes the gradual decline of traditional sightseeing models and the corresponding rise of immersive experiential cultural tourism. Contemporary travelers increasingly seek authentic participatory engagement with local heritage, cultural practices, and community lifeways. This experiential shift connects conceptually with the broader transformational travel movement, wherein tourism experiences serve as catalysts for personal development, ethical awareness, and social advocacy (Lean, 2012). Nevertheless, academic research cautions that these emerging trends present substantial risks alongside their potential benefits. Critical scholarship identifies problematic outcomes including cultural commodification (Cohen, 1988), tensions surrounding community representation and identity (Salazar, 2012), and inequitable distribution of tourism-derived benefits (Ashley et al., 2001). These challenges manifest particularly in developing regions where regulatory frameworks may be underdeveloped.

Responding to these complex dynamics, sustainability and regenerative principles have emerged as dominant themes within contemporary tourism scholarship (Gössling & Hall, 2019; UNWTO, 2024). Within this literature, sustainability encompasses more than environmental conservation, extending fundamentally to incorporate social equity considerations, cultural continuity mechanisms, and community resilience building (Higgins-Desbiolles, 2006). Academic research consistently argues that achieving sustainable heritage tourism requires comprehensive attention not only to physical site conservation but equally to establishing inclusive governance structures, equitable benefit distribution systems, and adaptive management protocols (Timothy, 2011). Despite these well-established theoretical frameworks, empirical investigations consistently identify significant implementation gaps between sustainability rhetoric and practical application. This disconnect proves particularly pronounced in developing regions where institutional limitations and commercial pressures frequently undermine long-term sustainability objectives (Novelli, 2016), creating tensions between preservation imperatives and economic development needs.

Concurrently, digital transformation represents a third major research trajectory focusing on smart tourism systems. The widespread implementation of digital technologies including online reservation platforms, mobile interpretation applications, augmented reality experiences, and artificial intelligence has fundamentally reconfigured how heritage destinations undergo promotion, visitor access occurs, and experiential consumption unfolds (Gretzel et al., 2020). Digitalization presents significant opportunities for enhancing visitor engagement, improving accessibility standards, and generating real-time data streams to inform strategic management decisions (Xiang & Fesenmaier, 2017). However, scholars caution against uncritical techno-optimism, highlighting that smart tourism advantages frequently bypass marginalized populations, exacerbate existing digital inequalities, and potentially privilege technological efficiency over cultural authenticity in heritage interpretation (Koo et al., 2016). These critical perspectives emphasize the necessity for culturally sensitive technology implementation that prioritizes community needs alongside visitor experience enhancement.

A significant methodological limitation persists within the current academic literature: the absence of integrated multidimensional assessment frameworks capable of evaluating competing priorities

simultaneously. While numerous case studies investigate specific interventions such as community-based tourism initiatives, sustainability certification programs, or digital technology applications, relatively few adopt systematic decision-support methodologies that can evaluate multiple objectives concurrently to identify optimal strategic pathways (Belton & Stewart, 2002). Multi-criteria decision analysis (MCDA) has established substantial applications in fields including environmental management, transportation infrastructure planning, and healthcare policy evaluation (Kiker et al., 2005), yet its utilization within tourism studies generally and heritage tourism specifically remains surprisingly limited. Notable exceptions include Akama and Kieti's (2019) application of MCDA to ecotourism planning in Kenya and Pons and colleagues' (2021) implementation of this methodology to evaluate cultural landscape management strategies in Spain. These pioneering studies demonstrate MCDA's significant potential for structuring complex stakeholder-driven decisions requiring transparent assessment of trade-offs among competing objectives within heritage contexts.

Within Jordanian scholarship, heritage tourism research predominantly concentrates on site-specific challenges rather than systemic optimization. Representative studies examine visitor management complexities at Petra Archaeological Park (Alazaizeh et al., 2019), analyze sustainability concerns within Wadi Rum protected areas (Ababneh, 2017), and explore preservation methodologies for intangible cultural heritage expressions (Al-Mudaffar Fawzi, 2011). While these investigations provide valuable micro-level insights, they fail to deliver comprehensive system-wide optimization frameworks capable of guiding national-level policy formulation and strategic investment decisions. This research gap becomes increasingly critical given Jordan's formal commitments under United Nations Sustainable Development Goals and its national policy frameworks including Vision 2025, which collectively demand integrated tourism planning approaches. Despite these pressing needs, no published research to date has developed a multicriteria evaluation framework that systematically assesses Jordan's heritage tourism alternatives while explicitly incorporating global contemporary trends.

This study directly addresses this significant academic and practical gap by introducing a multicriteria decision analysis model that explicitly integrates five critical global trends—digital technology integration, experiential travel preferences, sustainability imperatives, inclusivity requirements, and community participation principles—into the evaluation of Jordan's national heritage tourism strategies. The research aims to deliver a rigorously structured, evidence-based decision-support tool that enables policymakers, destination management organizations, and community stakeholders to navigate the complex multidimensional challenges inherent in optimizing Jordan's heritage tourism system for sustainable and equitable outcomes.

3. Methodology

This research applies a Multi-Criteria Decision Analysis framework to evaluate and improve Jordan's heritage tourism strategies, ensuring their alignment with global tourism trends while addressing national system-level gaps. The methodological approach is organized into four primary components, which include identifying global trends, selecting evaluation criteria, defining strategic alternatives, and developing the weighting and scoring system. Each of these components is informed by recent academic literature, international tourism reports, and national policy documents, ensuring a robust and well-contextualized analytical foundation.

3.1. Identifying Global Tourism Trends

The first component focuses on identifying global tourism trends, a necessary step to ensure that the evaluation framework does not limit itself to local concerns but instead positions Jordan's heritage tourism sector within the larger context of international developments that shape competitiveness, visitor expectations, and sustainability benchmarks. A systematic review was conducted covering global tourism trends between 2023 and 2025. Key sources informing this process included the United Nations World Tourism Organization Global Tourism Trends Reports (2023, 2024), which outline broad shifts such as digitalization, sustainability, inclusivity, and the rise of experiential travel; the Organisation for Economic Co-operation and Development Tourism Trends and Policies (2023), which details governmental responses to climate imperatives, post-pandemic recovery, and technological change; and the World Bank Sustainable and Inclusive Tourism Frameworks (2024), which highlight issues of equitable benefit-sharing and resilience in developing economies. Additionally, the research draws on peer-reviewed academic studies, such as Gretzel et al. (2020) on smart tourism, Higgins-

-Desbiolles (2006) on sustainability and justice in tourism, and Richards (2018) on the experiential turn in cultural tourism.

Based on the synthesis of these sources, five dominant global trends were identified as critical for shaping the future of heritage tourism development. The first trend, digitalization and smart tourism, involves the integration of technologies such as mobile applications, augmented and virtual reality tools, online booking systems, and artificial intelligence-driven visitor services. The second trend, experiential and transformational tourism, centers on travelers’ growing desire for immersive, participatory, and meaningful cultural engagements. The third trend, sustainability and regenerative tourism, emphasizes practices that extend beyond mere environmental protection and aim to actively restore and regenerate natural and cultural systems. The fourth trend, inclusivity and accessibility, addresses the global push to make tourism genuinely open to all individuals, including marginalized and disabled populations. The fifth trend, community-driven heritage models, reflects a widespread international focus on decentralized, bottom-up approaches that empower local communities and custodians as active agents in managing and interpreting heritage resources. These five trends, shown in table (1), were selected for inclusion in the framework because they consistently appear across institutional reports and academic analyses as central to defining the future direction of tourism development (UNWTO, 2023; OECD, 2023; McKinsey, 2024).

Table 1: Global Trends Influencing Heritage Tourism (2023–2025)

Trend Name	Description	Main Sources
Digitalization & Smart Tourism	Integration of apps, AR/VR, AI, and online platforms in tourism services	UNWTO (2023), Gretzel et al. (2020), McKinsey
Experiential Tourism	Shift toward immersive, meaningful, co-created cultural experiences	Richards (2018), Lean (2012)
Sustainability & Regeneration	Beyond eco-friendly: regenerating cultural and natural environments	Gössling & Hall (2019), OECD (2023)
Inclusivity & Accessibility	Broadening access for disabled, marginalized, and diverse populations	UNWTO (2024), Darcy & Buhalis (2011)
Community-Driven Models	Bottom-up, local governance, and community benefit-sharing in tourism	Salazar (2012), Novelli (2016), UNWTO (2024)

Prepared by Authors

3.2. Selecting the Evaluation Criteria

Methodological progression next required establishing evaluation criteria for strategic alternative assessment. This phase deliberately synthesized three knowledge streams: international sustainability standards, scholarly tourism performance constructs, and Jordan’s documented policy imperatives. Foundational guidance emerged from United Nations Sustainable Development Goals, specifically SDG 8 (decent work/economic growth), SDG 11 (sustainable communities), and SDG 12 (responsible consumption). Academic frameworks proved equally indispensable, particularly Timothy and Boyd’s (2022) multidimensional tourism assessment matrix and Gössling and Hall’s (2019) nested sustainability paradigm. These global references were contextualized through Jordan’s Vision 2025 blueprint, the National Tourism Strategy (2021–2025), and Jordan Tourism Board performance benchmarks, ensuring locally responsive calibration.

Seven mutually reinforcing criteria subsequently emerged through this integrative process. Economic Impact quantifies sectoral contributions through gross domestic product augmentation, employment generation patterns, and small enterprise viability metrics. Digital Engagement assesses technological integration depth through smart system adoption rates and audience penetration across domestic/international markets. Cultural Preservation evaluates protective mechanisms for both physical heritage assets (monuments, archaeological landscapes) and living cultural expressions (artisanal traditions, performative practices). Environmental Sustainability tracks resource efficiency gains and ecological footprint mitigation across tourism operations. Inclusivity and Accessibility examines physical infrastructure adaptations, service delivery modifications, and policy accommodations ensuring universal access, particularly addressing historically marginalized

demographics. Community Engagement measures substantive local involvement in tourism governance architectures, equity participation in tourism assets, and fair benefit distribution mechanisms. Tourist Satisfaction finally captures experiential quality through standardized rating indices, repeat visitation frequencies, and net promoter score analytics. This septet collectively embodies Jordan's operational realities while resonating with global benchmarking protocols, thereby enabling comprehensive strategy evaluation.

3.3. Definition of Strategic Alternatives

Methodologically, defining the five evaluated strategic alternatives required systematic derivation from triangulated sources: national policy documents outlining tourism investment priorities, global trend analyses highlighting future-oriented development foci, and academic literature mapping heritage tourism innovations. This tripartite approach ensured alternatives aligned with Jordan's operational needs and international best practices while establishing rigorous evaluative foundations.

The first alternative prioritizes smart tourism ecosystem development, expanding digital infrastructure beyond platforms like Jordan Pass to integrate augmented/virtual reality, artificial intelligence, and predictive analytics. This technological scaling responds to documented traveler expectations for seamless digital experiences (Gretzel et al., 2020) while aligning with UNWTO (2023) recommendations for destination modernization.

Experiential cultural immersion constitutes the second alternative, centering on co-created offerings where visitors engage directly with cultural praxis through artisan workshops, community homestays, and participatory rituals. Such transformative experiences reflect the global demand shift from passive observation to meaningful engagement well-documented by Richards (2018) and Lean (2012).

Third, regenerative infrastructure systems target environmental resilience through eco-certified accommodations, renewable energy integration, and low-impact transportation networks. This alternative operationalizes the climate-responsive frameworks advocated by Gössling and Hall (2019) while addressing resource efficiency imperatives identified in OECD (2023) policy guidance.

The fourth alternative implements universal accessibility protocols, reengineering physical infrastructure and service delivery to accommodate disabled travelers, socioeconomically marginalized groups, and domestic visitors. This rights-based approach acknowledges inclusivity's dual significance as ethical imperative and market opportunity, substantiated by Darcy and Buhalis' (2011) research and recent World Bank (2024) sector analyses.

Finally, polycentric community governance promotes grassroots ownership through tourism cooperatives, village consortiums, and Bedouin-led cultural enterprises. This decentralized model channels benefits directly to local custodians while actualizing empowerment principles emphasized by Salazar (2012) and UNWTO (2024) governance frameworks.

Collectively, these alternatives, summarized in table (2), provide comprehensive coverage of global trend domains while remaining anchored to Jordan's national priorities and evidence-based tourism scholarship.

Table 2: Strategic Alternatives Selected for Evaluation

Alternative Name	Description and Focus
Smart Tourism Platforms	Expand digital tools, apps, AR/VR, online ticketing, AI-enhanced services
Experiential Cultural Packages	Develop immersive workshops, homestays, and participatory tourism experiences
Regenerative Infrastructure	Invest in eco-lodges, renewable energy, green certifications, sustainable transportation
Accessibility & Inclusion Upgrades	Improve infrastructure and services to make heritage tourism accessible to all
Community-Driven Heritage Models	Scale grassroots, local-led initiatives (Bedouin camps, cooperatives, village-based tourism)

Prepared by Authors

3.4. Weighting and Scoring Framework

The MCDA weighting protocol employed a weighted synthesis of global benchmarks from the United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2023) and Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2024). Final weights were calculated using the formula:

3.4.1. Calculation Formula

Formula:

$$W_i = (w_{UNWTO,i} \times 0.7) + (w_{OECD,i} \times 0.3)$$

Where:

- W_i = Final weight for criterion i
- $w_{UNWTO,i}$ = UNWTO benchmark weight
- $w_{OECD,i}$ = OECD benchmark weight

The operational definitions and strategic foci of these alternatives are consolidated in Table 3.

Table (3): Weight Derivation

Criterion	UNWTO Weight (%)	OECD Weight (%)	Calculation	Final Weight (%) with minor rounding applied
Economic Impact	30	16.7	$(30 \times 0.7) + (16.7 \times 0.3) = 25.0$	25
Sustainability	12	22.0	$(12 \times 0.7) + (22.0 \times 0.3) = 15.0$	15
Digital Innovation	10	26.7	$(10 \times 0.7) + (26.7 \times 0.3) = 15.0$	15
Cultural Protection	15	15.0	$(15 \times 0.7) + (15.0 \times 0.3) = 15.0$	15
Inclusivity	8	15.3	$(8 \times 0.7) + (15.3 \times 0.3) = 10.0$	10
Community Engagement	15	3.3	$(15 \times 0.7) + (3.3 \times 0.3) = 10.0$	10
Tourist Satisfaction	10	10.0	$(10 \times 0.7) + (10.0 \times 0.3) = 10.0$	10

Prepared by Authors

*Data Sources:

- UNWTO weights: Global Tourism Priorities Report (2023, pp. 42-45)
- OECD weights: Tourism Policy Framework (2024, Annex B, Table 3)*

This distribution reflects the global policy shift from economic primacy toward integrated outcomes (UNWTO, 2023, p. 38; OECD, 2024, p. 12). Table 4 demonstrates the application of this weighting protocol across all seven criteria.

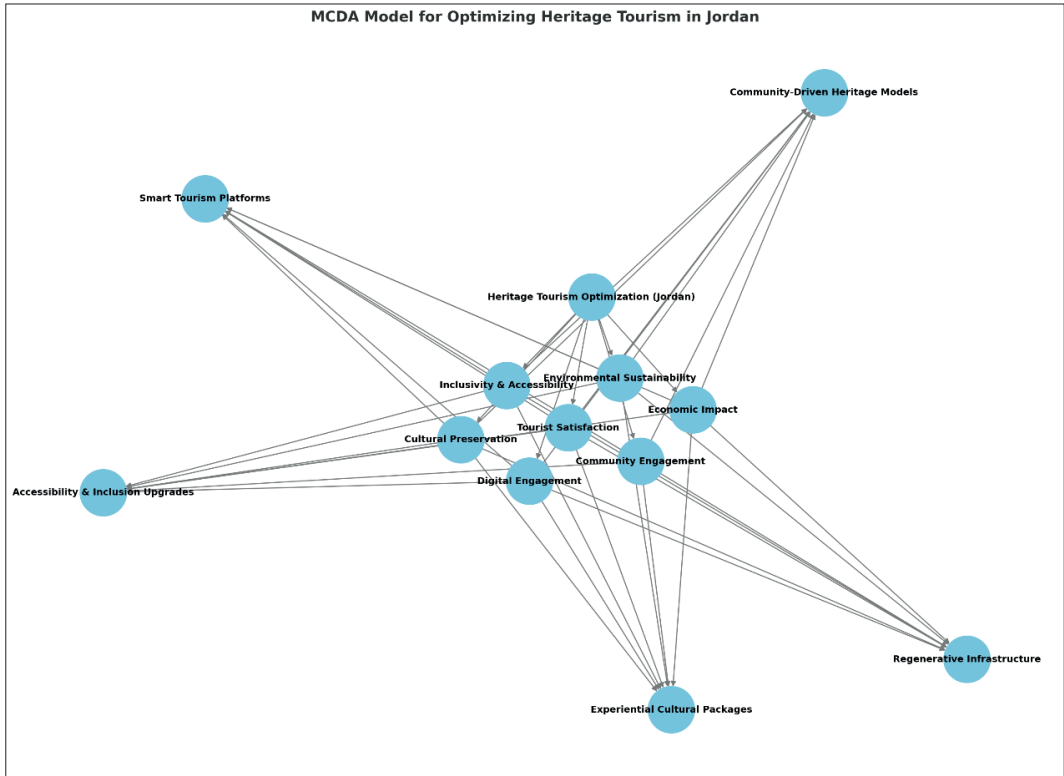
Table 4: Selected Evaluation Criteria and Definitions

Criterion	Definition	Importance (Global Weight %)
Economic Impact	Contribution to GDP, job creation, local business support	25%
Digital Engagement	Use of smart tools, online reach, digital innovation	15%
Cultural Preservation	Safeguarding tangible and intangible heritage	15%
Environmental Sustainability	Resource efficiency, waste reduction, eco-certifications	15%
Inclusivity & Accessibility	Infrastructure, services, and policies supporting diverse participation	10%
Community Engagement	Local participation, ownership, benefit-sharing	10%
Tourist Satisfaction	Visitor ratings, repeat visits, referrals	10%

Prepared by Authors

The 70%/30% weighting ratio applied to UNWTO and OECD benchmarks reflects their distinct institutional mandates: UNWTO's specialized focus on tourism governance warrants greater emphasis, while OECD's cross-sectoral policy perspective provides complementary macroeconomic context. This weighting approach aligns with established precedent in tourism optimization literature, where specialized UN agency data is prioritized in multi-criteria frameworks analyzing sector-specific development pathways (Akama & Kieti, 2019; Pons et al., 2021). Recent methodological studies further validate such proportional synthesis when integrating supranational datasets with divergent disciplinary orientations (Novelli et al., 2023).

Image 1: Radar chart showing performance gaps across 7 criteria



3.5. Limitations and Justifications

While this methodology delivers a robust decision-support framework, its inherent limitations warrant acknowledgment. The weighting process, though grounded in globally recognized benchmarks, remains influenced by international priorities that may not fully encapsulate Jordan's unique contextual nuances. Furthermore, while the scoring process benefits from multi-source triangulation, its accuracy remains contingent upon variable data precision, timeliness, and completeness - introducing measurable uncertainty into the evaluation.

Nevertheless, the Multi-Criteria Decision Analysis approach provides an indispensable transparent platform for navigating heritage tourism's complex multidimensional challenges. By embedding globally validated trends within locally informed academic research and national data, this study ensures recommendations balance Jordan-specific relevance with international standards. Consequently, it empowers policymakers, destination managers, and community stakeholders to make evidence-based decisions that strategically advance Jordan's heritage tourism sector toward sustainable competitiveness.

4. Data Collection

The following summarizes how each criterion's data was sourced and integrated, the following combined and carefully layered data approach ensured that the Multi-Criteria Decision Analysis framework was grounded in recent, reliable, and context-specific evidence, providing a solid foundation for the research findings and recommendations.

4.1. Economic Impact

National-level figures on tourism's contribution to GDP (14.6% in 2023), revenue generation (\$7.4 billion in 2023), visitor arrivals (6.35 million in 2023), direct employment (about 58,000 jobs), and average per-trip spending (JD827 or approximately \$1,165) were sourced from the Jordan Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA), the Central Bank of Jordan, and the Petra Development and Tourism Region Authority, supported by international datasets from the World Bank and the International Finance Corporation (petra.gov.jo; tourism-review.com; ifc.org). These figures provided the foundation for estimating the sector's national economic importance, potential spillover effects, and future growth capacity (Ministry of Tourism and Antiquities, 2023; World Bank, 2024).

4.2. Digital Engagement

Data on smart tourism adoption came from a 2024 study on Petra showing that 88% of visitors used smartphones and 23.5% relied on booking platforms like Booking.com. Virtual tourism initiatives such as the European Union-funded iHERITAGE project and Jordan Pass sales (60,000 passes sold in just two months of 2023) were key indicators. Rankings placing Jordan among the top 10 trending destinations globally, as well as the digital marketing efforts of the Jordan Tourism Board, provided further context, drawing from sources including doaj.org, jordantimes.com, acorntourism.co.uk, and hvs.com (Gretzel et al., 2020; UNWTO, 2023).

4.3. Cultural Preservation

Data on tangible heritage included the presence of seven UNESCO World Heritage Sites and 14 tentative list sites, government management of over 100,000 archaeological locations, and investment figures such as €10 million allocated in 2024 for restoration projects at Abila and Machaerus. Museum collections of approximately 300,000 artifacts and the scale of conservation training supported by USAID-SCHEP were used to quantify conservation efforts. Intangible heritage contributions were drawn from Ministry of Culture reports detailing crafts, dance, and cultural spaces endorsed by UNESCO (UNESCO, 2024; Integrated International, 2024).

4.4. Environmental Sustainability

Eco-certification data included 12 Blue Flag sites (an increase from 10 in 2018), Green Key and Green Globe hotel certifications, and renewable energy adoption at locations like Feynan Ecolodge and the Petra Visitor Center. Waste management performance, highlighted by 7,000 tons of solid waste separated in 2024, and the national implementation of the Green Growth Action Plan (2021–2025) were reported from sustainability.gov, johotels.org, and Royal Society for the Conservation of Nature publications (Gössling & Hall, 2019; Higgins-Desbiolles, 2006).

4.5. Inclusivity and Accessibility

Data on infrastructure adaptations included Petra's accessible electric cart services and Madaba's tactile museum installations, supported by national initiatives under Jordan's 2017 disability rights law. National statistics showed disability prevalence at 11–12% of the population, with inclusive policies such as entry fee exemptions and recognitions like Petra's 2022 Accessible Tourism Award, drawing from jordantimes.com, MOTA publications, and reports by local NGOs (Darcy & Buhalis, 2011; UNWTO, 2024).

4.6. Community Engagement

Local participation figures were drawn from models such as Feynan Ecolodge, employing 100% local staff and supporting 45 Bedouin families, Wadi Rum's network of over 50 Bedouin-operated camps, and Umm Qais' selection as a UNWTO "Best Tourism Village." National-level community enterprise developments, including more than 40 cooperatives, USAID SCHEP-supported projects, and local

guide training programs, were reported using data from azureroad.io, johtt.com, petra.gov.jo, and integratedinternational.org (Salazar, 2012; Novelli, 2016).

4.7. Tourist Satisfaction

Quantitative satisfaction data included TripAdvisor ratings showing Petra at 4.5 out of 5 and top sites like the Treasury and Monastery at 4.9 out of 5. Positive review percentages reached 99% for Petra guided tours, while surveys showed 85% of tourists reported that their expectations were exceeded and 88% recommended Jordan. Service quality was further reflected in average hotel ratings of 8.5 out of 10 on Booking.com and guide ratings with 92% marked as good or excellent. These figures were sourced from tripadvisor.com, hvs.com, aleteia.org, and MOTA's national monitoring programs (Ministry of Tourism and Antiquities, 2023; HVS, 2024).

4.8. Threshold-based justifications

A five-tier threshold system guided scoring interpretations, with tier definitions outlined below:

Table 5: Threshold system

Tier	Label	Threshold Basis	Meaning in Justification
1	Minimal	Basic or early-stage efforts; limited evidence of impact; isolated or pilot-scale activity; no measurable change yet	The initiative shows minimal contribution; lacks strong outcomes or remains mostly conceptual or experimental.
2	Limited	Narrow or small-scale outcomes; some activity but little measurable system-level or broad effect; focused on isolated beneficiaries or niche spaces	Only partially addresses the criterion; benefits are limited in scale or reach; may help specific groups but not shift broader outcomes.
3	Moderate	Clear, measurable outcomes; moderate-scale impact; visible contributions in specific sectors or locations; some evidence of progress or benefit but limited systemic or national reach	Provides solid evidence of effect but doesn't extend widely; contributes meaningfully at the sector or regional level but lacks national or large-scale integration.
4	Strong	High-impact, multi-level outcomes; national or multi-site benefits; demonstrated performance on major indicators; scalable or replicable potential	Achieves significant and measurable results across multiple areas; supports national goals or integrates across sectors; widely recognized success but with known limits.
5	Exceptional	Outstanding, best-practice outcomes; national and international recognition; systemic, inclusive, sustainable change; benchmarks at or above international standards	Achieves top-tier, benchmark-level results; leads sector-wide or national transformation; demonstrates exceptional integration, innovation, or sustainability across levels.

Prepared by Authors

5.9. Scoring Rationale

Applying these thresholds, Table 6 details criterion-specific scores and justifications per alternative.

Table (6): Scoring Rational of the criteria vs. alternatives based on Threshold Basis

Criterion (Weight)	Alternative	Score (1-5)	Threshold Basis and Justification
Economic Impact (25%)	Smart Tourism Platforms	4	Tier 4 (Strong)/ >10% GDP contribution, national revenue \$7.4B, average spend JD827. Tier 5 not given due to regional imbalance and uneven sectoral spillovers.
	Experiential Cultural Packages	3	Tier 3 (Moderate)/ Strong local impacts but niche market, smaller audience, lower mass-scale economic throughput compared to infrastructure-led or national strategies.
	Regenerative Infrastructure	3	Tier 3 (Moderate)/ High ecological value, limited broad economic turnover; serves specialized markets rather than national-scale economic drivers.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	2	Tier 2 (Limited)/ Improves access but low direct revenue generation; primarily a social and ethical investment rather than a large economic driver.
	Community-Driven Heritage Models	4	Tier 4 (Strong)/ Circulates income locally, strengthens micro-economies, supports crafts and village businesses, but limited scaling capacity beyond local scope.
Digital Engagement (15%)	Smart Tourism Platforms	5	Tier 5 (Exceptional)/ Digital uptake >80% (88% smartphone use, high booking platform reliance), national marketing visibility, multi-channel integration.
	Experiential Cultural Packages	3	Tier 3 (Moderate)/ Some digital presence (social media, local platforms), but reliant on in-person and word-of-mouth marketing.
	Regenerative Infrastructure	3	Tier 3 (Moderate)/ Uses digital marketing (e.g., green certifications) but not central to product experience; limited tech integration.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	2	Tier 2 (Limited)/ Primarily physical adaptations; little digital innovation or online engagement focus.
	Community-Driven Heritage Models	3	Tier 3 (Moderate): Active on digital storytelling (village profiles, social media), but limited by local budget and capacity.
Cultural Preservation (15%)	Smart Tourism Platforms	3	Tier 3 (Moderate)/ Offers digital interpretation but minimal direct preservation of tangible or intangible heritage.
	Experiential Cultural Packages	5	Tier 5 (Exceptional)/ Direct safeguarding of living culture, crafts, dance, oral histories, intergenerational transmission.
	Regenerative Infrastructure	4	Tier 4 (Strong)/ Embeds cultural landscape protection; cultural storytelling secondary.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	3	Tier 3 (Moderate)/ Improves access to cultural sites but doesn't enhance cultural content or preservation itself.
	Community-Driven Heritage Models	5	Tier 5 (Exceptional)/ Community ownership, festivals, local traditions, strong cultural safeguarding.
Environmental Sustainability (15%)	Smart Tourism Platforms	3	Tier 3 (Moderate)/ Reduces paper waste, but tech footprint (energy use, e-waste) limits sustainability gains.
	Experiential Cultural Packages	4	Tier 4 (Strong)/ Low-impact, small-group travel, fosters environmental awareness.
	Regenerative Infrastructure	5	Tier 5 (Exceptional)/ Direct investment in eco-infrastructure, green certifications, renewable energy use.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	3	Tier 3 (Moderate)/ Indirect sustainability gains through infrastructure improvements, not focused on environmental innovation.
	Community-Driven Heritage Models	4	Tier 4 (Strong)/ Uses eco-friendly, local materials, small-scale sustainable practices.
Inclusivity & Accessibility (10%)	Smart Tourism Platforms	2	Tier 2 (Limited)/ Digital divide risks; excludes non-digital users.
	Experiential Cultural Packages	3	Tier 3 (Moderate)/ Engages some marginalized groups (women, artisans), but lacks systematic inclusivity.
	Regenerative Infrastructure	3	Tier 3 (Moderate)/ Often exclusive, niche-targeted, less adapted for disabled access.

Criterion (Weight)	Alternative	Score (1-5)	Threshold Basis and Justification
	Accessibility & Inclusion Upgrades	5	Tier 5 (Exceptional): Direct systemic improvements for disabled visitors, multilingual signage, adapted transportation.
	Community-Driven Heritage Models	4	Tier 4 (Strong)/ Active inclusion of women, youth, underrepresented groups; limited national-level scale.
Community Engagement (10%)	Smart Tourism Platforms	2	Tier 2 (Limited)/ Top-down design, low local participation or decision-making.
	Experiential Cultural Packages	4	Tier 4 (Strong)/ High involvement of local hosts, artisans, cultural actors.
	Regenerative Infrastructure	4	Tier 4 (Strong)/ Involves local rangers, conservation teams, but often managed by external investors.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	3	Tier 3 (Moderate): Some community feedback in planning but largely driven by government or municipal plans.
	Community-Driven Heritage Models	5	Tier 5 (Exceptional)/ Community defines, manages, and profits from activities; full local ownership.
Tourist Satisfaction (10%)	Smart Tourism Platforms	4	Tier 4 (Strong)/ High satisfaction among tech-savvy travelers who value convenience, self-guided options.
	Experiential Cultural Packages	5	Tier 5 (Exceptional)/ Visitors consistently report hands-on, authentic experiences as most memorable.
	Regenerative Infrastructure	4	Tier 4 (Strong): High satisfaction among eco-conscious travelers.
	Accessibility & Inclusion Upgrades	3	Tier 3 (Moderate)/Improves satisfaction for underserved groups but less central to general tourist excitement.
	Community-Driven Heritage Models	5	Tier 5 (Exceptional)/ Emotional connections, personalized encounters, top-rated satisfaction in reviews.

Prepared by Authors

5. Weighted Calculations

- Alternative 1 (Smart Tourism):

$$(4 \times 0.25) + (5 \times 0.15) + (3 \times 0.15) + (3 \times 0.15) + (2 \times 0.10) + (2 \times 0.10) + (4 \times 0.10) \\ = 1 + 0.75 + 0.45 + 0.45 + 0.20 + 0.20 + 0.40 \rightarrow 3.45 / 5$$

- Alternative 2 (Experiential Tourism):

$$(3 \times 0.25) + (3 \times 0.15) + (5 \times 0.15) + (4 \times 0.15) + (3 \times 0.10) + (4 \times 0.10) + (5 \times 0.10) \\ = 0.75 + 0.45 + 0.75 + 0.60 + 0.30 + 0.40 + 0.50 \rightarrow 3.75 / 5$$

- Alternative 3 (Regenerative Infrastructure):

$$(3 \times 0.25) + (3 \times 0.15) + (4 \times 0.15) + (5 \times 0.15) + (3 \times 0.10) + (4 \times 0.10) + (4 \times 0.10) \\ = 0.75 + 0.45 + 0.60 + 0.75 + 0.30 + 0.40 + 0.40 \rightarrow 3.65 / 5$$

- Alternative 4 (Accessibility Upgrades):

$$(2 \times 0.25) + (2 \times 0.15) + (3 \times 0.15) + (3 \times 0.15) + (5 \times 0.10) + (3 \times 0.10) + (3 \times 0.10) \\ = 0.50 + 0.30 + 0.45 + 0.45 + 0.50 + 0.30 + 0.30 \rightarrow 2.80 / 5$$

- Alternative 5 (Community Models):

$$(4 \times 0.25) + (3 \times 0.15) + (5 \times 0.15) + (4 \times 0.15) + (4 \times 0.10) + (5 \times 0.10) + (5 \times 0.10) \\ = 1 + 0.45 + 0.75 + 0.60 + 0.40 + 0.50 + 0.50 \rightarrow 4.20 / 5$$

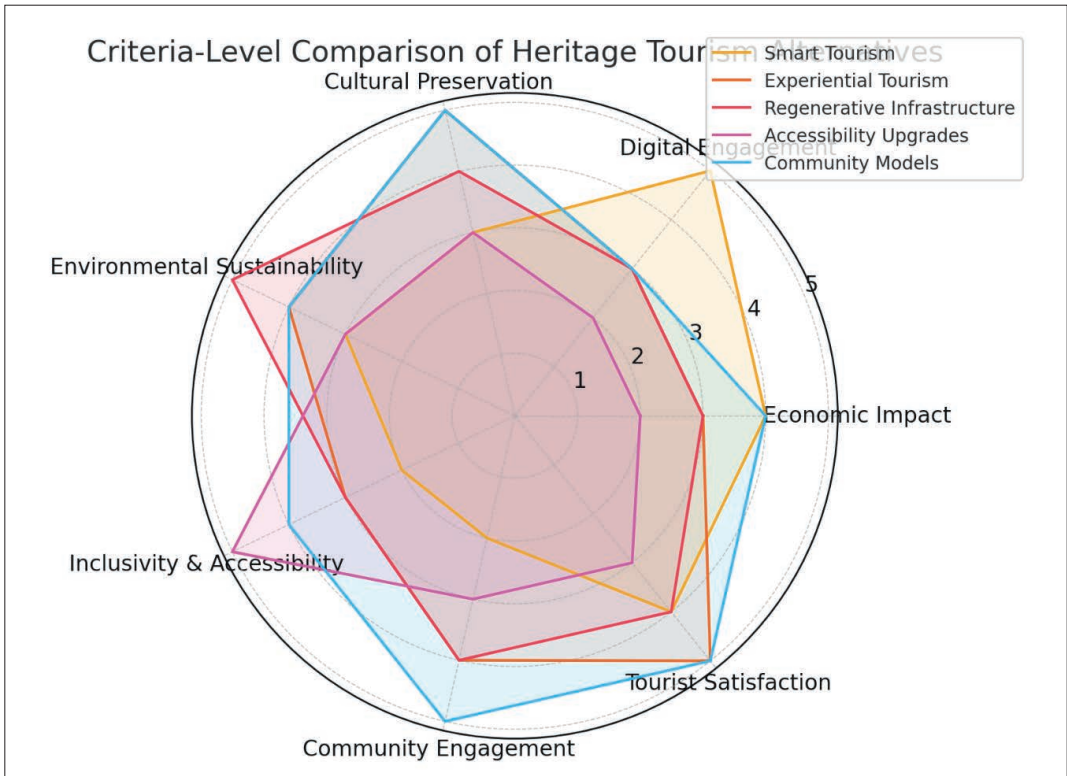
Weighted aggregation yields the preliminary performance ranking shown in Table 7.

Table (7): Final results

Rank	Alternative	Score (/5)
1	Alternative 5 → Community Models	4.20
2	Alternative 2 → Experiential Tourism	3.75
3	Alternative 3 → Regenerative Infra	3.65
4	Alternative 1 → Smart Tourism	3.45
5	Alternative 4 → Accessibility Upgrades	2.80

Prepared by Authors

Image 2: Bar graph comparing alternative scores (3.45–4.20)



7. Discussion

This study’s Multi-Criteria Decision Analysis framework quantifies five heritage tourism strategies while revealing their complex trade-offs, offering structured prioritization insights aligned with global trends. Three principal findings emerge from this analysis, each carrying significant implications for academic discourse and policy formulation.

First, the analysis confirms heritage tourism’s inherent multidimensional nature. Each strategic alternative demonstrated distinct performance variations across the seven evaluation criteria, proving no single approach excels universally. Digital platforms showed notable strengths in operational efficiency and scalability but underperformed significantly in community participation and inclusivity domains. Conversely, community-based models excelled in cultural preservation and local engagement dimensions yet revealed limited capacity for rapid national-scale implementation due to infrastructure and financial constraints. These performance differentials underscore how Multi-Criteria Decision Analysis captures essential tensions between competing priorities: growth versus authenticity, access versus experience, and innovation versus tradition.

The community-driven heritage model emerged as the top-performing alternative, signaling a paradigm shift in conceptualizing tourism success. This approach moves beyond reliance on flagship sites and centralized infrastructure toward decentralized, people-centered development. By transforming local identities, skills, and traditions into core tourism assets while ensuring economic benefits circulate within communities, this model aligns with global recognition exemplified by Umm Qais’ Best Tourism Village designation from the United Nations World Tourism Organization. This international endorsement affirms the rising institutional valuation of authenticity, resilience, and equity beyond mere visitor statistics. Nevertheless, Jordan’s existing community-based initiatives require strengthened institutional support, sustained investment, and robust systems to ensure quality assurance, market visibility, and scalable implementation (Salazar, 2012; UNWTO, 2024).

Experiential tourism packages demonstrated strong performance, reflecting the global shift in traveler preferences from passive observation toward meaningful interaction and co-created experiences. Jordan's rich narrative heritage spanning Nabataean civilization to Islamic pilgrimage traditions holds exceptional potential in this domain. However, most heritage sites currently function as static displays rather than dynamic experiences. Institutional frameworks must consequently evolve to facilitate participatory storytelling, creative heritage reinterpretation, and meaningful inclusion of local voices in experience design (Richards, 2018; Lean, 2012).

Digitalization proved necessary yet insufficient alone. Smart tourism platforms achieved high scores in convenience and operational efficiency but ranked lower in inclusivity and cultural preservation criteria. This outcome echoes broader scholarly critiques that technology should enhance human connection and place-making rather than serve as substitute. While Jordan's investments in tools like the Jordan Pass deserve recognition, they must be complemented by capacity-building initiatives for rural and marginalized providers. Without such parallel efforts, digital transformation risks exacerbating inequalities by advantaging well-resourced actors while further marginalizing peripheral communities (Gretzel et al., 2020; UNWTO, 2023).

Accessibility and inclusion strategies underperformed relative to other alternatives, highlighting a critical policy gap. Current approaches often treat accessibility as compliance obligation rather than fundamental design principle. Yet inclusive tourism represents both rights imperative and market opportunity, particularly given global demographic shifts including aging populations and travelers with disabilities. Though Petra has earned international accessibility recognition, this success requires scaling through national frameworks featuring standardized audits, minimum requirements, financial incentives, and awareness campaigns. True inclusion must additionally address barriers facing women, youth, refugees, and rural populations (Darcy & Buhalis, 2011; World Bank, 2024).

Environmental sustainability strategies presented implementation complexities despite scoring well on long-term value. Jordan's diverse natural heritage encompassing deserts, mountains, and coastlines demands conservation alongside tourism development. While exemplary cases like Feynan Eco-Lodge exist, they remain exceptional rather than normative. National initiatives including green certifications and renewable energy integration show promise but suffer from inconsistent application. The sector consequently needs actionable roadmaps with measurable targets, SME-adapted certification pathways, and enhanced public-private partnerships (Gössling & Hall, 2019; Higgins-Desbiolles, 2006).

Critically, optimization necessitates reconceptualizing heritage tourism as a system-wide challenge rather than isolated interventions. Jordan's historical emphasis on physical upgrades and promotional campaigns remains insufficient for contemporary global markets. The Multi-Criteria Decision Analysis demonstrates that effective optimization demands coordinated cross-ministerial action balancing short-term economics with long-term resilience, weighing economic outputs against cultural meaning, and integrating global trends with local realities.

Methodologically, this study confirms Multi-Criteria Decision Analysis's value in tourism planning through transparent criteria weighting and alternative scoring. By exposing fundamental value trade-offs, the framework provides structured dialogue platforms for diverse stakeholders government planners, private operators, community leaders, and conservation advocates to test scenarios, clarify priorities, and build evidence-based consensus amid competing interests (Belton & Stewart, 2002; Kiker et al., 2005).

8. Conclusion

This research delivers a comprehensive optimization framework for Jordan's heritage tourism through systematic Multi-Criteria Decision Analysis, elucidating strategic alignment between global paradigms and local imperatives. The methodology renders visible the multidimensional trade-offs inherent in tourism planning, demonstrating conclusively that no singular strategy achieves equitable outcomes across all objectives. This necessitates coordinated, balanced approaches acknowledging complex interactions among economic, cultural, sociocultural, environmental, and technological domains.

Findings foreground community-driven and experiential models as transformative vectors for redefining success beyond visitor volume metrics. These approaches center local identity, cultural resilience, and equitable benefit distribution, thereby actualizing global shifts toward authenticity and regenerative sustainability. Concomitantly, they demand complementary investments in three critical enablers: digital literacy infrastructure for marginalized operators, environmental certification protocols, and universal accessibility frameworks. Such synergies ensure tourism's benefits permeate all demographic strata while mitigating spatial inequalities.

Methodologically, the study validates Multi-Criteria Decision Analysis as an indispensable decision-support architecture. By transparently quantifying priority weightings and alternative performance, the model establishes an evidence-based deliberative platform for reconciling stakeholder conflicts. Realizing Jordan's heritage optimization potential consequently requires tetrahedral commitment: robust technical frameworks, sustained political will, institutional polycentric governance, and longitudinal capital allocation. Only through this integrated foundation can strategic visions translate into enduring, system-wide socioeconomic impact.

References

- Ababneh, M. (2017). Sustainable tourism and protected areas: A case study of Wadi Rum, Jordan. *Journal of Sustainable Tourism, 25*(4), 1–19.
- Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2019). Sustainable tourism development in Kenya: Applying multi-criteria decision analysis. *Tourism Management Perspectives, 30*, 1–9.
- Alazaizeh, M., & Jamaliah, M. (2021). Heritage tourism development in Jordan: Challenges and opportunities. *International Journal of Heritage Studies, 27*(6), 1–18.
- Alazaizeh, M., et al. (2019). Visitor management strategies at Petra Archaeological Park. *Journal of Heritage Tourism, 14*(2), 1–15.
- Al-Mudaffar Fawzi, N. (2011). Intangible cultural heritage preservation in Jordan. *International Journal of Intangible Heritage, 6*, 1–10.
- Almuhri, H., & Alsawafi, A. (2017). Heritage tourism in the Arab world: Critical perspectives. *Tourism and Hospitality Research, 17*(1), 1–12.
- Alrawadieh, Z., et al. (2019). Tourist perceptions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Geographies, 21*(3), 1–20.
- Alrawadieh, Z., et al. (2020). Tourism sector fragmentation in Jordan. *Tourism Management, 77*, 1–10.
- Ashley, C., Boyd, C., & Goodwin, H. (2001). Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor. *Overseas Development Institute*.
- Belton, V., & Stewart, T. J. (2002). *Multiple criteria decision analysis: An integrated approach*. Springer.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2013). Sustainable tourism governance. *Journal of Sustainable Tourism, 21*(3), 1–17.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research, 39*(2), 1–20.
- Buhalis, D. (2020). Technology and tourism: Shaping the future. *Tourism Management Perspectives, 35*, 1–9.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and smart tourism. *Tourism Management, 70*, 1–9.
- Chatelard, G. (2019). Bedouin cultural heritage in Jordan. *Middle Eastern Studies, 55*(4), 1–12.
- Chirikure, S., et al. (2018). Heritage, tourism, and sustainability in Africa. *World Archaeology, 50*(2), 1–14.
- Cinelli, M., et al. (2021). Multi-criteria decision analysis in practice. *European Journal of Operational Research, 293*(2), 1–15.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research, 15*(3), 1–20.
- Cohen, S. (2021). Transformational tourism and ethical engagement. *Tourism Recreation Research, 46*(3), 1–10.
- Daher, R. (2007). *Tourism in Jordan: Site preservation and management*. Al Kutba Publishers.
- Darcy, S. (2010). Accessible tourism and disability inclusion. *Tourism Recreation Research, 35*(2), 1–8.
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Accessible tourism: Concepts and issues. *Channel View Publications*.
- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 16*(1), 1–14.
- Dredge, D. (2016). Inclusive tourism governance. *Tourism Planning & Development, 13*(1), 1–9.
- Dwyer, L., et al. (2020). Economic impacts of tourism. *Tourism Economics, 26*(2), 1–14.
- El-Sayed, M., & Abou-Shouk, M. (2021). MSMEs in Jordan's tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 28*(5), 1–12.
- Farrell, B., & Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of Tourism Research, 31*(2), 1–12.
- Fennell, D. A. (2020). *Tourism ethics*. Channel View Publications.
- Figueira, J., et al. (2005). *Multiple criteria decision analysis: State of the art surveys*. Springer.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Sustainable tourism certification. *Routledge*.
- Gössling, S., et al. (2021). Environmental impacts of tourism. *Tourism Geographies, 23*(4), 1–15.
- Gretzel, U. (2021). Smart tourism: Foundations and developments. *Annals of Tourism Research, 85*, 1–9.
- Gretzel, U., et al. (2020). Smart tourism and technology. *Tourism Management, 79*, 1–10.
- Hall, C. M., et al. (2015). Sustainability and tourism: Global perspectives. *Routledge*.
- Harrison, D. (2013). Heritage and tourism in the developing world. *Channel View Publications*.
- Hazbun, W. (2016). *Beaches, ruins, resorts: The politics of tourism in the Arab world*. University of Minnesota Press.

- Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an industry: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6), 1–12.
- Higgins-Desbiolles, F., et al. (2019). Social justice and tourism. *Annals of Tourism Research*, 75, 1–11.
- HVS. (2024). *Hotel performance and investment trends*.
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis and tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 1–4.
- Kiker, G. A., et al. (2005). Application of multicriteria decision analysis in environmental decision making. *Environmental Management*, 34(6), 1–10.
- Koo, C., et al. (2016). Smart tourism and sustainability. *Sustainability*, 8(8), 1–19.
- Labadi, S. (2013). UNESCO, cultural heritage, and outstanding universal value. *AltaMira Press*.
- Lean, G. (2012). Transformational travel. *Tourism Recreation Research*, 37(2), 1–10.
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2020). Cultural tourism. *Routledge*.
- McKinsey. (2024). *Global tourism insights and future outlook*.
- Mbaiwa, J. E., & Stronza, A. L. (2011). The effects of tourism development on rural livelihoods in Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 1–15.
- Michopoulou, E., et al. (2015). Accessible tourism futures. *Tourism Management*, 47, 1–12.
- Ministry of Tourism and Antiquities (MoTA). (2023). *Tourism sector performance report*.
- Mustafa, R. (2021). Regional tourism imbalances in Jordan. *Tourism Review*, 76(4), 1–12.
- Neuhofer, B., et al. (2020). Smart tourism experiences. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 17(1), 1–10.
- Novelli, M. (2016). Tourism and development in Sub-Saharan Africa. *Routledge*.
- Novelli, M., et al. (2023). Multi-criteria frameworks in tourism development. *Tourism Management*, 94, 1–12.
- OECD. (2023). *Tourism trends and policies*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- OECD. (2024). *Tourism policy framework*. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Paradise, T. R. (2021). Nabataean Petra: A cultural landscape perspective. *Antiquity*, 95(2), 1–10.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2020). The experience economy. *Harvard Business Review Press*.
- Pons, J., et al. (2021). Multi-criteria evaluation of cultural landscape management strategies. *Land Use Policy*, 105, 1–11.
- Rababeh, S. (2020). Roman architecture and urbanism in Jordan. *Antiquity*, 94(3), 1–12.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 1–11.
- Salazar, N. B. (2012). Community-based tourism: A sustainable option? *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1–16.
- Smith, M. K. (2006). Issues in cultural tourism studies. *Routledge*.
- Song, H., et al. (2022). Tourism economics. *Routledge*.
- Su, B., & Wall, G. (2014). Community participation in tourism. *Tourism Management*, 45, 1–10.
- Talozi, S., & Alaya, M. (2020). Underdeveloped heritage sites in rural Jordan. *Tourism Review International*, 24(1), 1–10.
- Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism. *Channel View Publications*.
- Timothy, D. J. (2020). Heritage tourism. *Routledge*.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2022). Heritage tourism: Theoretical perspectives and research directions. *Channel View Publications*.
- UNESCO. (2021). *World Heritage List*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO. (2024). *Intangible cultural heritage reports*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNWTO. (2022). *Global report on cultural tourism and COVID-19*. United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2023). *Global tourism priorities report*. United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2024). *Inclusive and accessible tourism framework*. United Nations World Tourism Organization.
- World Bank. (2022). *Jordan tourism sector analysis*.
- World Bank. (2024). *Sustainable and inclusive tourism frameworks*.
- WTTC. (2023). *Global economic impact report*. World Travel and Tourism Council.

Recibido: 30/05/2025

Reenviado: 09/11/2025

Aceptado: 09/11/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Competencias digitales, segunda lengua y empleabilidad: un análisis en las empresas del sector turístico

Alexander Zuñiga Collazos*

Universidad del Valle (Colombia)

Juan Miguel Velasquez Orozco**

Institución Universitaria EAM (Colombia)

Jose Fabian Rios Obando***

Institución Universitaria Antonio José Camacho (Colombia)

Resumen: Este estudio analiza la relación entre competencias digitales, empleabilidad y el dominio de una segunda lengua en pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector turístico en los departamentos del Quindío y del Valle del Cauca, Colombia, con el fin de identificar cómo las correlaciones entre estas variables influyen en la competitividad empresarial a nivel local. Para comprobar estas correlaciones, se utilizó un diseño cuantitativo, se aplicó una encuesta a 114 pymes (agencias de viaje y operadores turísticos) y se analizaron los datos mediante modelación estructural, utilizando la técnica de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Los resultados indican que las competencias digitales tienen una influencia significativa en la empleabilidad, siendo aún más determinante el dominio de una segunda lengua. Esto destaca la importancia de dichas habilidades en la eficiencia organizacional y en la adaptación a los cambios. Se concluye que el desarrollo de estas competencias puede mejorar el desempeño de los trabajadores y optimizar los procesos corporativos, especialmente en el sector turístico.

Palabras clave: Competencias digitales; Empleabilidad; Segunda lengua; PYME; Colombia.

Digital skills, second language and employability: analysis of companies in the tourism sector

Abstract: This study analyses the relationship between digital skills, employability and second language proficiency in small and medium-sized enterprises (SMEs) in the tourism sector in the departments of Quindío and Valle del Cauca, Colombia, with the aim of identifying how the correlations between these variables impact local business competitiveness. Quantitative design was used, a survey was applied to 114 SMEs, and the data was analysed using structural modeling with partial least squares (PLS-SEM). The results reveal that digital skills significantly influence employability, with second language proficiency being even more decisive. This highlights the importance of these skills in improving organisational efficiency and adapting to change. The study concludes that developing these skills can optimise worker performance and corporate processes, particularly in the tourism sector.

Keywords: Skills; Employability; Second language; SMEs; Colombia.

* <https://orcid.org/0000-0002-0337-6113>; E-mail: alexander.zuniga@correounivalle.edu.co

** <https://orcid.org/0000-0002-7570-5123>; E-mail: jvelasquez@eam.edu.co

*** <https://orcid.org/0000-0003-3846-2983>; E-mail: jfabianrios@profesores.uniajc.edu.co

Cite: Zuñiga Collazos, A.; Velasquez Orozco, J. M. & Rios Obando, J. F. (2026). Competencias digitales, segunda lengua y empleabilidad: un análisis en las empresas del sector turístico. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 375-390. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.025>.

1. Introducción

Según el Barómetro Mundial del Turismo de la ONU (ONU Turismo, 2025), 1.400 millones de viajeros transitaron internacionalmente en 2024, lo que simboliza una recuperación del 99 % con relación a los niveles prepandemia. Esto representa un aumento del 11 % en comparación con 2023.

En el marco de las transformaciones digitales del siglo XXI, las competencias tecnológicas son clave para el desarrollo profesional en una época en la que la digitalización redefine las capacidades en los mercados laborales. Según Ritala et al. (2021), las competencias digitales abarcan habilidades, actitudes y características que describen la interacción con las tecnologías. Además, las empresas han experimentado un cambio en el que las habilidades digitales mejoran la competitividad y optimizan la gestión de recursos y las relaciones con los clientes. Así, el dominio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), se ha convertido en una competencia básica, por lo que se hace necesario contar con un capital humano bien formado para el éxito de la digitalización (Zimmer et al., 2023). El sector turístico está experimentando cambios importantes debido a las tecnologías digitales (Kim et al., 2024).

En relación con lo anterior, la empleabilidad está impactada por las habilidades digitales, puesto que aumentan la eficacia en la gestión y el liderazgo. Por otro lado, estas competencias contribuyen a la adaptabilidad y a la capacidad de los profesionales para integrarse y avanzar en un entorno laboral interconectado y demandante. Por esta razón, el capital humano debe transmitir conocimientos y estrategias digitales, un recurso crucial para las transformaciones tecnológicas en las organizaciones (Blanka, et al., 2022).

Así, la inserción en el mercado laboral exige hoy destrezas digitales que van desde el manejo de datos hasta la navegación en plataformas colaborativas. Todo ello favorece la agilidad y la capacidad de respuesta en un entorno laboral caracterizado por la volatilidad y el cambio constante.

Adicionalmente, el manejo de un segundo idioma se ha vuelto clave para la competitividad en el mercado laboral global, debido al rápido cambio en las necesidades profesionales de sociedades y empresas (Bennett, 2019). La competencia lingüística contribuye a la adaptabilidad profesional (Boo et al., 2021) y reduce las barreras comunicativas que dificultan la adaptación en entornos laborales (Plakoyiannaki et al., 2014). Por ello, hablar varios idiomas amplía las oportunidades profesionales y facilita redes internacionales. Esta habilidad, junto con el uso de herramientas digitales, transforma los modos de trabajo y aprendizaje, lo que mejora la comunicación en contextos multiculturales y multilingües (Corradini et al., 2016).

En ese sentido, el inglés se considera un activo importante crucial para el mercado global, en el que prevalece el trabajo en equipo y las habilidades comunicativas, como la oral, la escrita y la lectura (Dass et al., 2018). En consecuencia, la competencia en el idioma inglés aumenta la competitividad, ya que es una lengua enseñada en más de cien países (Chávez et al., 2017).

En relación con lo anterior, se evidencia la necesidad de integrar las competencias digitales con el dominio de una segunda lengua. Un claro ejemplo de ello es la expansión de internet y las redes sociales, cuya estrecha vinculación con la digitalización de la economía y del mundo laboral (Pekkala & van Zoonen, 2022), en un contexto globalizado y multilingüe, requiere empleados capaces de adaptarse a dicho entorno. No obstante, en los últimos años, la dinámica de los mercados laborales ha mostrado profundas diferencias entre la oferta y la demanda de habilidades.

Se debe agregar que los investigadores sostienen que las expectativas de los empleadores no se limitan a los títulos de posgrado centrados en el contenido, ya que el mercado laboral considera que esto, por sí solo, no constituye un requisito suficiente para ingresar al mundo laboral (Rottner, 2021). De este modo, los profesionales, que anteriormente eran vistos como una élite destinada a ocupar roles clave en áreas profesionales y gerenciales, se enfrentan ahora a un panorama más incierto en cuanto a su posición inicial en el mercado laboral (Blokker et al., 2023). Por lo tanto, es esencial que desarrollen competencias como habilidades digitales y un segundo idioma para mejorar su empleabilidad.

En consecuencia, el objetivo principal de este estudio es analizar la relación entre las competencias digitales, el dominio de un segundo idioma y la empleabilidad. Para ello, se enfoca en identificar las correlaciones entre las competencias digitales (CD) y la empleabilidad, así como en examinar la relación entre las competencias digitales y el manejo de un segundo idioma (SI).

El estudio busca esclarecer cómo el desarrollo conjunto de estas habilidades potencia la competitividad individual y colectiva en un mercado laboral cada vez más globalizado. Este estudio pretende visibilizar cómo la interacción entre estas competencias representa una ventaja estratégica, no solo para el crecimiento profesional de los individuos, sino también para impulsar la economía.

2. Revisión de literatura

2.1. Competencias digitales

Las TIC Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se han convertido en un catalizador del crecimiento social y económico a nivel internacional. Estas tecnologías están presentes en múltiples aspectos de la vida profesional y personal de una gran cantidad de personas en el mundo, y su uso adecuado constituye una de las competencias básicas requeridas en el siglo XXI (Tulowitzki et al., 2022). En las últimas décadas, los procesos de transformación digital han cobrado gran relevancia. Las investigaciones sobre habilidades tecnológicas consideran necesarias tanto las competencias básicas para utilizar internet como las habilidades para acceder y emplear contenido en línea (Van Deursen et al., 2016). Además, resulta relevante la capacidad de operar eficientemente un computador o portátil y utilizar tecnologías digitales con un enfoque innovador, en línea con las expectativas de los usuarios contemporáneos, ya que ello optimiza la calidad del trabajo realizado (Chacchi, 2022).

En consecuencia, la digitalización se considera uno de los procesos de creación de valor impulsados por el intercambio abierto, así como por la generación y el análisis eficiente de datos (Cappa et al., 2020). Las empresas, en este contexto, han redefinido sus modelos comerciales y adaptado otros existentes para agregar valor en la era digital. Todo ello con el objetivo de convertirse en organizaciones centradas en el cliente, lo cual les permite aprovechar las enormes oportunidades que ofrecen las capacidades digitales, al tiempo que innovan mediante procesos de transformación digital (el Hilali et al., 2020); así pues, se asevera que las organizaciones buscan conservar su competitividad mediante programas especializados (Vial, 2021).

Por ejemplo, el trabajo en cualquier momento y lugar —a través del teletrabajo— implica que la fuerza laboral está más interconectada mediante computadores, teléfonos móviles, tabletas, entre otros dispositivos, y menos mediante el contacto cara a cara (Brahma et al., 2021). En ese sentido, la transformación digital está presente en todos los ámbitos y redefine por completo a las organizaciones en todo el mundo, independientemente de su sector o tamaño.

2.2. Empleabilidad

En las dos últimas décadas, ha proliferado la investigación sobre la empleabilidad (Fugate et al., 2020). A pesar de ello, se puede afirmar que este es un concepto multifacético que abarca una variedad de habilidades, conocimientos y atributos personales que permiten a las personas desenvolverse con éxito en el entorno laboral y progresar en sus carreras (Chen et al., 2021).

En ese sentido, algunas definiciones de empleabilidad se han referido a las dinámicas de inserción, permanencia y movilidad de las personas en los mercados laborales (Botero & Rentería, 2019); la capacidad de un individuo para obtener y mantener un empleo (Trought, 2017); una alternativa a la seguridad laboral tradicional (Bernstrøm et al., 2018); o la realización, adquisición o creación continua de empleo mediante el uso óptimo de competencias (Van Der Heijde & Van Der Heijden, 2006). Por otro lado, algunas perspectivas se enfocan en el potencial de ocupación de un individuo dentro de la oferta laboral (Forrier et al., 2015). Como ya se ha señalado, la definición de empleabilidad no cuenta con un consenso académico, pues ha sido objeto de interés para investigadores de diversas disciplinas (Mainga et al., 2022). Además, se trata de un concepto multifactorial que presenta diferencias de enfoque respecto a su naturaleza (Römogens et al., 2019).

Antes de los avances tecnológicos actuales, las trayectorias profesionales de los trabajadores —algunos de los cuales eran considerados parte de una élite preparada para ocupar roles estratégicos y gerenciales— se caracterizaban por la permanencia laboral, la seguridad y la previsibilidad. Sin embargo, el proceso de digitalización, acelerado por la pandemia, ha demostrado ser crucial para mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos (Zuñiga et al., 2025). El actual mercado laboral, sin embargo, se ha vuelto más incierto, lo que ha transformado profundamente estas trayectorias (Blokker et al., 2023). En la actualidad, las trayectorias profesionales se definen por la flexibilidad, la adaptabilidad y la autogestión (Hirschi & Koen, 2021). Asimismo, tras la pandemia de COVID-19, las percepciones sobre la empleabilidad han cambiado en diversos países y sectores ocupacionales (Ren et al., 2023). Del mismo modo, una de las habilidades más valoradas en el mundo laboral es la capacidad de generar espacios de trabajo donde prevalezcan la cooperación y el involucramiento colectivo (Martínez-Caro et al., 2020), lo cual contribuye a configurar un contexto de empleabilidad más amplio.

2.3. Manejo de Segunda Lengua

Las habilidades de comunicación son fundamentales en el sector de los servicios y se refieren a la capacidad de transmitir información de manera eficaz. El lenguaje, como instrumento del pensamiento,

actúa como vínculo entre los individuos dentro de la sociedad y en los grupos lingüísticos (Adebileje & Akinola, 2020). En este sentido, aprender un nuevo idioma implica la posibilidad de concebir nuevos pensamientos. Por ello, durante el aprendizaje de una segunda lengua, la atención se centra en la adquisición de nuevos métodos cognitivos y destrezas de procesamiento (Singer & Alexander, 2017), necesarios para comprender las múltiples características y elementos que intervienen en la comunicación. Además, en el uso de una segunda lengua, la habilidad para captar no solo el contenido literal del mensaje, sino también las emociones e intenciones implícitas, constituye un factor crucial en la eficacia comunicativa (East & Slomp, 2023)

Actualmente, existe una necesidad creciente de desarrollar habilidades en segundas lenguas con el fin de mejorar la comunicación entre las personas y sus entornos sociales. Este fenómeno puede entenderse como uno de los efectos de la globalización, la cual, según Giddens (2003), transforma profundamente tanto las sociedades como el mundo de los negocios. Por su parte De otro lado, East y Slomp (2023), plantean que los avances tecnológicos plantean numerosas preguntas e inquietudes, particularmente en el ámbito de la evaluación y comprensión de una segunda lengua. Paralelamente, el desarrollo de mensajes orales estructurados y coherentes resulta determinante para alcanzar tanto el éxito profesional como el reconocimiento en contextos sociales (Moreira-Aguayo & Venegas-Loor, 2020)

Asimismo, el idioma inglés se posiciona como la lengua principal para los negocios. En este sentido, países como Inglaterra, Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Australia, Irlanda, Nueva Zelanda y varias naciones insulares con alto dominio del inglés suelen registrar ingresos más altos, mejor calidad de vida e inversiones significativas en investigación e innovación (Nugraha, 2018). Además, el inglés está estrechamente vinculado con la competitividad económica, el desarrollo social y la innovación, contribuyendo así a la mejora del talento humano, un aspecto prioritario para diversos agentes interesados, incluidos los gobiernos (Affulloh, 2018).

2.4. Competencias digitales y Empleabilidad

Como se mencionó anteriormente, la transformación digital tiende a globalizarse. Por ello, la digitalización ha surgido como una estrategia viable para que las pequeñas empresas aumenten la efectividad de sus transacciones internas y externas (Alshawaaf y Lee, 2021). Estos cambios exigen nuevas mentalidades y enfoques para mejorar la competitividad, la eficacia de la gestión y potenciar el liderazgo organizacional (Holopainen et al., 2024).

En ese sentido, esta evolución ofrece tanto oportunidades como desafíos estratégicos, al remodelar la dirección, los productos, servicios, relaciones con clientes, modelos de negocio y competencias de las empresas (Satar et al., 2024). En relación con lo anterior, la llegada de las tecnologías digitales ha alterado profundamente el paradigma de innovación organizacional, además de generar un nuevo contexto de investigación sobre la ambidextría organizacional (Marin et al., 2025).

Así, las habilidades digitales constituyen un tipo de capacidad dinámica que permite a las empresas responder eficazmente a entornos cambiantes utilizando recursos accesibles (Liu et al., 2023). Por esta razón, estas capacidades son necesarias actualmente para el desarrollo de diversas áreas de trabajo (Zhao, et al., 2021). En el sector turístico, por ejemplo, las herramientas digitales mejoran la personalización y optimizan la asignación de recursos, aumentando la satisfacción del turista (Ma, 2024).

Por lo tanto, en el ámbito laboral, es fundamental fomentar el desarrollo de habilidades tecnológicas desde la formación profesional para mantener la competitividad (Cattaneo et al., 2022). De igual manera, las competencias digitales se consideran conocimientos esenciales para afrontar el entorno organizacional cada vez más tecnológico en las empresas (Salahodjaev y Otajonov 2021).

Además, el mercado laboral otorga un gran valor al desarrollo de los aspectos estratégicos de la digitalización. Por ello, fortalecer las competencias digitales es una herramienta clave de gestión estratégica en los entornos empresariales contemporáneos (Bulganina et al., 2021). Esto se explica porque, en primer lugar, los cargos actuales requieren el uso de plataformas tecnológicas; en segundo lugar, las arquitecturas del conocimiento están basadas en aplicaciones; y, finalmente, los costos marginales en empresas digitalizadas son insignificantes, lo que les permite escalar a un ritmo transformador (Gartner et al., 2024).

En la era tecnológica, el aprendizaje digital se vuelve indispensable para aumentar la competitividad empresarial (Lan & Huang, 2023). Por ende, las competencias digitales son esenciales para gestionar recursos internos y externos, así como para alcanzar objetivos organizacionales y mejorar la empleabilidad (Wang et al., 2023) Asimismo, el crecimiento de la economía digital impacta directamente en la

empleabilidad, promoviendo la aparición de nuevos perfiles laborales y la exigencia de competencias renovadas (Van Laar et al., 2017).

Con base en lo expuesto, se plantea la siguiente hipótesis: H1: Las competencias digitales están directamente relacionadas de manera positiva con la empleabilidad.

2.5. Competencias digitales y segunda lengua

Se está generalizando una digitalización activa en todos los ámbitos de la economía, incluido el sector turístico (Stryzhak et al., 2025). Como se mencionó anteriormente, el término habilidades digitales se refiere al uso seguro de las tecnologías de la información y el dominio de las TIC para el trabajo, el ocio y la comunicación (Arbulú & Monteza, 2013). Estas competencias implican la resolución de problemas y el razonamiento lógico, y pueden estar relacionadas con el aprendizaje de lenguas extranjeras (Rottenhofer et al., 2021). El uso de la tecnología en la comunicación ha adquirido una importancia creciente, pues poseer habilidades tecnológicas es esencial en el siglo XXI desde una perspectiva lingüística (Collins y Halverson, 2018). Además, la comunicación digital ha transformado los entornos tradicionales en diversos contextos, creando nuevas oportunidades para el aprendizaje y el desarrollo personal (Ng, 2016).

Navegar por herramientas de comunicación digital y adaptarse a las normas en línea puede aumentar la confianza en el uso de un segundo idioma (Chen et al., 2021). Las redes sociales, como Facebook, facilitan la comunicación en inglés y el intercambio de ideas (Ahmed, 2017). YouTube mejora el vocabulario y la elocuencia, permitiendo la interacción con contenido en inglés y el perfeccionamiento de habilidades lingüísticas (Raj et al., 2019; Sari y Margana, 2019). La videoconferencia también resulta útil para mejorar la competencia oral y facilitar interacciones con hablantes nativos (Lee, 2008).

Es importante reconocer que las habilidades digitales abren el acceso a diversas herramientas tecnológicas que estimulan la participación y el uso práctico de un segundo idioma dentro del contexto profesional (Wang & Dostál, 2017). Diversos estudios han evidenciado relaciones significativas entre el empleo de las TIC y factores clave para el aprendizaje de una segunda lengua, tales como el análisis de información, la solución de problemas y la comprensión del lenguaje, lo cual respalda su impacto positivo en el ámbito lingüístico. Los avances en las TIC y las herramientas informáticas han renovado el interés por el Pensamiento Computacional (PC) en la educación de lenguas extranjeras (Roosta, 2000). Además, la aparición de grandes modelos de lenguaje (LLM), especialmente los sistemas de inteligencia artificial generativa (en adelante GenAI), como ChatGPT, ha transformado la interacción entre humanos y computadoras (Bewersdorff et al., 2023). Esta evolución ha generado reflexiones sobre el impacto de la IA en la educación, despertando tanto optimismo como preocupaciones, especialmente en la enseñanza de segundas lenguas (Tseng & Warschauer, 2023).

El uso de hardware y software en las aulas de idiomas ha aumentado debido a sus características, que brindan retroalimentación instantánea y oportunidades de revisión y entregas múltiples (Godwin-Jones, 2024). Sin embargo, este aspecto es una variable poco estudiada en relación con las competencias digitales (Bewersdorff, et al., 2023; Tseng y Warschauer.; 2023)

Por ello se plantea la segunda hipótesis de esta investigación: H2: las competencias digitales tienen una relación directa y positiva con el manejo de un segundo idioma.

2.6. Método y estudio de caso

El presente estudio emplea un enfoque empírico con una metodología cuantitativa e integra el análisis de ecuaciones estructurales (SEM, por sus siglas en inglés), una técnica reconocida como ideal para la investigación en servicios (Reisinger y Turner, 1999). La implementación del SEM se llevó a cabo mediante el software especializado SmartPLS, aprovechando sus capacidades para analizar y validar modelos complejos de relaciones entre variables. Se aplicó una encuesta semiestructurada a 114 PYME del sector turístico, incluyendo agencias de viaje y operadores turísticos; de estas, 54 encuestas fueron realizadas en el departamento Quindío y 60 en el Valle del Cauca. Una particularidad del PLS-SEM es que permite trabajar con tamaños pequeños de muestra; sin embargo, Marcoulides y Saunders (2006) proponen que el tamaño mínimo de muestra dependa del número de relaciones que se definan en el modelo, específicamente entre las variables latentes, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1: Observaciones

Número mínimo de observaciones de la muestra	Número de relaciones en el modelo estructural
52	2
59	3
65	4
70	5
75	6
80	7
84	8
88	9
91	10

Fuente: Marcoulides y Saunders (2006)

Se observa un modelo con dos relaciones (H1 y H2); por lo tanto, de acuerdo con el criterio de Marcoulides y Saunders (2006), el tamaño mínimo de muestra recomendado es de 52 observaciones, cifra que se supera ampliamente con un total de 114 elementos observados.

Como técnica de análisis multivariado de segunda generación, el SEM se orienta a la verificación teórica de modelos causales, permitiendo identificar relaciones significativas entre los constructos principales y sus respectivos indicadores (Haenlein y Kaplan, 2004). Actualmente, el PLS-SEM ha sido ampliamente aceptado y utilizado en diversas disciplinas, como la gestión del talento humano (Ringle et al., 2018). Este enfoque permite evaluar no solo correlaciones simples, sino también profundizar en las relaciones causales subyacentes entre múltiples variables, lo que aporta robustez a los modelos propuestos y contribuye a su validez.

El objetivo central de este estudio radica en probar la existencia de relaciones de causa-efecto entre las competencias digitales y el manejo de una segunda lengua, así como entre las competencias digitales y la empleabilidad. Asimismo, se explora cómo el dominio de una segunda lengua influye en la empleabilidad en conjunto con las competencias digitales.

Para medir y valorar la asociación entre el constructo de competencias digitales con respecto a la empleabilidad y la comunicación en segunda lengua, se elaboró un esquema de dimensiones y variables validadas empíricamente, las cuales se relacionan mediante un modelo multivariado para establecer su posible asociación y validar las hipótesis planteadas.

Se concluye que las variables fundamentales del estudio son la empleabilidad, ya que el sector turístico demanda profesionales que, además de poseer conocimientos sólidos en su especialidad, sean capaces de actuar con independencia, gestionar adecuadamente su vida personal frente a la carga laboral y adoptar una actitud crítica que les permita perfeccionar sus propios procesos. Este conjunto de cualidades se complementa con la disposición para colaborar activamente con el equipo, consolidando así un perfil laboral adaptable, eficiente y alineado con los estándares de calidad que exige la dinámica turística actual (Van der Heijde y Van der Heijden, 2006; Trought, 2012; Botero y Rentería, 2019; Hirschi y Koen, 2021; Mainga et al., 2022)

En turismo, la capacidad de comunicarse en una segunda lengua incrementa la empleabilidad al permitir interpretar no solo las palabras, sino también las emociones e intenciones implícitas en los mensajes del cliente. Esta habilidad se complementa con la competencia para construir discursos orales claros y adecuados, así como para redactar ideas de manera precisa en otro idioma, lo que facilita una atención eficaz, multicultural y centrada en la experiencia del visitante (Singer y Alexander, 2017; Ananiadou y Claro M, (2009) ; Adebileje y Akinola, 2020).

La empleabilidad en turismo se ve fortalecida cuando el personal domina habilidades digitales clave, como el uso de programas específicos del sector, la aplicación de herramientas ofimáticas y el manejo fluido de computadoras portátiles. Además, conocer las innovaciones tecnológicas vinculadas al ámbito

laboral y utilizar redes sociales para interactuar con los usuarios permite responder con eficacia a las nuevas dinámicas de consumo y comunicación en la industria turística (Liu et al., 2023; Cattaneo et al., 2022; Lan y Huang, 2023; Bulganina et al., 2021; Wang et al., 2023). Por ello, se estudiarán las competencias digitales.

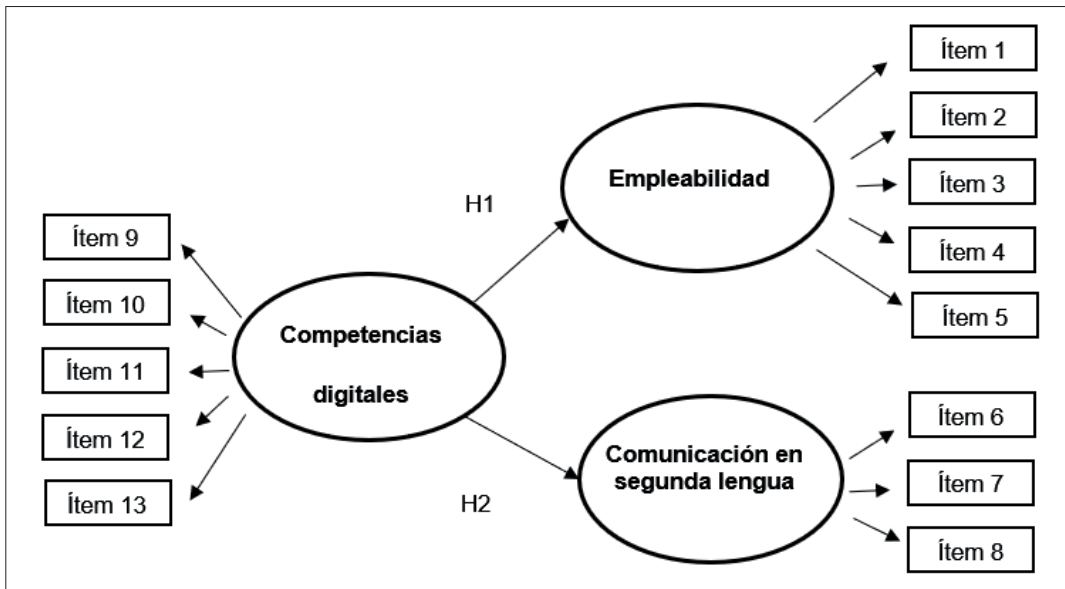
Tabla 2: Constructos, dimensiones y variables consideradas en la recolección de datos

Constructo	Variables	Referencia
Empleabilidad	Competente en sus capacidades dentro del área de especialización (Ítem 1)	Van der Heijde y Van der Heijden, 2006
	Habilidad para equilibrar el trabajo y la vida privada (Ítem 2)	Trought, 2012
	Destreza para realizar el trabajo de forma independiente (Ítem 3)	Botero y Rentería, 2019
	Habilidad para corregir las debilidades de manera sistemática (Ítem 4)	Hirschi y Koen, 2021
	Capacidad para ser de ayuda práctica a los colegas en el trabajo (Ítem 5)	Mainga et al., 2022
Comunicación en segunda lengua	Habilidad de escuchar no sólo lo que la persona está expresando directamente, sino también los sentimientos, ideas o pensamientos que subyacen a lo que se está diciendo, en un segundo idioma (Ítem 6).	Singer y Alexander, 2017
	Competente para producir mensajes orales completos, relevantes y con sentido en el habla en una segunda lengua (Ítem 7)	Ananiadou y Claro M, 2009
	Capacidad de expresar pensamientos e ideas en la escritura en otro idioma (Ítem 8)	Adebileje y Akinola, 2020
Competencias digitales	Habilidad en el manejo de software especializado (Ítem 9)	Liu et al., 2023
	Destreza en el manejo de herramientas ofimáticas genéricas en el trabajo (Ítem 10)	Cattaneo, et al., 2022
	Capacidad en el manejo ágil y eficiente de pc o portátil (Ítem 11)	Lan y Huang, 2023
	Manejar información de los avances tecnológicos y digitales relacionados con su trabajo (Ítem 12)	Bulganina et al. 2021
	Destreza en el manejo de redes sociales para la interacción con el cliente (Ítem 13)	Wang et al. 2023

Fuente: Elaboración Propia

Estas relaciones, planteadas y fundamentadas en la teoría, están representadas gráficamente en el modelo teórico expuesto en la figura 1, lo que proporciona un esquema visual que ilustra las conexiones hipotéticas a ser examinadas en este estudio. Por lo descrito anteriormente se plantea el siguiente modelo teórico:

Figura 1: Modelo Teórico propuesto



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla, se puede evidenciar los indicadores de fiabilidad de escala para los constructos, en este caso todos los indicadores cumplen con los requisitos de confiabilidad y validez convergente. Asimismo, por la validez convergente (AVE), cuyos resultados son mayores a 0,50 (Sarstedt y Cheah, 2019).

Tabla 3: Indicadores de Fiabilidad

Variable	Alfa de Cronbach	Confiabilidad compuesta (rho_a)	Confiabilidad compuesta (rho_c)	Varianza media extraída (AVE)
Competencias digitales	0,890	0,894	0,919	0,695
Comunicación en segunda lengua	0,871	0,876	0,921	0,795
Empleabilidad	0,956	0,959	0,966	0,851

Fuente: Elaboración propia

La validez discriminante es un indicador clave en la investigación cuantitativa, ya que demuestra que un constructo es conceptualmente distinto de otros constructos dentro del modelo teórico. Para establecer este tipo de validez, se emplean metodologías reconocidas, como los criterios de Fornell y Larcker (1981) y la matriz Heterotrait-Monotrait (HTMT), propuesta por Henseler et al. (2016). Estas herramientas permiten evaluar si las relaciones entre los constructos están adecuadamente diferenciadas, asegurando la integridad y precisión del modelo en estudio.

En cuanto al enfoque de Fornell y Larcker, la validez discriminante se confirma cuando el valor del promedio de varianza extraída (AVE, por sus siglas en inglés) de un constructo supera el cuadrado de las correlaciones entre este y los demás constructos presentes en el modelo. Este criterio permite demostrar que el constructo tiene mayor capacidad para explicar la varianza de sus propios indicadores que para relacionarse con otros constructos del modelo. En el análisis realizado, se verificó que los

valores calculados cumplieron con este estándar, lo que respalda la validez discriminante del modelo según este método.

Tabla 4: Criterio de Fornell y Larcker

	Competencias digitales	Comunicación en segunda lengua	Empleabilidad
Competencias digitales	0.834		
Comunicación en segunda lengua	0.534	0.892	
Empleabilidad	0.711	0.548	0.923

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, la relación Heterotrait-Monotrait (HTMT) es una técnica complementaria que evalúa la validez discriminante desde una perspectiva diferente. Según este criterio, la validez discriminante se establece cuando los valores de HTMT son menores a 1, lo que indica que la similitud entre los constructos no alcanza niveles que comprometan su diferenciación teórica. En este caso, los resultados obtenidos también demostraron que los valores de HTMT se encontraban dentro del rango aceptable, reafirmando la validez discriminante del modelo bajo este enfoque.

Tabla 5: Relación Heterotrait-Monotrait (HTMT)

	Competencias digitales	Comunicación en segunda lengua
Competencias digitales		
Comunicación en segunda lengua	0.595	
Empleabilidad	0.765	0.599

Fuente: Elaboración propia

Tras establecer la validez y confiabilidad del modelo reflexivo, el siguiente paso en el análisis es la evaluación del modelo estructural. Este proceso permite determinar la fortaleza y dirección de las relaciones entre los constructos, asegurando que los vínculos hipotéticos propuestos en el modelo sean respaldados por los datos.

Para evaluar el nivel de significancia de estas relaciones, se recurre al método estadístico de bootstrapping, aplicado mediante la herramienta SmartPLS, un software especializado que facilita la evaluación de modelos estructurales en el contexto del análisis de ecuaciones estructurales basadas en mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).

La prueba de T-Student, derivada de este procedimiento es el indicador clave para determinar si una relación es estadísticamente significativa. En el presente estudio, se considera significativa una relación cuando el valor de T es superior a 1.965 y el valor de p es inferior a 0.05. Estos umbrales corresponden a un nivel de confianza del 95%, lo que implica que existe una alta probabilidad de que los resultados observados no sean producto del azar (Hair et al., 2014). Esto permite realizar inferencias sólidas sobre las relaciones causales dentro del modelo y, por ende, sobre la validez del marco teórico propuesto.

El análisis realizado a través de esta metodología proporciona una visión detallada de los valores T obtenidos, los cuales se ilustran gráficamente para facilitar su interpretación. Este enfoque no solo permite visualizar de manera clara las relaciones entre las hipótesis planteadas, sino que también resalta las correlaciones entre los constructos y los niveles de significancia que respaldan la estructura del modelo teórico.

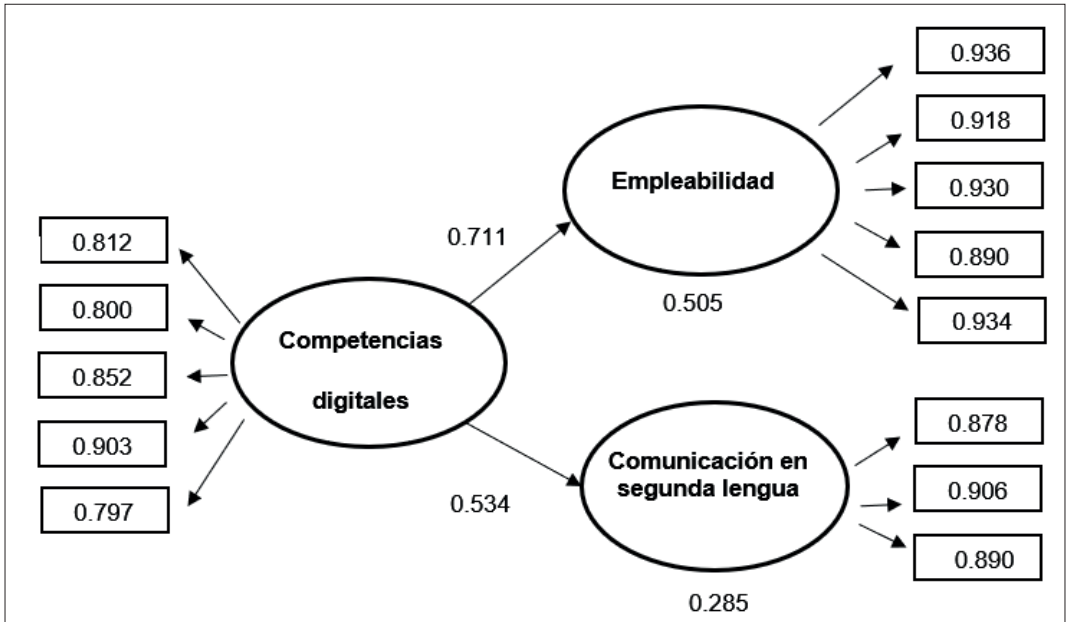
Dichas visualizaciones contribuyen a una comprensión más profunda y accesible de los resultados, facilitando la identificación de los vínculos más fuertes y aquellos que requieren una mayor revisión.

A continuación, se presenta el modelo estructural junto con los indicadores de correlación específicos, mostrando cómo los resultados empíricos refuerzan las hipótesis formuladas en la investigación. Este

análisis constituye un paso esencial para validar la robustez del marco conceptual y las relaciones postuladas.

3. Resultados y discusión

Figura 2: Modelo resuelto



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los resultados R-square y F-square, los podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 6: R-square y F-square

Variable	R-square	Relación	f-square
Comunicación en segunda lengua	0.285	Competencias digitales -> Comunicación en segunda lengua	0.399
Empleabilidad	0.505	Competencias digitales -> Empleabilidad	1.022

Fuente: Elaboración propia

Falk y Miller (1992) establecieron que los valores de R² deben ser iguales o superiores a 0.10 para que la varianza explicada de un constructo endógeno se considere adecuada. Por su parte, Hair et al. (2022) proponen que los valores de R² de 0.75, 0.50 y 0.25 pueden interpretarse como sustanciales, moderados o débiles, respectivamente, al evaluar la capacidad explicativa de las variables latentes endógenas.

Una variable en un modelo estructural puede verse ejercida por varias variables diferentes. La exclusión de una variable exógena puede afectar a la variable dependiente. F-cuadrado es la dimensión del efecto (>= 0.02 es pequeño; >= 0.15 es medio; >= 0.35 es grande) (Cohen, 1988).

Tabla 7: Ajuste del modelo

	Modelo Saturado
SRMR	0.065
d_ULS	0.39
d_G	0.274
Chi-square	183.066
NFI	0.863

Fuente: Elaboración propia

El SRMR (Root Mean Square Residual Estándarizado) se define como la diferencia entre la matriz de correlaciones observadas y la matriz de correlaciones implícitas del modelo. El SRMR (Root Mean Square Residual Estándarizado) se define como la diferencia entre la matriz de correlaciones observadas y la matriz de correlaciones implícitas del modelo. Esta medida permite evaluar la magnitud promedio de las discrepancias entre las correlaciones empíricas y las esperadas, constituyéndose como un criterio absoluto de ajuste del modelo.

Un valor de SRMR inferior a 0.10, y preferiblemente cercano a 0.08, se considera indicativo de un buen ajuste, según lo propuesto por Hu y Bentler (1998) Sarstedt et al. (2019) introdujeron el SRMR como una medida de bondad de ajuste adecuada para modelos estimados mediante PLS-SEM. Adicionalmente, el índice de ajuste normado (NFI, por sus siglas en inglés) también se emplea como indicador de ajuste global. En este caso, un valor cercano o superior a 0.90 suele interpretarse como aceptable para considerar que el modelo presenta un buen nivel de ajuste (Lohmöller, 1989)

La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos para el modelo estructural.

Tabla 8: Resultados obtenidos del Modelo estructural

Relaciones	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticas T (O/STDEV)	Valores P	*C/
						**NC
Competencias digitales -> Comunicación en segunda lengua	0.534	0.532	0.094	5.697	0.000	C
Competencias digitales -> Empleabilidad	0.711	0.707	0.074	9.542	0.000	C

*C = Hipótesis corroborada, **NC = Hipótesis no corroborada

Fuente: Elaboración propia

Se observa que los valores de **p** obtenidos son inferiores a 0,001 lo cual indica un alto nivel de significancia estadística. En este sentido, ambas hipótesis propuestas en el presente estudio fueron confirmadas como significativas. En primer lugar, las competencias digitales muestran una influencia positiva y elevada sobre la empleabilidad, con un coeficiente beta de 0.711 y un valor de p menor a 0.01, en línea con lo planteado por Wang et al (2023). En segundo lugar, se identificó que la comunicación en una segunda lengua mantiene una relación moderada con las competencias digitales, con un coeficiente beta de 0.534 y un valor de p también menor a 0.01. Esta es, además, una dimensión aún poco explorada empíricamente, tal como lo señalan Bewersdorff et al. (2023) y Tseng y Warschauer (2023).

Asimismo, los resultados indican que las competencias digitales influyen de forma directa y positiva sobre la experiencia de comunicación en una segunda lengua, con un coeficiente 0.534.

Dentro de esta dimensión, la capacidad de comprender tanto lo explícito como las emociones e intenciones subyacentes se posiciona como la variable más explicativa, con un valor de 0.906, aspecto que resulta esencial en contextos de movilidad geográfica, como advierten East y Slomp (2023). Le

sigue la competencia para producir mensajes orales completos y coherentes, con un valor de 0.890, la cual es clave para alcanzar el éxito en contextos laborales y sociales, según Moreira-Aguayo (2020).

Respecto a la empleabilidad, la variable con mayor poder explicativo es la adaptabilidad y optimización, con un valor de 0.936. Esta se vincula con la idea de que los individuos orientados a metas de desempeño tienden a buscar la superación respecto a sus pares, como lo plantea VandeWalle (1997). Le sigue la capacidad para fomentar entornos de trabajo participativos y colaborativos, con un valor de 0.934, en concordancia con los hallazgos de Henderson y Bowley (2010) y Martínez-Caro et al. (2020).

En cuanto a las competencias digitales, la variable más influyente fue la capacidad para gestionar información sobre avances tecnológicos (valor de 0.903), en línea con lo propuesto por Vial (2019), quien subraya que las empresas buscan mantener su competitividad mediante el uso de software. Le sigue la habilidad para utilizar de manera eficiente dispositivos como PC o portátiles, y el dominio de las TIC, con un valor de 0.852. Esta dimensión está asociada a la capacidad de innovar en respuesta a las demandas de las generaciones digitales, contribuyendo a mejorar la calidad del trabajo, como señala Chacchi (2022).

En resumen, los resultados obtenidos confirman de forma clara ambas hipótesis. En cuanto a la Hipótesis 1, que establece una relación positiva directa entre las competencias digitales y la empleabilidad, se observó una correlación fuerte ($\beta = 0.711$), lo cual respalda la noción de que el auge de la economía digital ha impulsado la necesidad de desarrollar nuevas habilidades profesionales (Van Laar et al., 2017). Respecto a la Hipótesis 2, que plantea una relación positiva entre competencias digitales y el dominio de una segunda lengua, se evidenció una correlación moderada ($\beta = 0.534$), respaldando la idea de que las herramientas digitales potencian la práctica e interacción en otros idiomas en contextos laborales (Wang & Dostál, 2017).

Diversos estudios también han documentado relaciones significativas entre el uso de las TIC y distintos aspectos del aprendizaje de lenguas, como la resolución de problemas, el procesamiento de información y la práctica lingüística, lo cual fue corroborado en el presente estudio (Méndez, 2020).

4. Conclusiones

La presente investigación ha permitido verificar estadísticamente ambas hipótesis formuladas, evidenciando su significancia en el modelo estructural propuesto. Todos los ítems incluidos en el estudio presentaron cargas externas elevadas, lo que validó su pertinencia y evitó la exclusión de indicadores. Asimismo, los análisis realizados confirmaron tanto la validez convergente como la validez discriminante, garantizando la solidez del modelo de medición. En el plano estructural, se identificaron relaciones significativas de alta correlación entre las competencias digitales y la empleabilidad, y correlaciones moderadas entre las competencias digitales y el dominio de una segunda lengua.

Los resultados obtenidos revelan que, para optimizar la experiencia laboral de los empleados, las organizaciones deben anticiparse a las transformaciones del entorno, invirtiendo en investigación aplicada y en áreas estratégicas que impulsen el desarrollo del talento humano. La orientación hacia metas de desempeño se presenta como un factor decisivo, especialmente en contextos laborales dinámicos, donde se requiere no solo alcanzar, sino superar los niveles esperados de competencia. A su vez, es prioritario fomentar entornos colaborativos, donde el logro de metas individuales se articule con el apoyo mutuo y el trabajo en equipo.

En cuanto al dominio de una segunda lengua, particularmente el inglés como idioma clave en los entornos comerciales internacionales, se destaca la importancia de comprender tanto los mensajes explícitos como las emociones y pensamientos subyacentes. Este hallazgo refuerza la necesidad de desarrollar la competencia para producir mensajes orales completos, coherentes y culturalmente pertinentes, lo cual constituye un elemento clave en la empleabilidad en mercados globalizados.

A partir de estos hallazgos, se recomienda a la alta dirección empresarial promover espacios participativos donde los colaboradores puedan construir una visión compartida de los objetivos estratégicos, así como explorar nuevas dinámicas del mercado laboral. Esta perspectiva facilitará el diseño de estrategias más alineadas con las exigencias de competitividad organizacional en un entorno cada vez más digital e interconectado.

No obstante, es necesario señalar algunas limitaciones del estudio. La investigación se llevó a cabo en una región con un marcado desarrollo turístico, lo cual condiciona la generalización de los resultados. Si bien se lograron hallazgos significativos, es importante reconocer que tanto el nivel como el tipo de desarrollo turístico pueden variar ampliamente entre regiones, incluso dentro del mismo país, y aún más al considerar contextos internacionales.

En este sentido, se sugiere que futuras investigaciones amplíen el enfoque geográfico, incluyendo contextos nacionales más diversos y estudios comparativos en otras realidades internacionales. Esta

ampliación permitiría validar y enriquecer los hallazgos obtenidos, aportando a una comprensión más integral sobre las relaciones entre competencias digitales, empleabilidad y dominio de segundas lenguas.

Adicionalmente, se recomienda explorar otros sectores vinculados al turismo, como la hotelería, la gastronomía y el entretenimiento, que no fueron incluidos en el presente estudio. La inclusión de estos sectores en futuras investigaciones permitiría complementar y profundizar los resultados, ofreciendo un panorama más completo de las competencias requeridas para fortalecer la competitividad en el ámbito turístico y más allá.

Referencias

- Adebileje, A., & Akinola, A. (2020). Teaching and Learning English as a Second Language in Nigeria: Examining Evolving Approaches and Methods. *Theory And Practice In Language Studies*, 10(9), 1015-1024. <https://doi.org/10.17507/tpls.1009.02>
- Affulloh, M. (2018). Mapping English Language Needs in the Community of Tourism Potential Areas of Bangka Regency, Bangka Belitung Islands Province. *JSSH*, 2(1), 133-144. <https://doi.org/10.30595/jssh.v2i1.2332>
- Ahmed, S. (2017). *Impact and Implementation of Sociocultural Theory in ESL Classroom*. BRAC University, Dhaka.
- Alexander, Z.-C., Gálvez, E. J., Vera-Jaramillo, F., & Patiño, L. V. (2025). Digitalization, innovation, sustainability and performance: A causal analysis applied to tourism MSMEs. *International Journal of Innovation Studies*, 9(1), 46-59. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.12.001>
- Alshawaaf, N., & Lee, S. H. (2021). Business model innovation through digitisation in social purpose organisations: A comparative analysis of Tate Modern and Pompidou Centre. *Journal of Business Research*, 125C, 597-608. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.045>
- Ananiadou, K., & Claro, M. (2009). 21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries. *OECD Education Working Papers*(41). <https://doi.org/10.1787/218525261154>
- Arbulú, C. G., & Monteza, C. (2013). Nuevos problemas del aprendizaje en la era digital. Competencias digitales y nuevas formas de aprender. *Actualidades Pedagógicas*(61), 191-203.
- Bennett, D. (2019). Graduate employability and higher education: Past, present and future. *The Review of Higher Education* (5), 31-61.
- Bernstrøm, V., Drange, I., & Mamelund, S.-E. (2018). Employability as an alternative to job security. *Personnel Review*, 48(1), 234-248. <https://doi.org/10.1108/PR-09-2017-0279>
- Bewersdorff, A., Seßler, K., Baur, A., Kasneci, E., & Nerdel, C. (2023). Assessing Student Errors in Experimentation Using Artificial Intelligence and Large Language Models: A Comparative Study with Human Raters. *arXiv:2308.06088v1*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2308.06088>
- Blanka, C., Krumay, B., & Rueckel, D. (2022). The interplay of digital transformation and employee competency: A design science approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 178. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121575>
- Blokker, R., Akkermans, J., Marciniak, J., Jansen, P. G., & Khapova, S. N. (2023). Organizing school-to-work transition research from a sustainable career perspective: A review and research agenda. *Work, Aging and Retirement*, 9(3), 239-261. <https://doi.org/10.1093/workar/waad012>
- Boo, S., Wang, C., & Kim, M. (2021). Career adaptability, future time perspective, and career anxiety among undergraduate students: A cross-national comparison. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100328>
- Botero, J., & Rentería, E. (2019). Empleabilidad y trabajo del profesorado universitario. Una revisión del campo. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E investigación Social*, 19(3). <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2140>
- Brahma, M., Tripathi, S., & Sahay, A. (2021). Developing curriculum for industry 4.0: digital workplaces. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(1), 144-163. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-08-2019-0103>
- Bulgánina, S. V., Prokhorova, M. P., Lebedeva, T. E., Shkunova, A. A., & Mikhailov, M. S. (2021). Digital skills as a response to the challenges of the modern society. *Caderno Suplementar*(1).
- Cappa, F., Oriani, R., Peruffo, E., & McCarthy, I. (2020). Big Data for creating and capturing value in the digitalized environment: Unpacking the effects of volume, variety, and veracity on firm performance. *Journal of product innovation management*, 38(1), 49-67. <https://doi.org/10.1111/jpim.12545>

- Cattaneo, A. A., Antonietti, C., & Rauseo, M. (2022). How digitalised are vocational teachers? Assessing digital competence in vocational education and looking at its underlying factors. *Computers & Education*, 176. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104358>
- Chacchi, L. A. (2022). Formación de formadores en procesos participativos de las herramientas digitales en el desarrollo del aprendizaje. *Revista Dilemas Contemporáneos*, IX(2).
- Chávez, M. X., Saltos, M. A., & Saltos, C. M. (2017). La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior. *Dominio de las Ciencias*, 3(Extra 3), 759-771.
- Chen, X., Dewaele, J., & Zhang, T. (2021). Sustainable development of EFL/ESL learners' willingness to communicate: the effects of teachers and teaching styles. *Sustainability*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010396>
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Routledge.
- Collins, A., & Halverson, R. (2018). *Rethinking education in the age of technology: the digital revolution and the schools*. Teacher College Press.
- Corradini, E., Borthwick, K., & Gallagher-Brett, A. (2016). *Employability for languages: a handbook*. Research-publishing.net. <https://doi.org/10.14705/rpnet.2016.cb2016.9781908416384>
- Dass, M. M., Sarfraz, I., Hewege, C. R., & Rajendran, D. (2018). An exploration of global employability skills: a systematic research review. *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 9(1). <https://doi.org/10.1504/IJWOE.2018.10012435>
- East, M., & Slomp, D. (2023). The ethical turn in writing assessment: How far have we come, and where do we still need to go? *Language Teaching*, 57(2), 262-273. <https://doi.org/10.1017/S0261444823000034>
- el Hilali, W., El Manouar, A., & Janati, M. A. (2020). Reaching sustainability during a digital transformation: a PLS approach. *International Journal of Innovation Science*, 12(1). <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2019-0083>
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. The University of Akron Press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Forrier, A., Verbruggen, M., & De Cuyper, N. (2015). Integrating different notions of employability in a dynamic chain: The relationship between job transitions, movement capital and perceived employability. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 56-64. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2015.04.007>
- Fugate, M., van der Heijden, B., De Vos, A., & Forrier, A. (2020). Is What's Past Prologue? A Review and Agenda for Contemporary Employability Research. *The Academy of Management Annals*, 15(1). <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0171>
- Gartner, J., Maresch, D., & Tierney, R. (2024). The key to scaling in the digital era: Simultaneous automation, individualization and interdisciplinarity. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 628-655. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2073361>
- Giddens, A. (2003). The globalizing of modernity. En D. (. Held, *The global transformations reader* (2 ed., págs. 60-66). Polity Press.
- Godwin-Jones, R. (2024). Distributed agency in second language learning and teaching through generative AI. *Language Learning & Technology*, 28(2), 4-31.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. M. (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Squares Analysis. *Understanding Statistics*, 3(4), 283-297. https://doi.org/10.1207/s15328031us0304_4
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc.
- Henderson, A., & Bowley, R. (2010). Authentic Dialogue? The Role of "Friendship" in a Social Media Recruitment Campaign. *Journal of Communication Management*, 14(3), 237-257. <https://doi.org/10.1108/13632541011064517>
- Henseler, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405-431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
- Hirschi, A., & Koen, J. (2021). Contemporary career orientations and career self-management: A review and integration. *Journal of Vocational Behavior*, 126. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2020.103505>
- Holopainen, M., Saunila, M., & Ukko, J. (2024). The effects of digital business strategy on the collaboration performance of companies: the moderating effect of digitally enabled performance measurement. *International Journal of Industrial Engineering and Operations Management*, 6(1), 64-81. <https://doi.org/10.1108/IJIEOM-04-2023-0040>
- Hu, L.-t., & Bentler, P. M. (1998). Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424-453. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.3.4.424>

- Kim, H., So, K. K., Shin, S., & Li, J. (2024). Artificial Intelligence in Hospitality and Tourism: Insights From Industry Practices, Research Literature, and Expert Opinions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(2), 366-385. <https://doi.org/10.1177/10963480241229235>
- Lan, M., & Huang, C. Q. (2023). Clustering digital learning pathway preferences from the perspectives of epistemic justification on self-regulated learning, social presence, and resources. *Heliyon*, 9(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20038>
- Lee, L. (2008). Fostering Second Language Oral Communication Through Constructivist Interaction in Desktop Videoconferencing. *Foreign Language*, 40(4), 635-649. <https://doi.org/10.1111/j.1944-9720.2007.tb02885.x>
- Liu, L., Fan, Q., Liu, R., Zhang, G., Wan, W., & Long, J. (2023). How to benefit from digital platform capabilities? Examining the role of knowledge bases and organisational routines updating. *European Journal of Innovation Management*, 26(5), 1394-1420. <https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2021-0532>
- Lohmöller, J.-B. (1989). *Latent Variable Path Modeling with Partial Least Squares*. Springer.
- Ma, S. (2024). Enhancing Tourists' Satisfaction: Leveraging Artificial Intelligence in the Tourism Sector. *Pacific International Journal*, 7(3), 89-98. <https://doi.org/10.55014/pij.v7i3.624>
- Mainga, W., Murphy-Braynen, M. B., Moxey, R., & Abdul, Q. S. (2022). Graduate Employability of Business Students. *Graduate Employability of Business Students, Administrative Sciences*, 12(3), 1-35.
- Marcoulides, G. A., & Saunders, C. (2006). Editor's comments: PLS: A silver bullet? *MIS Quarterly*, 30(2), iii-ix. <https://doi.org/10.2307/25148727>
- Marín-Idárraga, D., Hurtado-González, J., Cabello-Medina, C., & Sabidussi, A. (2025). Ambidexterity and innovation: A systematic and meta-analytic approach to mediating effects on performance. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/09537325.2025.2464885>
- Martínez-Caro, E., Cegarra, J. G., & Alfonso, F. J. (2020). Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture. *Technological Forecasting and Social Change*, 154(2). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119962>
- Méndez, W. X. (2019). *Las TIC y el aprendizaje significativo del idioma inglés en los estudiantes del quinto año de secundaria de la Institución Educativa "Inmaculada de la Merced", Chimbote, 2019*. Universidad Nacional Del Santa.
- Moreira-Aguayo, P. Y., & Venegas-Loor, L. V. (2020). Desarrollo de competencias comunicativas del idioma inglés. *Dominio de las Ciencias*, 6(4), 1292-1303. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i4.1537>
- Ng, C. (2016). Sustaining Learning Engagement in Distance Education: An Achievement Goal Perspective. En C.-h. C. Ng, R. Fox, & M. N. (Eds.), *Reforming Learning and Teaching in Asia-Pacific Universities* (págs. 115-134). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0431-5_6
- Nugraha, S. I. (2018). The Language-in-Education Policy in South Africa: A gap between policy and efficacy. *Proceedings of the Eleventh Conference on Applied Linguistics*. Indonesia: CONAPLIN. <https://doi.org/10.2991/conaplin-18.2019.321>
- ONU Turismo. (21 de enero de 2025). *El turismo internacional se recupera en 2024 hasta los niveles anteriores a la pandemia*. ONU Turismo: <http://t.ly/f3fv5>
- Pekkala, K., & van Zoonen, W. (2022). Work-related social media use: The mediating role of social media communication self-efficacy. *European Management Journal*, 40(1), 67-76. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.03.004>
- Plakoyiannaki, E., Chidlow, A. A., & Welch, C. (2014). Translation in cross-language international business research: Beyond equivalence. *Journal of International Business Studies*, 45(5), 1-21. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.67>
- Raj, S., Ann, W., Subramaniam, P., & Yunus, M. (2019). Using YouTube as a Platform to Learn Social Expression. *Creative Education*(10), 288-296. <https://doi.org/10.4236/ce.2019.102023>
- Reisinger, Y., & Turner, L. (1999). Structural equation modeling with Lisrel: application in tourism. *Tourism Management*(20), 71-88. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00104-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00104-6)
- Ren, S., Islam, M. T., & Chadee, D. (2023). Careers in Disarray? COVID-19 and Self-Perceived Employability. *Journal of Career Assessment*, 32(2), 207-225. <https://doi.org/10.1177/10690727231187096>
- Ringle, C., Sarstedt, M., Mitchell, R., & Gudergan, S. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Human Resource Management Research. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(12), 1617-1643. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1416655>
- Ritala, P., Baiyere, A., Hughes, M., & Kraus, S. (2021). Digital strategy implementation: The role of individual entrepreneurial orientation and relational capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120961>

- Römgens, I., Scoupe, R., & Beusaert, S. (2019). Unraveling the concept of employability, bringing together research on employability in higher education and the workplace. *Studies in Higher Education*, 45(12), 2588–2603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1623770>
- Roosta, S. H. (2000). *Parallel processing and parallel algorithms: theory and computation*. Springer Science+Business Media New York.
- Rottner, R. M. (2021). Feeling Left Out: Editing Business School History and Inserting Lyrical Sociology. *Academy of Management Learning and Education*, 20(3). <https://doi.org/10.5465/amle.2020.0196>
- Sari, Y. N., & Margana, M. (2019). YouTube as a Learning Media to Improve the Student's Speaking Ability in 21st Century. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 4(2), 263-273. <https://doi.org/10.21462/jeltl.v4i2.296>
- Sarstedt, M., & Cheah, J. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *J Market Anal*, 7, 196–202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Satar, M. S., Alshibani, S. M., & Alarifi, G. (2024). Effects of Firm-Level Entrepreneurship Orientation on Digital Transformation in SMEs: The Moderating Role of Strategic Agility. *Entrepreneurship Research Journal*, 15(1), 91-124. <https://doi.org/10.1515/erj-2023-0267>
- Singer, L., & Alexander, P. (2017). Reading on Paper and Digitally: What the Past Decades of Empirical Research Reveal. *Review of Educational Research*, 87(6), 1-35. <https://doi.org/10.3102/0034654317722961>
- Stryzhak, O., Volodymyr, L. C., & Sidak, M. (2025). Digitalisation of the Tourism Industry and Self-Employment: Challenges of the Gig-Economy. *Tourism and Hospitality*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010004>
- Trought, F. (2017). *Brilliant Employability Skills: How To Stand Out From The Crowd In The Graduate Job Market*. Pearson UK.
- Tseng, W., & Warschauer, M. (2023). AI-writing tools in education: if you can't beat them, join them. *Journal of China Computer-Assisted Language Learning*, 3(2). <https://doi.org/10.1515/jccall-2023-0008>
- Tulowitzki, P., Gerick, J., & Eickelmann, B. (2022). The role of ICT for school leadership and management activities: an international comparison. *International Journal of Educational Management*, 36(2), 133-151. <https://doi.org/10.1108/IJEM-06-2021-0251>
- Van Der Heijde, C. M., & Van Der Heijden, B. I. (2006). A competence-based and multidimensional operationalization and measurement of employability. *Human Resource Management*, 45(3), 449-476. <https://doi.org/10.1002/hrm.20119>
- van Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS). *Information, Communication & Society*, 19(6), 804–823. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1078834>
- van Laar, E., Deursen, v., J.A.M., A., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577-588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Vandewalle, D. (1997). Development and Validation of a Work Domain Goal Orientation Instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 57(6), 995-1015. <https://doi.org/10.1177/0013164497057006009>
- Vial, G. (2021). *Understanding digital transformation. A review and a research agenda*. Routledge.
- Wang, N., Wan, J., Ma, Z., Zhou, Y., & hen, J. (2023). How digital platform capabilities improve sustainable innovation performance of firms: The mediating role of open innovation. *Journal of Business Research*, 167. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114080>
- Wang, X., & Dostál, J. (2017). An analysis of the integration of ict in education from the perspective of teachers' attitudes. *EDULEARN* (17), 8156-8162. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2017.0507>
- Zhao, Y., Sánchez Gómez, M., Pinto Llorente, A., & Zhao, L. (2021). Digital Competence in Higher Education: Students' Perception and Personal Factors. *Sustainability* (13). <https://doi.org/10.3390/su132112184>
- Zimmer, M. P., Baiyere, A., & Salmela, H. (2023). Digital workplace transformation: Subtraction logic as deinstitutionalising the taken-for-granted. *The Journal of Strategic Information Systems*, 32(1). <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2023.101757>

Recibido: 22/01/2025

Reenviado: 30/07/2025

Aceptado: 30/07/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Circular Economy in tourism: Challenges and opportunities for a sustainable future

Myriam Elizabeth Torres Pacheco*

Laura Valentina López Mayorga**

Universidad de Investigación y Desarrollo (Colombia)

Brayan A Parra-Orobio***

Universidad Popular del Cesar (Colombia)

Universidad del Cauca (Colombia)

Cristian Mejia-Parada****

Universidad de Investigación y Desarrollo (Colombia)

Jesus Alvarez*****

Universidad Industrial de Santander (Colombia)

Universidad de Investigación y Desarrollo (Colombia)

Carolina Saavedra-Pasaje*****

Universidad del Valle (Colombia)

Jonathan Soto-Paz*****

Universidad de Investigación y Desarrollo (Colombia)

Universidad del Valle (Colombia)

Abstract: The aim of this research is to identify structural gaps in consumption patterns and sustainable practices between developed and emerging countries through a comparative and systematic analysis of circular economy (CE) implementation in the tourism sector. Tourism, as one of the world's largest industries, faces the significant challenge of balancing growth with environmental sustainability. The (PRISMA®) protocol was used, which resulted in the selection of 52 relevant articles. The findings reveal that most of the literature focuses on developed countries, where ecotourism, resource conservation and circular economy business models prevail. The transition towards a circular economy in tourism requires stakeholder collaboration, although barriers persist such as high investment costs, regulatory obstacles and resistance to change. Nevertheless, significant opportunities for sustainable innovation in the sector are identified.

Keywords: Barriers; Circular economy; Sustainable development; PRISMA review; tourism industry.

* <https://orcid.org/0009-0000-1036-2580>; E-mail: mtorres19@udi.edu.co

** <https://orcid.org/0009-0002-0698-2116>; E-mail: llopez28@udi.edu.co

*** <https://orcid.org/0000-0001-9256-6797>; E-mail: brayanparra@unicauca.edu.co

**** <https://orcid.org/0000-0002-3993-4754>; E-mail: cmejia5@udi.edu.co

***** <https://orcid.org/0000-0003-4893-303X>; E-mail: jesus2228075@correo.uis.edu.co

***** E-mail: saavedra.carolina@correounivalle.edu.co

***** <https://orcid.org/0000-0002-9211-6435>; E-mail: jsoto3@udi.edu.co

Cite: Pacheco, M. E. T.; Mayorga, L. V. L.; Parra-Orobio, B. A.; Mejia-Parada, C.; Alvarez, J.; Saavedra-Pasaje, C. & Soto-Paz, J. (2026). Economía Circular en el turismo: Desafíos y oportunidades para un futuro sostenible. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 391-411. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.026>.

Economía Circular en el turismo: Desafíos y oportunidades para un futuro sostenible

Resumen: El objetivo del presente trabajo consistió en identificar las brechas estructurales en patrones de consumo y prácticas sostenibles entre países desarrollados y emergentes mediante un análisis comparativo y sistemático de la economía circular (EC) en el sector turístico. El turismo como una de las industrias más grandes del mundo, enfrenta el desafío de equilibrar el desarrollo con la protección ambiental. Utilizando el protocolo (PRISMA®) se seleccionaron 52 artículos relevantes. Los hallazgos revelan que la mayoría de la literatura se centra en países desarrollados, donde prevalecen el ecoturismo, el ahorro de recursos y los modelos de negocio de economía circular. La transición hacia un turismo circular requiere la colaboración de los interesados, aunque persisten barreras como altos costos de inversión, obstáculos regulatorios y resistencia al cambio. No obstante, se identifican oportunidades significativas para la innovación sostenible en el sector.

Palabras clave: Barreras; Economía circular; Desarrollo sostenible; Revisión PRISMA; Industria del turismo.

Acronyms

CE	Circular Economy	IQR	Interquartile Range
CHSB	Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index	LAC	Latin America and the Caribbean
CSPS	Circular Smart Production System	LCA	Life Cycle Assessment
DC	Developed Countries	LoRaWAN SDGs	Low Power Wide Area Network Sustainable Development Goals
DEA	Data Envelopment Analysis	SEM	Structured Equation Modelling
DWHR	Domestic Wastewater Heat Recovery system	TTDI	Travel & Tourism Development Index
GDP	Gross Domestic Product		
GHGs	Greenhouse Gases		
HWMI	Hotel Water Measurement Initiative		
IoT	Internet of Things		

1. Introduction

Tourism, a key sector of the global economy, faces the challenge of balancing growth with environmental sustainability. According to the World Travel & Tourism Council (WTTC, 2024), tourism is estimated to contribute US\$11.1 billion to global GDP and support nearly 348 million jobs by 2024. However, this rapid growth has raised concerns about its environmental impact, particularly in emerging economies (WTTC, 2024).

Traditional tourism is showing its limitations in terms of unsustainable resource consumption. An average tourist uses 350 liters of water per day, compared to 150 liters for a local resident, which accelerates the depletion of water resources and threatens the long-term viability of the sector (Kirchherr et al., 2018). Therefore, this dependence on natural resources constitutes a threat to their degradation and scarcity (Pan et al., 2018). In addition, the greenhouse gas emissions associated with tourism are significant. In 2016, the sector emitted 7.23 billion tons of CO₂, accounting for 23% of total anthropogenic emissions (Wang & Wu, 2022). Passenger transport is responsible for 64% of the sector's emissions, with a projected increase of 21% by 2030 (Organización Mundial del Turismo, 2020). The global carbon footprint of tourism increased from 3.9 to 4.5 GtCO₂eq between 2009 and 2013, accounting for nearly 8% of global greenhouse gas emissions (Lenzen et al. 2018). Therefore, tourism waste management poses significant challenges, including minimizing wastewater pollution, air degradation, and biodiversity loss (Gazta, 2018; Khan et al., 2020).

The circular economy (CE) is emerging as an alternative paradigm that offers promising solutions for tourism sustainability (Sun et al., 2023). This model seeks to promote a paradigm shift from linear economies by reincorporating valuable by-products into production chains (Costa et al., 2022; Kirchherr et al., 2017). While there are many benefits to the application of CE in the tourism industry, challenges need to be addressed for successful implementation. One of the main challenges is the integration of

networks and collaboration along the entire value chain (Mauss et al., 2023). This involves the adoption of new waste recovery and valorization technologies and the participation of stakeholders, including suppliers, tour guides, transport companies and tourists (Sigala, 2008). Effective collaboration among these stakeholders is fundamental to the success of CE strategies, as it allows for optimizing the use of resources and minimizing environmental impacts at all stages of the tourism process (Rodríguez et al., 2020).

Despite these challenges, CE models (such as collaborative models, closed-loop systems, and products as services) have the potential to improve the sustainability of tourism (Pamfilie et al., 2018). In this regard, Gössling et al. (2005) highlight the importance of developing business models based on the eco-efficiency of products or services. Similarly, Xu et al. (2022) point out the need for the greening of the tourism industry, which involves constraints and the coordinated development of models between the elements of a closed-loop tourism system. Other initiatives in the framework of closed systems or coordinated models include energy generation through anaerobic digestion systems, the use of biofertilizers, the recycling of materials, and the modification of buildings to make them bioclimatic (Abdou et al., 2020; Sakai et al., 2017).

On the other hand, achieving sustainability in tourism requires a holistic approach that includes the economic dimension, requiring its financial feasibility (Bux & Amicarelli, 2023); the social dimension, promoting equal opportunities and empowering local communities (Denu et al., 2023); and the environmental dimension, conserving resources, reducing pollution, optimizing water and energy consumption, and implementing responsible waste management (Halkos & Aslanidis, 2023; Khanam et al., 2023). The participation of suppliers, tourists, and local communities plays a critical role in the sustainable development of tourism (Xu et al., 2022). This interconnection between the tourism sector, the application of circular economy principles, and the participation of different stakeholders in the value chain is essential for achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) (Li & Hunter, 2015). Various literature reviews have been developed on sustainability, tourism, and CE. Rosato et al., (2021) conducted a bibliometric analysis from 2015 to 2019 to determine the relationship between the SDGs and tourism. They emphasize that tourism companies can improve their competitive advantage by adopting sustainable practices, taking advantage of the positive externalities of transitioning to more sustainable business models. Rodríguez et al. (2020) conducted a critical literature review on the contribution of CE to the tourism sector, identifying gaps in the transition to circular models or the lack of knowledge generated on tourists and CE. Also, a bibliometric review of the relationship between digital technologies and circular tourism should be developed, highlighting its impact on CE and, consequently, on social aspects. Most of the literature reviews developed are bibliometric or critical, and there are few or no systematic reviews that reduce subjectivity, especially when we want to define research trends and knowledge gaps (Oviedo-Ocaña et al., 2022; Soto-Paz et al., 2017, 2023). In addition, the reviews focus mainly on developed countries of the European Union and, to a lesser extent, on emerging countries (Gabor et al., 2023).

To contribute to the knowledge of CE management in the tourism industry, this study aims to i) analyze data from the Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index (CHSB) of 2023 and identify trends in energy performance, water and carbon emissions in different types of hotels in developed and emerging countries; ii) identify global trends in CE research for hotel sustainability using the Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA) methodology, complemented with bibliometric tools using the specialized tool Bibliometrix®. To the authors' knowledge, this methodological articulation has not been developed in the scientific field to define trends and knowledge gaps in the tourism industry and CE. In addition, studies comparing CE between developed and emerging countries for this type of industry are scarce. This study could describe significant contributions to the field of hotel sustainability and future trends in CE research. The findings provide a valuable reference for identifying current research gaps and directions for research development that will guide industry practices and assist policy makers in developing effective strategies to promote CE adoption.

This research advances the understanding of CE in the tourism sector, revealing significant differences in eco-efficiency between advanced and emerging economies. Our findings reveal differentiated patterns of carbon and water footprints based on facility type and region, and show that successful adoption of circular models depends on the integration of regulatory frameworks, financial support, use of advanced technologies, and willingness to engage all stakeholders, including communities.

2. Methodology

2.1. Data Collection

A systematic review was conducted using the PRISMA methodology. This methodology is used in various fields of research and facilitates the analysis of data from databases. PRISMA was complemented with the bibliometric tool Bibliometrix® to identify research trends and perspectives in the field of CE in the tourism industry for both developing and emerging countries. This tool has been used in reviews on circular economy and solid waste management (Soto-Paz et al., 2017, 2023). The databases used were Web of Science® and SCOPUS®, which are considered the most comprehensive in the scientific field (Chadegani et al., 2013). However, they were supplemented with information from other databases such as Dimensions.ai® and Scielo®. The keywords used in this study were “circular economy,” “tourism,” “business models,” “sustainability,” “waste,” “emerging countries,” and “developed countries,” and the Science direct® thesauri were used to determine the feasibility of using these terms. The search equation was TITLE-ABS-KEY (circular AND economy AND tourism AND industry) AND (“developing countries” or “emerging countries”) and TITLE-ABS-KEY (circular AND economy AND tourism AND industry) AND “developed countries”.

2.2. Data Selection and Screening Criteria

The records collected from the databases were compiled into a CSV file. The following inclusion criteria were applied: i) presence of search terms in at least one of the main fields (title, keywords or abstract); ii) Only scientific articles were considered for inclusion, not reviews in the field, because they can introduce potential duplication of results in the metadata.; iii) Only works written in English were considered because it is an international language and the most widely accepted in the databases consulted.; and iv) limitation of the year of publication between January 2014 and March 2024 to define research trends and knowledge gaps. These criteria were based on previous research, such as that conducted by Soto-Paz et al. (2023). In addition, the snowballing technique was used to verify and find papers that were not found with the search equations. As a result, 52 articles were selected for analysis. Figure 1 illustrates the selection process of papers according to the PRISMA® methodology. In addition, we used the consolidated database of Ricaurte & Jagarajan (2021) for a comparative analysis of environmental resource consumption between developed and emerging countries. For this purpose, geographic maps showing the average water, carbon and energy consumption per square meter were created, using blue for developed countries and red for emerging countries, and box plots were constructed to analyze the information. This allowed patterns and differences to be identified, providing critical information for understanding and addressing global environmental challenges.

2.3. Data organization, structure and analysis

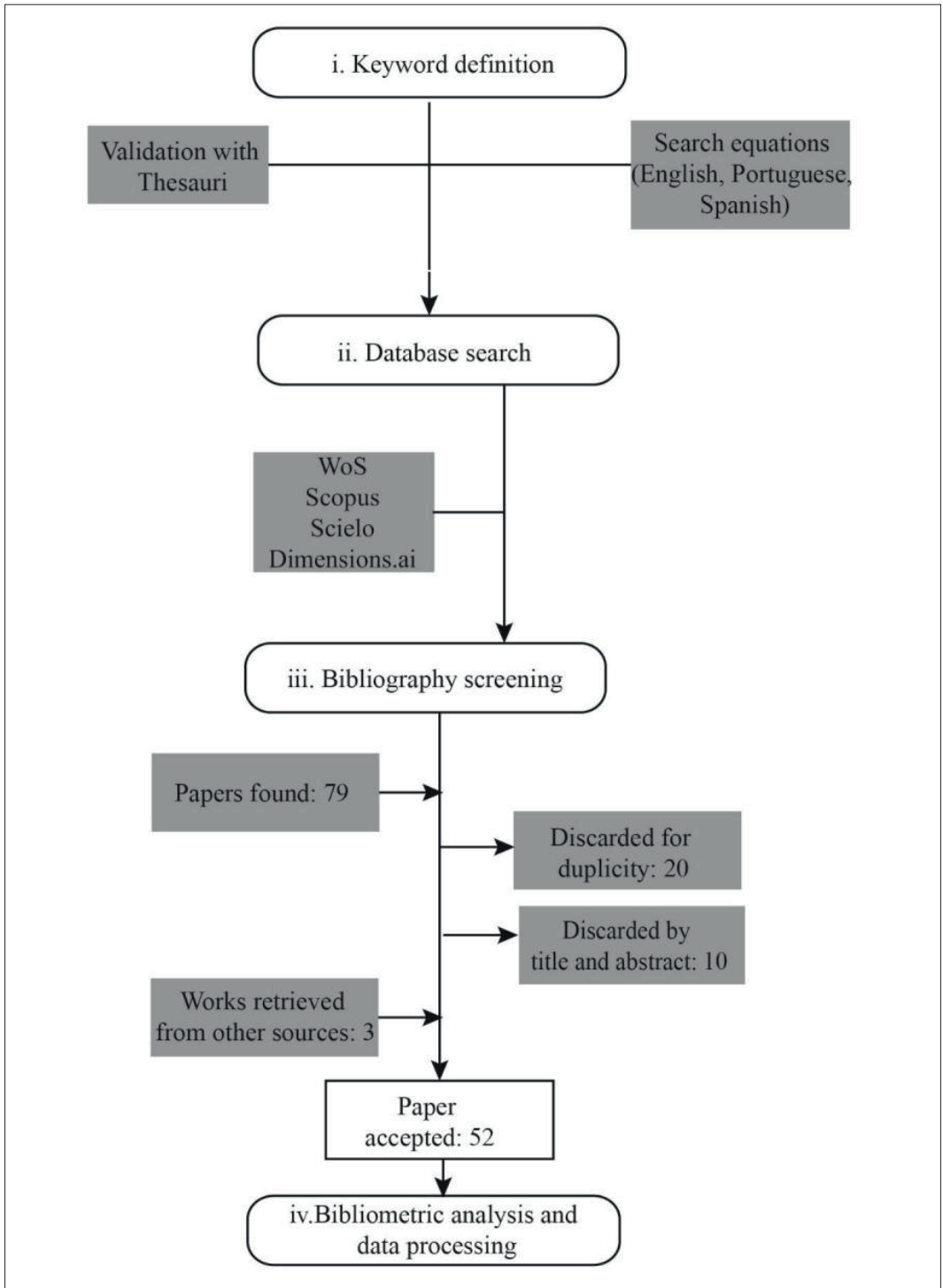
The refined database was organized in Excel®, where information on authors, year of publication, research objectives, business model, and type of tourism industry were collected. The information was complemented with estimated carbon and water footprint data from the Hotel Water Measurement Initiative (HWMI). This made it possible to establish a solid database to analyze the information systematically. In addition, the interquartile range (IQR) was used to identify outliers and the dispersion of variables.

The resulting database was organized in Excel® to collect information on authors, year of publication, research objectives, business model, and tourism industry type. The information was complemented with estimated carbon and water footprint data from the Hotel Water Measurement Initiative (HWMI). This provided a robust database for systematic analysis of the information. In addition, the interquartile range (IQR) was used to identify outliers and the dispersion of variables.

2.4. Data processing using bibliometric tools.

The information in the database was analyzed using the free package de R Bibliometrix®, which is widely used in literature reviews and bibliometrics. Bibliometrix® is a computer tool that uses the R programming language to perform bibliometric analysis using matrices. It has been used to identify scientific production and its distribution over time, to generate thematic maps, and to analyze research trends. These thematic maps are divided into four quadrants, allowing the exploration of driving, basic, emerging, or declining topics, as well as highly specialized or niche topics.

Figure 1: Selection process from 2014 to 2024 with PRISMA® methodology.



3. Results and discussion

3.1. Worldwide overview of tourism

The recovery of global tourism is evident in the Travel & Tourism Development Index (TTDI) 2024, with an increase of 0.7% and improvements in 71 out of 119 economies since 2019 (World Economic Forum, 2024). However, this accelerated growth has raised concerns about its environmental impact, making sustainability an imperative for the hotel industry (Kuo et al., 2022). As shown in Figure 2, the CHSB indicates that carbon and water footprints vary by specific asset type, location type, and star rating.

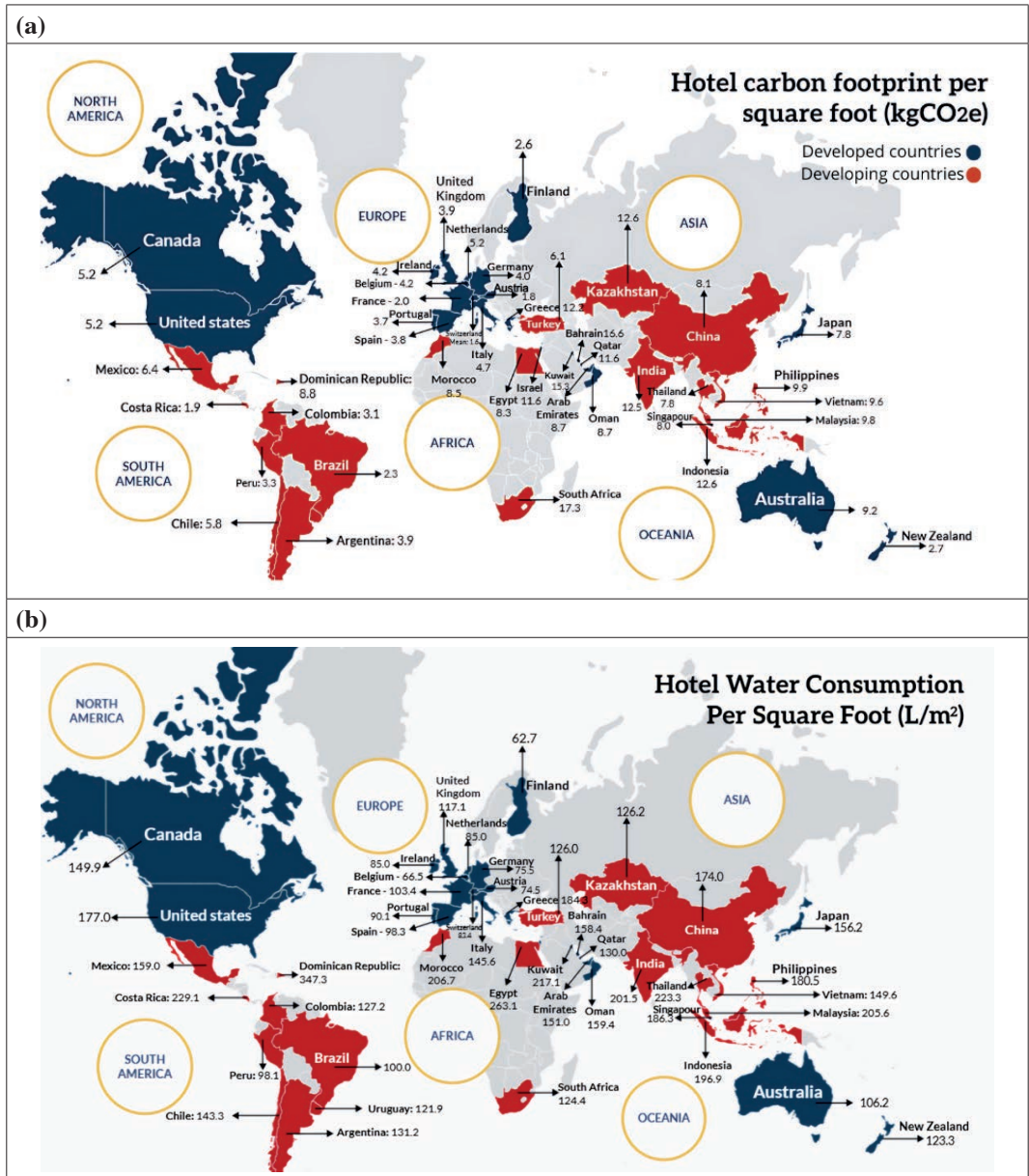
In developed countries, the carbon footprint (Figure 2a) ranges from 2.6 to 9.2 KgCO₂eq, with higher values in Australia (9.2 KgCO₂eq), Japan (7.8 KgCO₂eq), USA (5.2 KgCO₂eq) and Canada (5.2 KgCO₂eq) compared to European countries (i.e. 2 to 4.7 KgCO₂eq). The differences can be attributed to stricter regulatory frameworks in Europe for the implementation of sustainable practices, including the reduction of energy consumption and the adoption of CE principles in waste management (Camilleri, 2021). Therefore, regardless of the type of country, the ecological footprint of the tourism industry is recognized as a critical issue that requires prioritized attention (Ghosh et al., 2022). Gabor et al. (2023) confirm this trend in their study of 30 countries, including members and non-members of the European Union, using structural equation modeling (SEM). Their results show a causal relationship between tourism development and the increase in CO₂ emissions, highlighting the need for a paradigm shift towards innovative and sustainable strategies, especially in developing countries. Liu et al. (2022) extend this perspective by analyzing 70 developed and developing countries, confirming the direct correlation between tourism growth and the increase in CO₂ emissions. The authors propose the implementation of decarbonization strategies, the use of renewable energy for air conditioning, and the transition to carbon-neutral transportation as effective mitigation measures. Similarly, Santana et al. (2019) suggested that rainwater or graywater reuse practices for secondary uses should be used to minimize the water footprint of the hotel industry. The implementation of innovative waste management strategies, such as those of the European Union's URBANWASTE project in high-traffic tourist destinations, demonstrates the effectiveness of integrated approaches to mitigate the environmental impacts of urban tourism. These initiatives, which range from waste tracking, food donations, refillable water bottles, and composting of biowaste to energy recovery, reduce carbon footprints and optimize economic resources (Camilleri, 2021; Obersteiner et al., 2021).

In emerging economies, the carbon footprint of the tourism industry differs from that of developed countries. In Latin America and the Caribbean (LAC), the carbon footprint ranges from 2.3 to 8.8 kgCO₂eq, in some cases higher than in developed countries, especially in Caribbean countries with higher GDP. In Africa, it ranges from 8.3 to 17.3 kg CO₂eq, while in Asia it varies from 6.1 to 13 kg CO₂eq. This disparity is related to nascent management practices in resource and service optimization, including electrical energy use (e.g., lighting, air conditioning, electronics), transportation (e.g., logistics and procurement), and solid waste management (Goffi et al., 2019; Guo et al., 2023; Hosseini et al., 2021).

The hotel industry in emerging markets faces management challenges in integrating CE practices. Despite some programs to reduce greenhouse gas emissions, the regulatory framework is often limited. The lack of educational programs, customer awareness, strict public policies, and government incentives for environmental practices and clean energy have a significant impact on carbon footprint (Alonso-Almeida et al., 2017). Further research is needed to improve stakeholder relations, understand their needs, and analyze the economic benefits of industrial symbiosis within the CE framework.

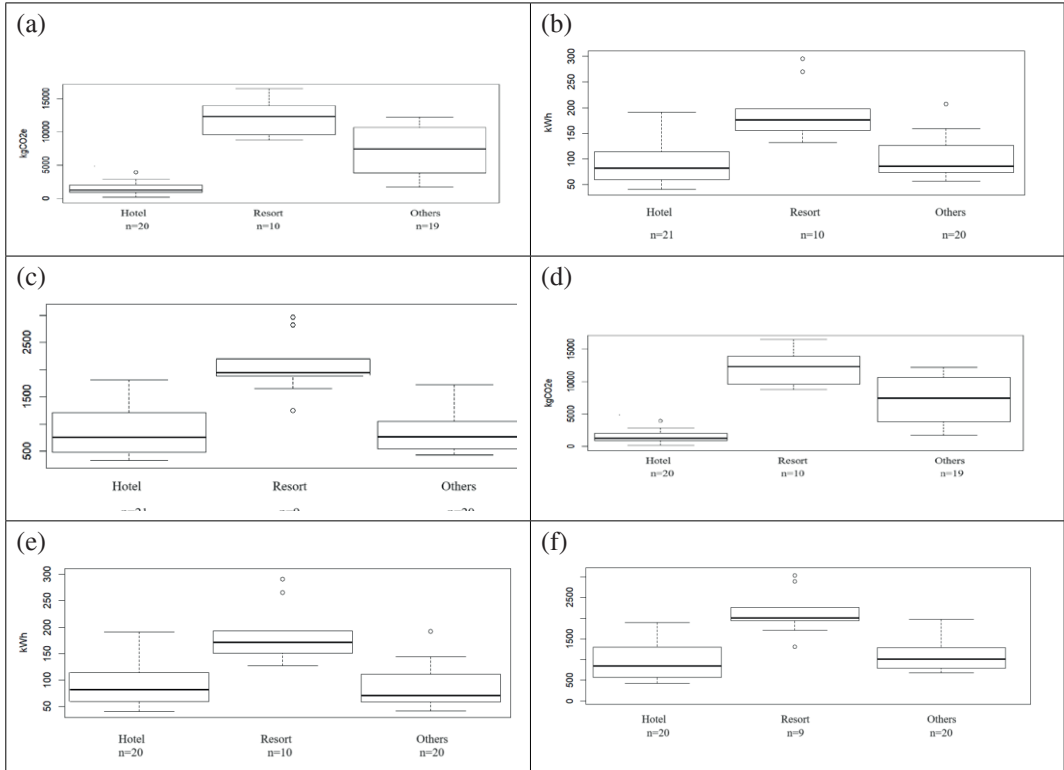
In Asian countries such as China, India and Indonesia, the water footprint ranges from 126 to 206 L/m², as well as in LAC (100-347.3 L/m²) and Africa (124.4-217.1 L/m²). This indicates minimal water reuse and highlights the need for research to address this issue. Figure 3 differentiates carbon and water footprints according to whether they are hotels, resorts or other facilities. A comparative analysis of carbon, energy, and water consumption data per square foot reveals significant differences between these facilities and the type of country (i.e., developed or emerging). For carbon, developing countries have a higher average consumption of 8.0 kWh compared to 6.4 kWh in developed countries, reflecting a greater environmental impact. On the other hand, energy consumption in developed countries averages 21.2 kWh, slightly higher than in developing countries at 19.1 kWh, indicating more intensive energy use in developed countries, albeit with less variability. For water consumption, developing countries have an average of 182.6 L/m², higher than developed countries with 123.2 L/m², suggesting less efficient management of water resources. These patterns highlight the need to improve resource management efficiency and implement sustainable practices in developing countries to reduce water and carbon consumption. Meanwhile, developed countries should continue to optimize energy use.

Figure 2: (a) Carbon footprint in the hotel industry. (b) Water footprint in the hotel industry.



Source: Adapted from Greenview Hospitality Pte Ltd., (2023)

Figure 3: (a). Footprint per square foot for developed countries, (b). Energy consumption for developed countries, (c). Water consumption for developed countries, (d). Footprint per square foot for emerging countries, (e). Energy consumption for emerging countries, (f). Water consumption for emerging countries.

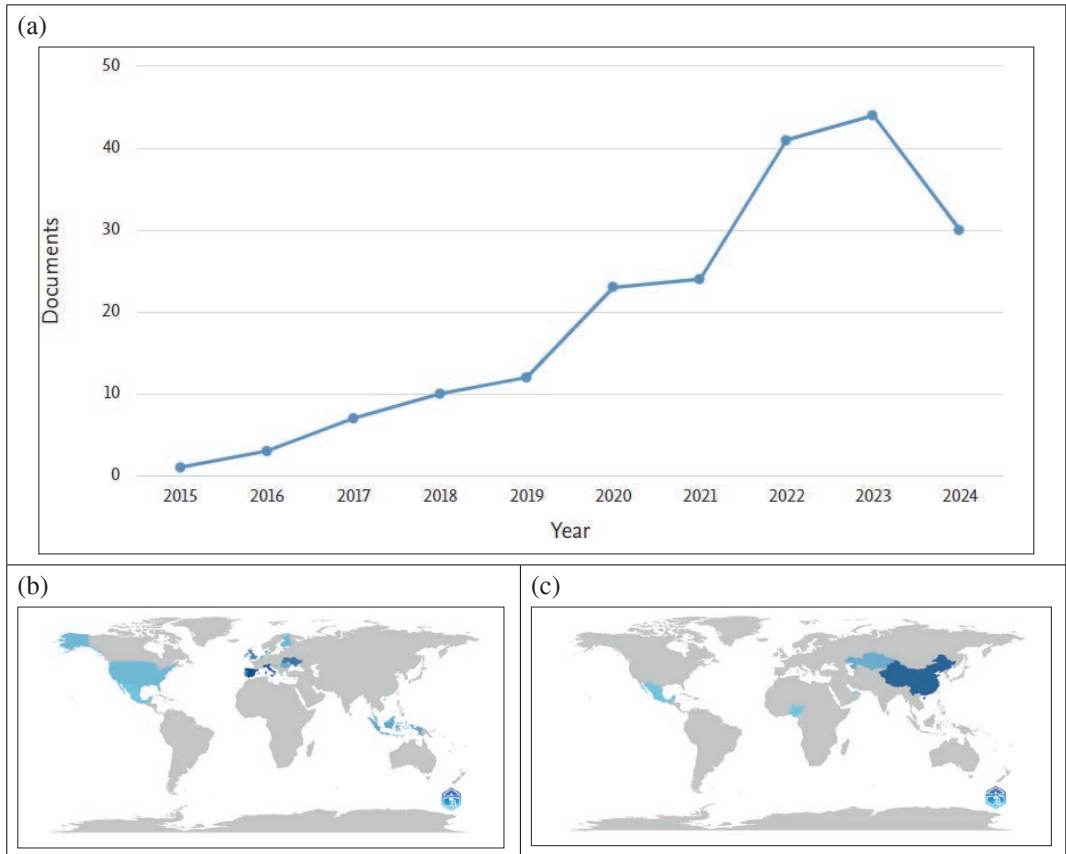


3.2. Global Intellectual Productivity Scenario: Developed and emerging countries

Figure 4a shows an increase in intellectual production between the decade 2018-2024, with a total of 52 papers on the topic of CE and tourism. The growth rate is 12.25%, with an average of 2.5 papers published per year. The increase in intellectual production is related to the impact of policies to implement CE in different countries, which aim to improve the management of solid waste through its valorization and reduce environmental impacts. In addition, at the organizational level, it is perceived that proper waste management, and the promotion of sustainable practices could generate a competitive advantage in attracting tourists. It is also noted that there is a gap. In the databases consulted and during the research period, the latter represented only 14% of world production in this context.

Figure 4b shows the geographical distribution of intellectual production in developed countries. Countries such as Spain, Italy and Portugal are the leading exponents in Europe, while in the Americas the United States is the most important intellectual producer. Research in these countries is focused on developing business models that include replacing conventionally sourced materials with materials from waste that are transformed into valuable products, energy generation, energy conservation, including bioclimatic aspects, and minimizing the water footprint. Figure 5c shows the geographic distribution of emerging markets. In this context, Asian countries such as China and Kazakhstan have made the most significant progress in research, with similar results reported in Mexico and Chile in Latin America and the Caribbean. These countries have developed policies to implement CE. On the African continent, Nigeria is making progress towards sustainable tourism, but its research is still at an early stage. The results show a wide gap between developed and emerging countries in the implementation of CE in the tourism industry.

Figure 4: (a). Intellectual production between 2018 and 2024.
(b). Intellectual productivity in developed countries.
(c). Intellectual productivity in emerging countries.



The implementation of CE models presents considerably different challenges and opportunities in peripheral economies, such as in Africa, where sustainable tourism is threatened by the exclusion of rural communities. The alienation of land for tourism projects displaces farmers and destroys their livelihoods. Without viable alternatives, these populations are marginalized, creating social conflict and affecting the sustainability of the sector. For this reason, community participation is essential to make tourism work for all stakeholders in the chain (Segrelles, 2009). This structural problem shows that CE models need to integrate territorial justice considerations and involve communities in these tourism development processes.

In Zanzibar, an archipelago with a large influx of tourists in Africa, the Greenest Zanzibar campaign is actively promoting sustainability in tourist hotels, promoting local purchasing, reducing food waste, and training staff in best practices to reduce the 1.8 kg of waste per guest per day (Ally et al., 2024). This initiative represents a circular model adapted to the specific characteristics of a tourism-dependent island economy, and demonstrates how targeted strategies can have a significant impact on reducing the sector’s environmental footprint.

CE in tourism extends beyond economic and environmental benefits and acts as a catalyst for social change. In Indonesia, the transformation of a limestone quarry into a tourist attraction generated microcredit for single mothers, new jobs, community enterprises, and sustainable resource management (Fitrianto et al., 2024). At the same time, women’s participation in circular rural tourism in the Himalayan region of West Bengal has strengthened cultural preservation through ethnic lodges, preservation of

handicrafts, and direct marketing of local products (Singh & Das, 2025). These cases demonstrate how CE can re-qualify communities previously dependent on extractive activities, preserve cultural heritage, and distribute economic benefits equitably.

3.3. Financial considerations

The transition to CE faces financial challenges that can be addressed through specific strategies. Experiences with wood-plastic composites (WPCs) show how companies of different sizes can mitigate the initial costs of implementing circular practices by recovering waste and generating multiple sources of income from the same previously discarded or underutilized material stream (Ranta et al., 2018). For example, in the hotel sector, textiles such as used sheets and towels can be repurposed into functional products—such as reusable bags or cleaning cloth—extending their useful life and reducing the operational costs associated with their disposal. Effective financing mechanisms include green credits, government subsidies for circular conversion, and public-private partnerships that spread infrastructure costs and opportunities, especially for small businesses that are more disadvantaged by the costs of adapting to the CE transition.

3.4. Policies

Effective policy frameworks play a crucial role in the transition to circular tourism practices. Analysis of international success stories reveals actionable patterns in different contexts.

The circular economy policy implemented in Krabi integrates public-private partnerships through strategic regional declarations, multi-level collaborative networks, and government leadership, and facilitates the transition to sustainable practices through regulatory frameworks that encourage green behaviors among tourism stakeholders (Pongsakornrungrsilp & Pongsakornrungrsilp, 2023). This Thai model demonstrates how regulatory structures can encourage multi-stakeholder participation in high ecological value coral reef tourism destinations.

Taiwan has consolidated integrated circular policies that combine robust regulatory frameworks, mandatory social participation, and digital technologies and artificial intelligence to optimize urban waste management and position itself as an effective model for CE in densely populated environments (Kurniawan et al., 2022). Its approach emphasizes the use of emerging technologies to incorporate products from recycling.

The Spanish CE strategy, exemplified by Andalusia, sets progressively achievable targets applicable to sectors with a high degree of circularity and implements fiscal policies that penalize the excessive use of resources and promote environmentally friendly products (Forastero, 2023). The tourism sector, of course, has a high impact on the consumption of natural resources and should be included in this path towards a green economy.

In this sense, the European Commission's Circular Economy Action Plan underlines the need to adapt regulatory frameworks to strategic sectors with high potential for circularity, establish restrictions on single-use products, increase the content of recycled materials (Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, n.d.). This legislation has been especially effective in regulating single-use plastics, which if focused on the tourism sector, would transform operations in all-inclusive hotels where resource-intensive consumption is traditionally observed.

International experience shows that the most effective policy frameworks for CE in tourism share fundamental characteristics: i) establishment of measurable objectives with specific deadlines; ii) clearly defined financing mechanisms and fiscal incentives; iii) multilevel governance that integrates national and local authorities; iv) transparent monitoring and evaluation systems; and v) platforms for knowledge transfer among tourism stakeholders.

3.5. Worldwide research trends

Figure 5a shows the keyword co-occurrence map in the tourism industry. This map identifies three macro-clusters based on the frequency of words appearing at least five times in each analyzed article: i) CE and sustainability (red cluster), mainly adopted in the hotel industry and aligned with SDG compliance, proposing strategies to inform policy formulation; ii) tourism management (blue cluster), examining waste flows within supply chains and their potential to generate competitive advantages in the tourism industry; and iii) sustainability practices (green cluster), addressing ecotourism, eco-design, stakeholder roles, and environmental impacts. It is important to emphasize that the sustainability approach is still in its infancy in emerging economies, which offers significant research opportunities.

Figure 5: (a) Keywords co-occurrence network. (b) Thematic map.

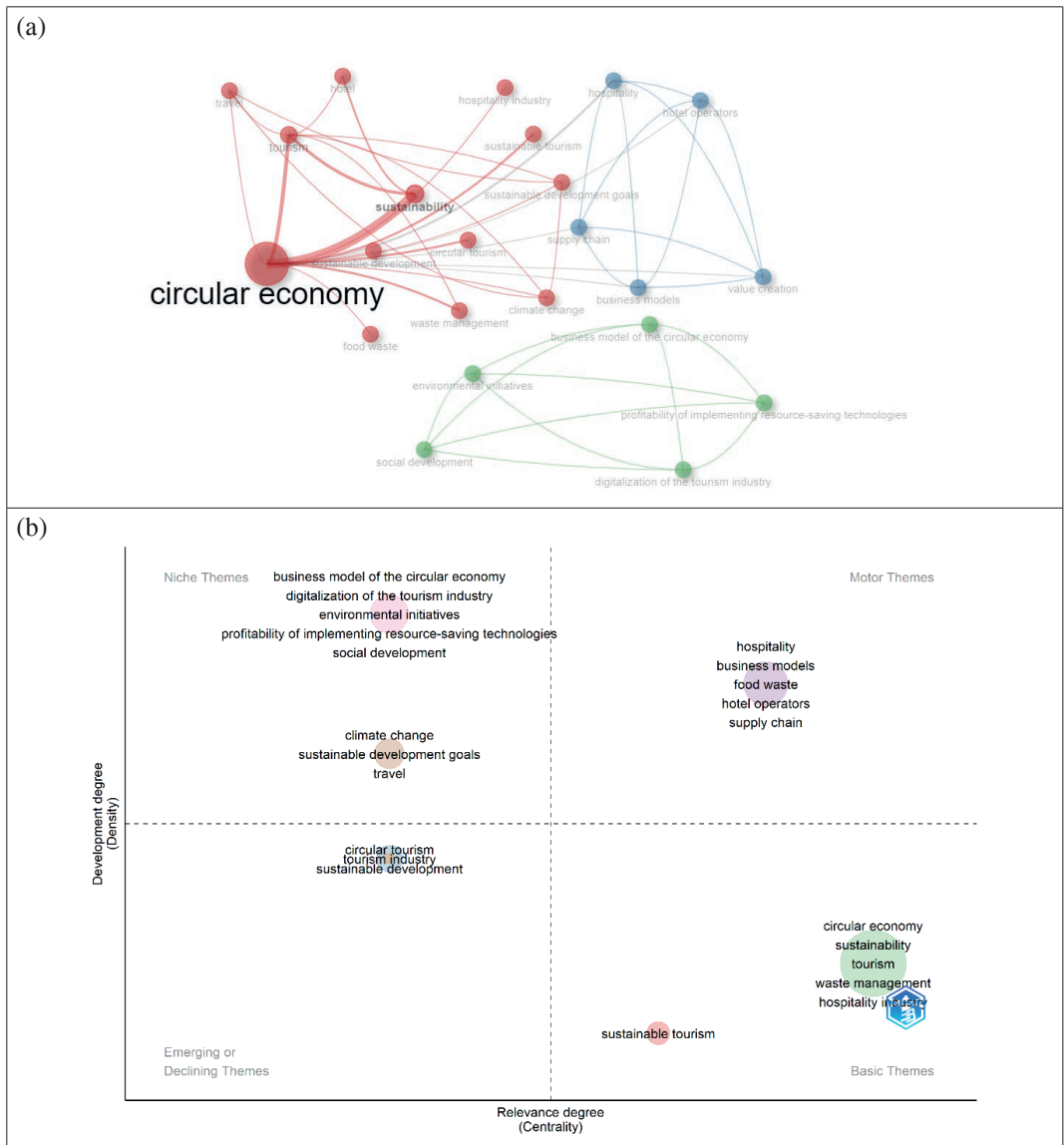


Figure 5b shows the thematic map identified by Bibliometrix®. In the lower right quadrant (i.e., Basic Themes), keywords such as sustainable tourism, hospitality, waste management, and CE were found, indicating their importance as basic themes that are relevant but need further consolidation in terms of research. In contrast, in the upper right quadrant (i.e., Motor Themes), keywords such as business models, supply chains, and food waste were found. This shows that these are relevant topics that have been addressed with the aim of closing cycles by valuing different types of waste, such as food waste to obtain renewable energy, producing products that can be used in gardens, or other products. It should be noted that this type of work requires more in-depth research due to its location on the thematic map. In the upper left quadrant (i.e., Niche Themes), keywords such as EC-oriented business models, environmental initiatives, cost-effectiveness of implementing resource-saving technologies, and social

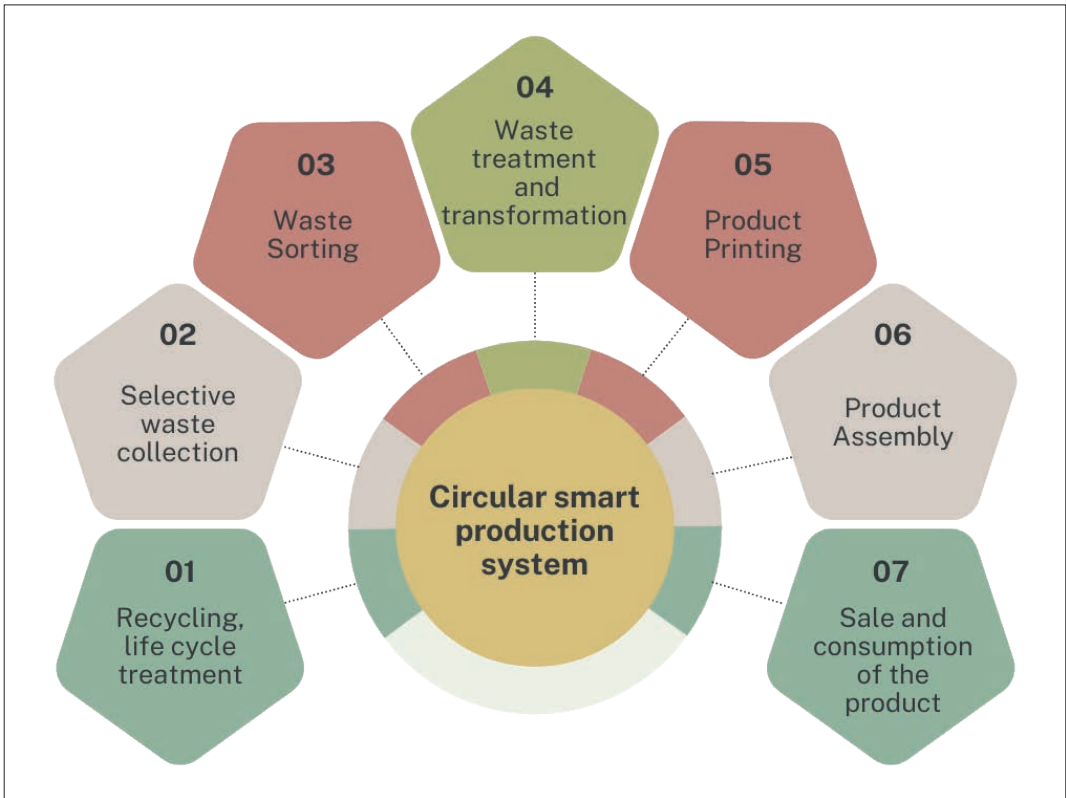
development have been identified. These themes are developed in different researches considering aspects of environmental, social, technical, political and cultural dimensions in the tourism industry and require further research. Finally, in the lower left quadrant (i.e. emerging or declining themes) it showed the words circular tourism and sustainable development, which seek to propose industrial ecosystems based on industrial ecology to use and valorize different types of waste. Due to the location of the words in this quadrant close to the starting point of the thematic map (i.e., intercept of centrality and relevance), these are emerging topics where research is still in its infancy, highlighting research opportunities in both developed and emerging countries.

3.6. CE and sustainability

Sustainable tourism is an application of the idea of sustainable development in the field of tourism (Xu et al., 2022). A recent study by Iller & Torres-Delgado (2023) analyzes the integration of sustainable tourism indicators and stakeholder cooperation to achieve SDGs 8, 9, and 12 of the 2030 Agenda and proposes a monitoring system for national sustainability policies. Other studies show the link between the development of sustainable practices in the tourism sector and the well-being of local communities sector (Boluk et al., 2019; Galli et al., 2018; Rosato et al., 2021). Another emerging approach is the transition to low-impact transportation infrastructure, for example, developing countries such as China and Morocco are investing in high-speed rail networks to reduce dependence on air travel (Peeters et al., 2019). This is related to the business paradigm of the 21st century, where the convergence between business models and the SDGs has become a concurrent imperative. The Circularity Gap Report 2024 has revealed a worrying trend: the global circularity rate has decreased from 9.1% to 7.2% in 2023 (Circular Economy Foundation, 2019). This highlights the need for comprehensive strategies in implementing circular solutions.

Therefore, the transition to circular frameworks requires a strong commitment from top management to integrate CE principles throughout the value chain. This approach encompasses strategies from product eco-design, with a focus on extending product life and implementing technology cycles, to effectively closing the material loop (Bocken et al., 2016; Lüdeke-Freund & Dembek, 2017). Despite the significant challenges, a circular economy model offers a unique value proposition with tangible benefits. These benefits include reducing inputs, optimizing resource use, generating new revenue streams through recycling, and enhancing corporate reputation. It is crucial to recognize that contemporary consumer behavior is increasingly inclined to favor companies that implement actions that have a positive impact on sustainability and communities (Bocken et al., 2016). In this regard, Breuer et al. (2018) propose a conceptual framework based on four fundamental pillars for the implementation of circular business models: i) a holistic approach that balances environmental, social, and economic aspects; ii) value creation for multiple stakeholders; iii) systems thinking that considers the complex interrelationships of the business environment; and iv) the alignment and involvement of diverse stakeholders in the transformation process. In parallel, another important breakthrough model is the Circular Smart Production System (CSPS) management model, which presents an innovative approach with seven circular phases for the reuse of inorganic solid waste: product life cycle, separate collection, sorting, treatment, 3D printing, assembly, and sale. This approach, as shown in Figure 6, integrates reverse logistics and advanced technologies to promote circularity (Nascimento et al., 2019).

At the forefront of these business strategies, a recent study Czekala et al., (2023) an advanced waste management model as LoRaWAN (Low Power Wide Area Network) that integrates artificial intelligence and digitization technologies, with an emphasis on integrated Internet of Things (IoT) sensors that record information over long distances and its minimal energy consumption. This approach enables monitoring and optimization of the entire waste cycle, using parameters such as waste generation rate, collection efficiency, sensor accuracy and recyclability to simulate scenarios in a network-based environment. This approach not only increases the likelihood of timely recycling, but also contributes significantly to the goals of circularity and sustainability in waste management (Seyyedi et al. 2024). Finally, the transition to circular models requires a deep organizational commitment that infuses circularity into the mission, vision, values, goals, business strategies, and budget. This transformation requires significant investments in economic, human and technological resources, as well as systemic collaboration between all actors in the value chain. However, this approach promises to significantly improve global circularity indicators and deliver long-term environmental, economic and social benefits.

Figure 6: Circular Smart Production System

Source: Adapted from Nascimento et al. (2019)

E-ecotourism is emerging as an innovative paradigm that integrates sustainability policies, tourism competitiveness, and advanced technologies to optimize the management of ecotourism destinations. This approach incorporates the implementation of artificial intelligence and big data analytics in the management of protected natural areas, such as national parks, which is crucial to effectively respond to the demands of the current tourism market (Schwab, 2017). In order to achieve sustainable destination development, it is essential to track the environmental footprint of tourists using big data technologies to enable more informed and responsible management of natural resources (Eddyono et al., 2021). This convergence of technology and ecotourism promises to enhance both the visitor experience and the conservation of the environment, marking a significant advancement in the sustainability of the tourism industry.

In developing countries, public policies and green governance are essential to promote sustainable ecotourism (Manzanares Garmendia, 2020). In addition, investments in infrastructure and the promotion of authentic experiences that integrate nature and local culture can attract foreign investment. These policies aim to overcome structural constraints, promote sustainable practices, and stimulate economic growth while preserving the natural and cultural heritage of these emerging economies (Shang et al., 2023).

3.7. Sustainable Practices, Barriers, and Recommendations

The tourism industry is a complex ecosystem of interconnected actors, and requires accurate indicators to assess its sustainability. The European Tourism Indicator System, implemented in more than 100 destinations with 43 core indicators, and the SDGs provide a reference framework (De Marchi et al., 2022). The integration of emerging technologies, such as IoT, blockchain, and artificial intelligence,

enables real-time monitoring of critical environmental variables, facilitating a more accurate and timely assessment of tourism sustainability. Table 1 presents some sustainable practices applicable to the tourism sector.

Table 1: Practices with potential application in the tourism industry

Category	Specific Practices	Description
Energy	100 % Solar energy operation	Use of solar power for all operations
	Solar energy systems	Installation of solar panels for On-site of energy-consumption
	LED Lighting	Reduction of energy consumption through LED technology
Water	Rainwater harvesting for irrigation and cleaning	Use of rainwater to reduce potable water demand
	Automatic drinking water taps	Encourage refilling water in reusable bottles
	Guests sensitizing to reuse towels and sheets	Sensitizing guests to forgo daily towel and sheet changes
	Biological treatment of wastewater within facilities	Reuse treated water for cleaning of common areas.
	Composting of organic waste in hotels	Use of organic waste as garden fertilizer
Carbon Footprint	Offsetting climate footprint with reforestation projects	Reforestation initiatives to offset CO ₂ emissions
	Reducing food waste	Charitable donations of unused food
	Purchase of local products	Support for local communities that organically produce their products
	Reverse logistics of organic matter	Transformation into ecological compost delivered to allied suppliers
	Electric vehicle alternatives	Promoting sustainable mobility using electric vehicles
Products	Use of biodegradable, phosphate-free cleaning products	Cleaning products that do not pollute water and soil
Waste	Paper, cardboard and plastic recycling	Separation and recycling of materials to reduce waste
	Phasing out of single-use plastics	Reduction of plastic waste by eliminating the use of plastics or opting for bioplastics
	Collaboration with local associations for waste management	Partnerships to improve waste management and promote sustainable practices
Others	Environmental awareness	Training for collaborators and communities on the use of resources

Source: Adapted from (Baxter, 2021; Borysova et al., 2022; Costa et al., 2022; Golfopoulou et al., 2022).

First and foremost, it depends on the willingness of stakeholders to prioritize training, capacity building and education (Fraguas & Lerena, 2024). The key lies in the commitment of each stakeholder and the development of well-structured sustainable strategies. One effective approach is tiered savings, where companies allocate a portion of additional revenue, especially during peak seasons, to funds dedicated to sustainable initiatives. In Latin America, regulations such as the one implemented in Cancun, Mexico, where tourists are charged a per-night fee specifically for environmental sanitation (REPORTUR, 2021). This approach is complemented by a range of initiatives, including the use of clean energy, support for local markets, the phasing out of plastics, the use of innovative technologies, a preference for recycled products, and training and development programs for local communities. The synergy between these individual and collective actions contributes significantly to reducing the carbon footprint of the tourism sector.

Table 2: Barriers and recommendations for the implementation of the Circular Economy in tourism

Actor	Main barriers	Specific recommendations	References
Government policy makers	Regulatory challenges	Define a regulatory framework that establishes direct fiscal incentives to promote voluntary measures in tourism companies that implement clean and circular technologies	(Chenavaz & Dimitrov, 2024)
	Policy challenges with a community approach	Community integration in government sustainable tourism programs requires CE training; their decisive participation, not only consultative. By valuing traditional knowledge and initiatives such as "Green Jobs", communities can develop specialized services and sustainable productive projects, generating tangible benefits while preserving their cultural heritage and traditions.	(Yanes et al., 2019)
	Cultural resistance	Establish a strategic plan that integrates different guilds of the sector (hotels, guides, communities, universities, among others), through training programs that develop technical skills and environmental awareness, transforming entrenched paradigms towards sustainable consumption models based on CE principles.	(Chaher et al., 2025)
	Regional inequality in technical capabilities	Promote regulations that require measuring circularity indicators (efficient use of resources, investment in renewables, social participation, among others) and establish continuous feedback mechanisms to evaluate, adjust and demonstrate the effectiveness of sustainable transition strategies.	(Arias et al., 2023)
Tourism companies Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)	High upfront costs	The adoption of progressive savings models that channel percentages of seasonal income to sustainable projects, creating an institutional infrastructure that facilitates guest awareness through strategic signage, encouraging their voluntary participation in practices such as towel reuse, water conservation, food waste.	(Fernández-Xicotencatl et al., 2023; Liu et al., 2025)
	Immediate financial return and technology adoption	The implementation of CE in hotel establishments through efficient technologies (IoT sensors) and 4R practices generates return on investment by optimizing water and energy resources, reducing operating costs through rechargeable systems, minimizing food waste and recycling wastewater for multiple uses.	(Pomianowski et al., 2020; Strippoli et al., 2024)
	Limited access to certifications	The adoption of environmental certifications in lodging establishments provides multidimensional benefits: it optimizes energy and water consumption, improves waste management, strengthens brand positioning and generates competitive advantages, simultaneously facilitating access to responsible markets and compliance with emerging regulatory standards.	(Dias et al., 2024; Velaoras et al., 2025)
	Low participation in financial efforts and training	Strengthen training as a link between local actors and the private sector, where it stimulates, through subsidies and financial incentives, the adoption of circular practices, especially in MSMEs, promoting continuity through technical support and consultancy.	(Garrido-Prada et al., 2021)
Local communities	Restricted participation in tourism governance	Promote capacity building programs with local communities, in Nicaragua supported micro-enterprises in supply chains with small grants, business training and reorientation of local businesses to respond to real tourism demand in protected areas..	(Yu-Fai Leung et al., 2019)

In the current context of sustainable tourism, CE presents itself as a promising solution, although its implementation faces complex challenges. This model is characterized by a regenerative and interconnected system that seeks to reinvent the way we use and reuse resources, helping to transform the tourism industry towards more sustainable and efficient practices (MacArthur, 2013). This approach requires concrete changes to reduce carbon footprints, optimize energy, manage water efficiently, and

reduce food waste (Rodríguez et al., 2020). The majority of CE model initiatives are concentrated in developed countries and are based on the use of technology. For example, studies show that a Domestic Wastewater Heat Recovery (DWHR) system in hotels significantly reduces energy and water consumption, achieving efficient configurations of up to 27.3% and 24.0%, with a payback period of 5 years and significant savings in CO₂ emissions (Pomianowski et al., 2020; Sayegh et al., 2021). Another recent study in hotels in the Nordic countries supports the feasibility of transcritical CO₂ heat pump systems, showing a 60% reduction in energy consumption compared to conventional methods. Reddy et al. (2024), found savings of up to 1.8 GWh/year and 600 MWh/year (Smitt et al., 2021). Extending this potential to hotels in India, a developing country, this system is presented as a clean and energy efficient alternative with a payback period of less than two years.

Some of the technical barriers to EC uptake include the lack of availability of resource efficient technologies such as water and energy, thereby reducing carbon footprint, and the lack of technical support and training to raise awareness and provide information on the economic, fiscal and especially environmental benefits (Rizos et al., 2015). Similarly, according to Kirchherr et al. (2018), the main obstacles include: i) cultural barriers, where resistance to change and lack of environmental awareness among customers and organizations slow down the adoption of circular practices; ii) market barriers, where the high upfront costs of investing in circular technologies are a major challenge, especially for small and medium-sized tourism enterprises; iii) regulatory challenges, where there are gaps and a lack of encouragement to adopt a CE model; and iv) technological limitations, where it is difficult to access high quality products made from recycled materials. These barriers indicate that a transition to circular tourism requires cross-sectoral cooperation of all stakeholders under a regulatory policy framework aligned with CE principles.

Table 2 below summarizes the main barriers faced by some stakeholders in the tourism sector when implementing CE practices and offers specific recommendations based on scientific evidence to overcome them. These proposals seek to facilitate the adoption of circular models through differentiated strategies for policy makers, tourism businesses and local communities, taking into account their particular contexts and capacities.

4. Conclusions

The tourism industry is under increasing pressure to adopt sustainable practices due to its significant environmental impacts. The transition to a circular economy model is essential to mitigate these impacts and ensure the long-term viability of the sector.

This research offers a significant contribution to the understanding of the EC in the tourism sector through a systematic comparative analysis between developed and emerging countries. Geographical mapping of consumption patterns reveals important structural divergences: emerging countries have higher carbon footprints (8.0 kWh vs. 6.4 kWh), water consumption (182.6 L/m² vs. 123.2 L/m²) and higher energy intensity (21.2 kWh vs. 19.1 kWh). These divergences reflect not only differences in technological infrastructure, but also in strict regulatory frameworks, strategic plans to reduce the impacts associated with the excessive use of natural resources and the need to reduce the use of natural resources in energy production. There is a notable disparity in circular economy research, with a predominant focus on developed countries. This inequality limits the understanding of how to implement circular practices in the context of emerging countries, where tourism is booming and can benefit from these strategies, not only for economic, but also socio-cultural and environmental benefits. In addition, the need for effective policies is identified, underlining the importance of a sound regulatory framework to support the implementation of the circular economy in tourism. Policies should encourage collaboration among different stakeholders in the sector and provide incentives for the adoption of sustainable practices. Innovation and technology are also crucial, as the integration of emerging technologies can facilitate the transition to the circular economy, optimizing the use of resources, improving waste management and monitoring the environmental impact of tourism activities and improving business indicators. Finally, this study identifies key areas for future research, especially in the context of emerging countries. It points to the need for further research on waste management practices, further development of specific indicators of tourism circularity and longitudinal evaluation of the impact of differentiated strategies according to economic context, as well as the role of education and awareness in the adoption of CE.

References

- Ally, B., Abdulkadir, A., Remmen, A., Hirsbak, S., Mwevura, H., Furu, P., & Salukele, F. (2024). Food Waste Management at Selected Tourist Hotels in Zanzibar: Current Practices and Challenges in Creating a Circular Economy in the Hospitality Sector. *Sustainability (Switzerland)*, *16*(24). <https://doi.org/10.3390/su162410850>
- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & Dief, M. M. El. (2020). A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(22), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
- Alonso-Almeida, M. del M., Fernández Robin, C., Celemín Pedroche, M. S., & Astorga, P. S. (2017). Revisiting green practices in the hotel industry: A comparison between mature and emerging destinations. *Journal of Cleaner Production*, *140*, 1415–1428. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2016.10.010>
- Arias, A., Feijoo, G., & Moreira, M. T. (2023). Advancing the European energy transition based on environmental, economic and social justice. *Sustainable Production and Consumption*, *43*(October), 77–93. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2023.10.013>
- Baxter, G. (2021). Achieving carbon neutral airport operations by 2025: The case of Sydney Airport, Australia. *Transport and Telecommunication*, *22*(1), 1–14. <https://doi.org/10.2478/TTJ-2021-0001>
- Bocken, N. M. P., de Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, *33*(5), 308–320. <https://doi.org/10.1080/21681015.2016.1172124>
- Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Duffy, L. N. (2019). A pedagogical framework for the development of the critical tourism citizen. *Journal of Sustainable Tourism*, *27*(7), 865–881. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1615928>
- Borysova, O., Gryniuk, O., Mykhailenko, T., Shparaha, T., & Hryniuk, T. (2022). Global Trends in Tourism and Imperatives of the Circular Economy in the Context of Sustainable Environmental Development of States. In *Review of Economics and Finance* (Vol. 20).
- Breuer, H., Fichter, K., Lüdeke-Freund, F., Tiemann, I., & Breuer, H. (2018). Sustainability-oriented business model development: principles, criteria and tools. In *Int. J. Entrepreneurial Venturing* (Vol. 10, Issue 2).
- Bux, C., & Amicarelli, V. (2023). Circular economy and sustainable strategies in the hospitality industry: Current trends and empirical implications. *Tourism and Hospitality Research*, *23*(4), 624–636. <https://doi.org/10.1177/14673584221119581>
- Camilleri, M. A. (2021). Sustainable Production and Consumption of Food. Mise-en-Place Circular Economy Policies and Waste Management Practices in Tourism Cities. *Sustainability 2021, Vol. 13, Page 9986*, *13*(17), 9986. <https://doi.org/10.3390/SU13179986>
- Chadegani, A. A., Salehi, H., Yunus, M. M., Farhadi, H., Fooladi, M., Farhadi, M., Nader, & Ebrahim, A. (2013). A Comparison between Two Main Academic Literature Collections: Web of Science and Scopus Databases. *Asian Social Science*, *9*(5). <https://doi.org/10.5539/ass.v9n5p18>
- Chaher, N. E. H., Nassour, A., & Nelles, M. (2025). Cross-Mediterranean Insights: Governance in Action for Circular Economy and Sustainable Waste Management Solutions in Tunisia's Tourism. *Recycling*, *10*(1). <https://doi.org/10.3390/RECYCLING10010009>
- Chenavaz, R. Y., & Dimitrov, S. (2024). From waste to wealth: Policies to promote the circular economy. *Journal of Cleaner Production*, *443*, 141086. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2024.141086>
- Circle Economy Foundation. (2019). *The Circularity Gap Reports 2024*. Circularity Gap Reports. <https://www.circularity-gap.world/2024>
- Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the E. E. and S. C. and the C. of the R. A. D. A. for E.-E. monitor. (n.d.). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions A Digital Agenda for Europe - EU monitor*. Retrieved April 14, 2025, from <https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j9vvik7m1c3gyxp/vifkx9s2j0zr>
- Costa, B., Rodrigues, S., Silva, C., & Pacheco Moreno, M. del P. (2022). Circular Economy in the Portuguese hotel industry – an Empirical Overview. *International Conference on Tourism Research*, *15*(1), 65–73. <https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.180>
- Czekala, W., Drozdowski, J., & Łabiak, P. (2023). Modern Technologies for Waste Management: A Review. *Applied Sciences*, *13*(15), 8847. <https://doi.org/10.3390/app13158847>

- De Marchi, D., Becarelli, R., & Sarli, L. Di. (2022). Tourism Sustainability Index: Measuring Tourism Sustainability Based on the ETIS Toolkit, by Exploring Tourist Satisfaction via Sentiment Analysis. *Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 8049, 14(13), 8049. <https://doi.org/10.3390/SU14138049>
- Denu, M. K., Bentley, Y., & Duan, Y. (2023). Social sustainability performance: Developing and validating measures in the context of emerging African economies. *Journal of Cleaner Production*, 412, 137391. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137391>
- Dias, F., Lavaredas, A. M., & Esteves, P. (2024). What Is the Value of an Environmental Certification Label in Tourism Industry? Is It Worth the Effort? *Sustainability (Switzerland)*, 16(19). <https://doi.org/10.3390/su16198587>
- Eddyono, F., Darusman, D., Sumarwan, U., & Sunarminto, F. (2021). Optimization model: the innovation and future of e-ecotourism for sustainability. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2021-0067>
- Fernández-Xicotencatl, R. I., Loría-Mayén, J. J., Medina-Mata, I., & Makita-Balcorta, T. G. (2023). Desperdicio de alimentos desde la perspectiva de los colaboradores del sector hotelero en Cancún, Quintana Roo. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*. <https://doi.org/10.24836/ES.V33I62.1384>
- Forastero, Á. G. (2023). Resources, conservation & recycling advances circular economy in Andalusia: A review of public and non-governmental initiatives. *Resources, Conservation & Recycling Advances*, 17, 200133. <https://doi.org/10.1016/J.RCRADV.2023.200133>
- Fraguas, J. B., & Lerena, E. G. (2024). La Agenda 2030 en la Organización Mundial del Turismo: comunicando sostenibilidad. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(2), 265–274. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.018>
- Gabor, M. R., Panait, M., Bacoş, I. B., Naghi, L. E., & Oltean, F. D. (2023). Circular tourism economy in European union between competitiveness, risk and sustainability. *Environmental Technology and Innovation*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.eti.2023.103407>
- Galli, A., Đurović, G., Hanscom, L., & Knežević, J. (2018). Think globally, act locally: Implementing the sustainable development goals in Montenegro. *Environmental Science & Policy*, 84, 159–169. <https://doi.org/10.1016/J.ENVSCI.2018.03.012>
- Gazta, K. (2018). ENVIRONMENTAL IMPACT OF TOURISM Kajal Gazta. *AGU International Journal of Professional Studies & Research*, 6(6), 7–17. <http://www.aguijpsr.com>
- Ghosh, S., Balsalobre-Lorente, D., Doğan, B., Paiano, A., & Talbi, B. (2022). Modelling an empirical framework of the implications of tourism and economic complexity on environmental sustainability in G7 economies. *Journal of Cleaner Production*, 376, 134281. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134281>
- Goffi, G., Cucculelli, M., & Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 209, 101–115. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2018.10.208>
- Golfiopoulos, S. A. ; K. ; Koumparou, D. ; Alexakis, D. E., Kakoulas, D. A., Golfiopoulos, S. K., Koumparou, D., & Alexakis, D. E. (2022). The Effectiveness of Rainwater Harvesting Infrastructure in a Mediterranean Island. *Water* 2022, Vol. 14, Page 716, 14(5), 716. <https://doi.org/10.3390/W14050716>
- Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J. P., Dubois, G., Patterson, T., & Richardson, R. B. (2005). The eco-efficiency of tourism. *Ecological Economics*, 54(4), 417–434. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.10.006>
- Greenview Hospitality Pte Ltd. (2023). *Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index – Greenview*. <https://greenview.sg/services/chsb-index/>
- Guo, Y., Zhao, L., & Zhang, C. (2023). Energy resources, tourism development and growth-emission nexus in developing countries. *Resources Policy*, 81, 103407. <https://doi.org/10.1016/J.RESOURPOL.2023.103407>
- Halkos, G. E., & Aslanidis, P. S. C. (2023). Promoting sustainable waste management for regional economic development in European Mediterranean countries. *Euro-Mediterranean Journal for Environmental Integration*, 8(4), 767–775. <https://doi.org/10.1007/s41207-023-00405-y>
- Hosseini, K., Stefanic, A., & Hosseini, S. P. (2021). World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100616. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2021.100616>
- Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective. *Sustainability*, 12(4), 1618. <https://doi.org/10.3390/su12041618>
- Khanam, Z., Sultana, F. M., & Mushtaq, F. (2023). Environmental Pollution Control Measures and Strategies: An Overview of Recent Developments. *Geospatial Analytics for Environmental Pollution Modeling*, 385–414. https://doi.org/10.1007/978-3-031-45300-7_15

- Kirchherr, J., Piscicelli, L., Bour, R., Kostense-Smit, E., Muller, J., Huibrechtse-Truijens, A., & Hekkert, M. (2018). Barriers to the Circular Economy: Evidence From the European Union (EU). *Ecological Economics*, 150, 264–272. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLECON.2018.04.028>
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>
- Kuo, F.-I., Fang, W.-T., & LePage, B. A. (2022). Proactive environmental strategies in the hotel industry: eco-innovation, green competitive advantage, and green core competence. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1240–1261. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931254>
- Kurniawan, T. A., Maiurova, A., Kustikova, M., Bykovskaia, E., Othman, M. H. D., & Goh, H. H. (2022). Accelerating sustainability transition in St. Petersburg (Russia) through digitalization-based circular economy in waste recycling industry: A strategy to promote carbon neutrality in era of Industry 4.0. *Journal of Cleaner Production*, 363, 132452. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2022.132452>
- Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Liu, Z., Lan, J., Chien, F., Sadiq, M., & Nawaz, M. A. (2022). Role of tourism development in environmental degradation: A step towards emission reduction. *Journal of Environmental Management*, 303, 114078. <https://doi.org/10.1016/J.JENVMAN.2021.114078>
- Li, Y., & Hunter, C. (2015). Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 248–262. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-08-2014-0027>
- Lüdeke-Freund, F., & Dembek, K. (2017). Sustainable business model research and practice: Emerging field or passing fancy? *Journal of Cleaner Production*, 168, 1668–1678. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.093>
- MacArthur, E. (2013). *Founding Partners of the TOWARDS THE CIRCULAR ECONOMY Economic and business rationale for an accelerated transition*.
- Manzanares Garmendia, G. (2020). Desarrollo sostenible y políticas públicas: enfoque de la ONU y ecología política. *Revista Ciencia Jurídica y Política*, 6(12), 73–87. <https://doi.org/10.5377/rcijupo.v6i12.11174>
- Mauss, N.-A., Bühner, D., & Fottner, J. (2023). Applicability and Limitations of Change Management for Circular Economy in Manufacturing Companies. *Procedia Computer Science*, 217, 998–1007. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.298>
- Miller, G., & Torres-Delgado, A. (2023). Measuring sustainable tourism: a state of the art review of sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1483–1496. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2213859>
- Nascimento, D. L. M., Alencastro, V., Quelhas, O. L. G., Caiado, R. G. G., Garza-Reyes, J. A., Lona, L. R., & Tortorella, G. (2019). Exploring Industry 4.0 technologies to enable circular economy practices in a manufacturing context: A business model proposal. In *Journal of Manufacturing Technology Management* (Vol. 30, Issue 3, pp. 607–627). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JMTM-03-2018-0071>
- Obersteiner, G., Gollnow, S., & Eriksson, M. (2021). Carbon footprint reduction potential of waste management strategies in tourism. *Environmental Development*, 39, 100617. <https://doi.org/10.1016/J.ENVDEV.2021.100617>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte – Modelización de resultados*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284421992>
- Pamfilie, R., Firoiu, D., Croitoru, A.-G., & Ionescu, G. H. I. (2018). Circular Economy – A New Direction for the Sustainability of the Hotel Industry in Romania. *Www.Amfiteatrueconomic.Ro*, 20(48), 388. <https://doi.org/10.24818/EA/2018/48/388>
- Pan, S.-Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S.-L., & Chiang, P.-C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of The Total Environment*, 635, 452–469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>
- Peeters, P., Higham, J., Cohen, S., Eijgelaar, E., & Gössling, S. (2019). Desirable tourism transport futures. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(2), 173–188. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1477785>
- Pomianowski, M. Z., Johra, H., Marszal-Pomianowska, A., & Zhang, C. (2020). Sustainable and energy-efficient domestic hot water systems: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 128, 109900. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2020.109900>

- Pongsakornrungsilp, P., & Pongsakornrungsilp, S. (2023). Mindful tourism: nothing left behind—creating a circular economy society for the tourism industry of Krabi, Thailand. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 366–380. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2021-0001>
- Ranta, V., Aarikka-Stenroos, L., & Mäkinen, S. J. (2018). Creating value in the circular economy: A structured multiple-case analysis of business models. *Journal of Cleaner Production*, 201, 988–1000. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2018.08.072>
- REPORTUR. (2021). *Cancún exigirá nuevo impuesto a turistas al finalizar su estancia | Noticias de turismo*. <https://www.reportur.com/mexico/2021/03/22/abril-entra-vigor-visitax-impuesto-turistas-quintana-roo/>
- Ricaurte, E., & Jagarajan, R. (2021). *Hotel Sustainability Benchmarking Index 2021: Carbon, Energy, and Water*. <https://hdl.handle.net/1813/109990>
- Rizos, V., Behrens, A., Kafyeke, T., Hirschnitz-Garbers, M., Ioannou, A., & Centre for European Policy Studies (Brussels, B. (2015). *The circular economy: barriers and opportunities for SMEs*.
- Rodríguez, C., Florido, C., & Jacob, M. (2020). Circular Economy Contributions to the Tourism Sector: A Critical Literature Review. *Sustainability 2020, Vol. 12, Page 4338, 12(11)*, 4338. <https://doi.org/10.3390/SU12114338>
- Rosato, P. F., Caputo, A., Valente, D., & Pizzi, S. (2021). 2030 Agenda and sustainable business models in tourism: A bibliometric analysis. *Ecological Indicators*, 121, 106978. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLIND.2020.106978>
- Sakai, S. ichi, Yano, J., Hirai, Y., Asari, M., Yanagawa, R., Matsuda, T., Yoshida, H., Yamada, T., Kajiwar, N., Suzuki, G., Kunisue, T., Takahashi, S., Tomoda, K., Wuttke, J., Mähltitz, P., Rotter, V. S., Grosso, M., Astrup, T. F., Cleary, J., ... Moore, S. (2017). Waste prevention for sustainable resource and waste management. In *Journal of Material Cycles and Waste Management* (Vol. 19, Issue 4, pp. 1295–1313). Springer Tokyo. <https://doi.org/10.1007/s10163-017-0586-4>
- Santana, M. V. E., Cornejo, P. K., Rodríguez-Roda, I., Buttiglieri, G., & Corominas, L. (2019). Holistic life cycle assessment of water reuse in a tourist-based community. *Journal of Cleaner Production*, 233, 743–752. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2019.05.290>
- Sayegh, M. A., Ludwi ska, A., Rajski, K., & Dudkiewicz, E. (2021). Environmental and energy saving potential from greywater in hotels. *Science of The Total Environment*, 761, 143220. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.143220>
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Currency. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ST_FDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=The+Fourth+Industrial+Revolution&ots=DVgDaOtxZJ&sig=BO3rZarAXUUp47m3g1AmKh4yv6Q&redir_esc=y#v=onepage&q=The%20Fourth%20Industrial%20Revolution&f=false
- Seyyedi, S. R., Kowsari, E., Gheibi, M., Chinnappan, A., & Ramakrishna, S. (2024). A comprehensive review integration of digitalization and circular economy in waste management by adopting artificial intelligence approaches: Towards a simulation model. *Journal of Cleaner Production*, 460, 142584. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2024.142584>
- Shang, Y., Bi, C., Wei, X., Jiang, D., Taghizadeh-Hesary, F., & Rasoulinezhad, E. (2023). Eco-tourism, climate change, and environmental policies: empirical evidence from developing economies. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 275. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01777-w>
- Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1589–1599. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.021>
- Singh, A., & Das, R. (2025). Women's participation in cultural preservation and commercialization of rural tourism: A study on West Bengal. In *Navigating Mass Tourism to Island Destinations: Preservation and Cultural Heritage Challenges* (pp. 313–339). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9107-5.ch012>
- Strippoli, R., Gallucci, T., & Ingraio, C. (2024). Circular economy and sustainable development in the tourism sector – An overview of the truly-effective strategies and related benefits. *Heliyon*, 10(17), e36801. <https://doi.org/10.1016/J.HELİYON.2024.E36801/ASSET/6C2BAE48-3CA7-4969-86AE-BCD2D00C7BDE/MAIN.ASSETS/FX3.JPG>
- Soto-Paz, J., Arroyo, O., Torres-Guevara, L. E., Parra-Orobio, B. A., & Casallas-Ojeda, M. (2023). The circular economy in the construction and demolition waste management: A comparative analysis in emerging and developed countries. *Journal of Building Engineering*, 78, 107724. <https://doi.org/10.1016/J.JOBE.2023.107724>

- Soto-Paz, J., Oviedo-Ocaña, R., Torres-Lozada, P., Marmolejo-Rebellón, L. F., & Manyoma-Velásquez, P. C. (2017). Compostaje de biorresiduos: Tendencias de investigación y pertinencia en países en desarrollo. *DYNA*, 84(203), 334–342. <https://doi.org/10.15446/dyna.v84n203.61549>
- Sun, X., Qing, J., Shah, S. A. A., & Solangi, Y. A. (2023). Exploring the Complex Nexus between Sustainable Development and Green Tourism through Advanced GMM Analysis. *Sustainability*, 15(14), 10782. <https://doi.org/10.3390/su151410782>
- Velaoras, K., Menegaki, A. N., Polyzos, S., & Gotzamani, K. (2025). The Role of Environmental Certification in the Hospitality Industry: Assessing Sustainability, Consumer Preferences, and the Economic Impact. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 17, Issue 2). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/su17020650>
- Wang, C.-M., & Wu, T.-P. (2022). Does tourism promote or reduce environmental pollution? Evidence from major tourist arrival countries. *Environment, Development and Sustainability*, 24(3), 3334–3355. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01568-w>
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024 | Foro Económico Mundial*. <https://es.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/digest/>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2024, April 4). *Travel & Tourism set to Break All Records in 2024, reveals WTTC*. <https://wttc.org/news-article/travel-and-tourism-set-to-break-all-records-in-2024-reveals-wttc>
- Xu, A., Wang, C., Tang, D., & Ye, W. (2022). Tourism circular economy: Identification and measurement of tourism industry ecologization. *Ecological Indicators*, 144, 109476. <https://doi.org/10.1016/J.ECOLIND.2022.109476>
- Yanes, A., Zielinski, S., Cano, M. D., & Kim, S. Il. (2019). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation. *Sustainability 2019*, Vol. 11, Page 2506, 11(9), 2506. <https://doi.org/10.3390/SU11092506>

Recibido: 20/08/2024
Reenviado: 04/05/2025
Aceptado: 05/05/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

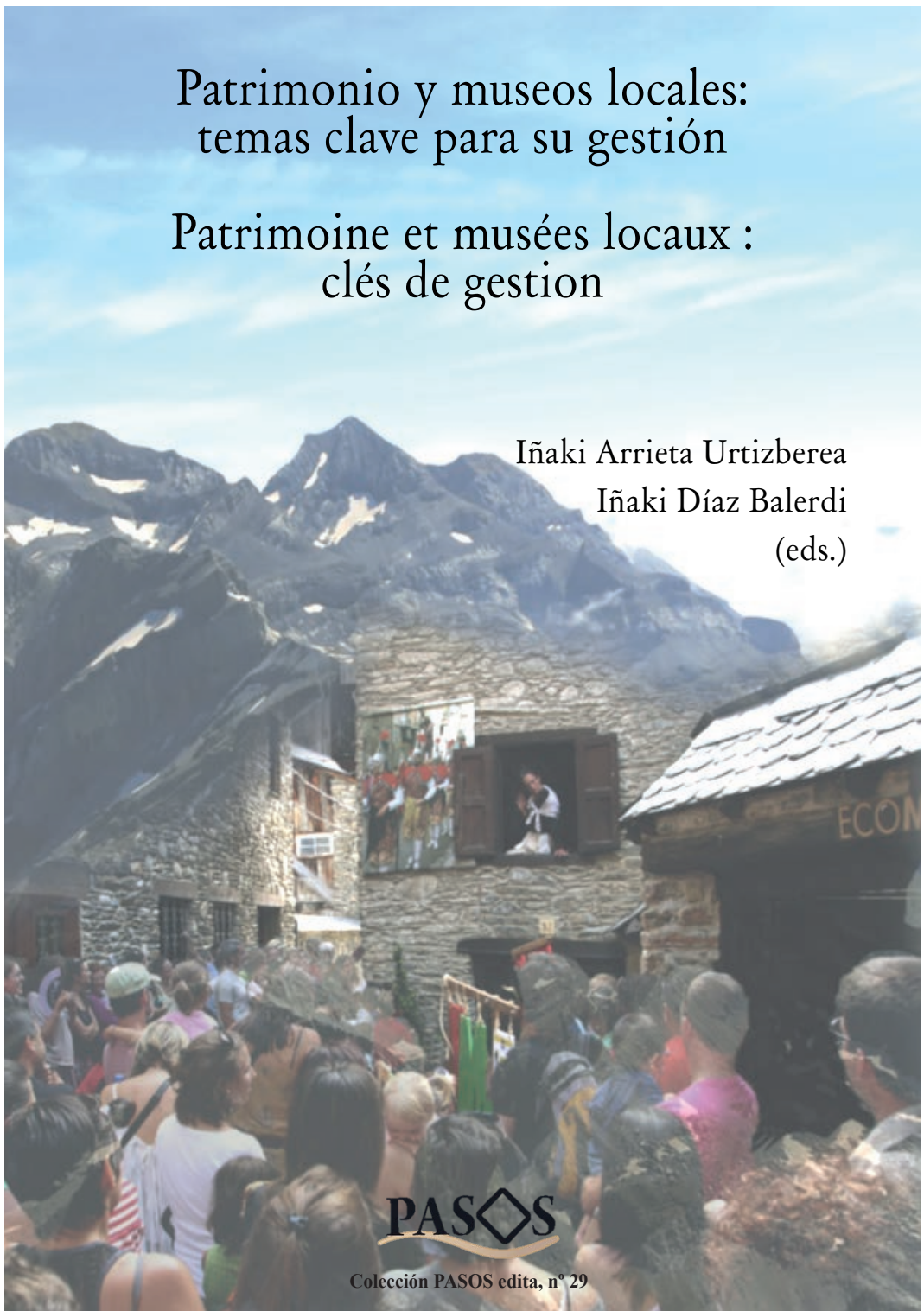
Patrimonio y museos locales:
temas clave para su gestión

Patrimoine et musées locaux :
clés de gestion

Iñaki Arrieta Urtizberea
Iñaki Díaz Balerdi
(eds.)

PASOS

Colección PASOS edita, n° 29



Evolución y competitividad de las variables empresariales del turismo sostenible en Colombia

Humberto Lozano Vargas*

Universidad Industrial de Santander (Colombia)

Eddy Johanna Fajardo Ortiz**

Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia)

Héctor Luis Romero Valbuena***

Universidad Industrial de Santander (Colombia)

Resumen: El turismo sostenible ha emergido como una iniciativa clave que promueve el uso eficiente de los recursos en la actividad turística. Esta investigación tiene como objetivo analizar la evolución de las variables empresariales asociadas al turismo sostenible en Colombia. Los datos utilizados provienen del índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), para el periodo 2017-2023. Para seleccionar las variables más relevantes, se realizó un juicio de expertos, y posteriormente se aplicó la técnica STATIS para su análisis. Los resultados indican que los departamentos de Colombia experimentaron un retroceso generalizado en estas variables, y se agrupan en dos categorías: una en la que la actividad turística tiene mayor relevancia y otra en la que su impacto es menor. Finalmente, se observa que los convenios de cooperación, los prestadores de servicios turísticos certificados en sostenibilidad, las habitaciones vinculadas a cadenas hoteleras internacionales y los prestadores certificados en calidad turística, han mostrado mejoras durante el periodo analizado.

Palabras clave: Competitividad; Turismo; Colombia; sostenibilidad; Desarrollo sostenible.

Evolution and competitiveness of sustainable tourism business variables in Colombia

Abstract: Sustainable tourism has become as a key initiative that promotes the efficient use of resources in tourism activities. This research aims to analyse the evolution of business variables associated with sustainable tourism in Colombia. The data used comes from the Regional Tourism Competitiveness Index of Colombia (ICTRC) for the period 2017-2023. To select the most relevant variables, an expert judgement was conducted, and the STATIS technique was subsequently applied for analysis. The results indicate that the departments of Colombia experienced a generalised setback in these variables that can be grouped into two categories: one where tourism activities are considered to be of significance and another in where their impact is of lesser importance. Finally, it is observed that cooperation agreements, tourism service suppliers certified in quality and/or sustainability and rooms linked to international hotel chains and suppliers have shown improvements during the period under analysis.

Keywords: Competitiveness; Tourism; Colombia; Sustainability; Sustainable development.

<https://orcid.org/0000-0003-0762-8864>; E-mail: humberto.lozano@correo.uis.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-4635-8003>; E-mail: efajardo@unab.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-3169-4060>; E-mail: hvalbuen@uis.edu.co

Cite: Lozano Vargas, H.; Fajardo Ortiz, E. J. & Romero Valbuena, H. L. (2026). Evolución y competitividad de las variables empresariales del turismo sostenible en Colombia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 413-425. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.027>.

1. Introducción

Los eventos ocurridos en los últimos años han generado incertidumbre en los mercados mundiales, especialmente en aquellas economías que dependen en gran medida de los ingresos derivados del sector turismo. La pandemia del Covid-19, los efectos generados por el proceso inflacionario, el cambio climático y las guerras iniciadas en Europa y el Medio Oriente, han creado un escenario en el que las empresas turísticas enfrentan más dudas que certezas. Por lo tanto, las firmas deben orientar sus actividades hacia la sostenibilidad ambiental, económica y social.

Según el World Economic Forum (2024) se espera que para 2025 la situación económica global se mantenga igual que en años anteriores, sin embargo, existe un escenario de optimismo cauteloso para muchos países, debido al alivio gradual de la inflación, el crecimiento económico global moderado y la volatilidad política. No obstante, el descenso de la inflación y una postura monetaria menos restrictiva podría impulsar ligeramente la actividad económica mundial (Naciones Unidas, 2025). Así, se espera que, en el corto plazo, la incertidumbre continúe siendo un factor predominante en la economía global, lo cual repercutirá en la calidad de vida de las comunidades y sectores más desfavorecidos.

En el caso de los países de América Latina y el Caribe, se proyecta que en el 2025 la región siga con una baja capacidad para crecer económicamente, caracterizándose con economías que dependen del consumo privado, y con sectores clave como la industria, los servicios y la sostenibilidad para dinamizar la productividad (CEPAL, 2024). Además, estas naciones se encuentran cerca de alcanzar sus metas de inflación, lo que debería llevar a una reducción en las tasas de intervención y en el coste financiero para hogares y empresas (Banco Mundial, 2024). En consecuencia, se espera, a mediano plazo, una estabilización de los precios y un mayor dinamismo de los sectores económicos que fueron afectados por el proceso inflacionario postpandemia.

En el caso de Colombia, tras del rebote económico posterior a la pandemia del Covid 19, la actividad económica empresarial se ha desacelerado. La falta de inversión, una inflación que sigue siendo alta y una tasa de informalidad alrededor del 56%, evidencian un panorama complejo para el crecimiento económico a corto y mediano plazo (OECD, 2024). Sin embargo, se espera que para el 2025 el crecimiento económico sea cercano al 2.9% y que la tasa de inflación se establezca alrededor del 3% (Banco de la República, 2024). Así, las perspectivas del entorno económico colombiano sugieren desafíos significativos para lograr un crecimiento económico sostenible en el mediano plazo.

Sin embargo, dentro de la agenda de desarrollo del siglo XXI, el crecimiento económico debe estar enfocado en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las metas medioambientales acordadas internacionalmente. Por lo tanto, las empresas deben orientarse hacia la sostenibilidad, buscando cumplir con las metas económicas, sociales y ambientales acordadas en la Agenda 2030 (Mayorga, 2022). En este sentido, es fundamental observar la dinámica empresarial desde la perspectiva del desarrollo sostenible, en la que las firmas tienen la responsabilidad de contribuir al cumplimiento de estos objetivos.

Por lo anterior, la presente investigación tiene por objetivo analizar las variables empresariales relacionadas con el turismo sostenible en Colombia. Para cumplir tal propósito, el presente documento se estructura de la siguiente manera: la presente introducción, el marco teórico que en el cual se basa la investigación, algunos estudios previos relacionados, la metodología aplicada, las conclusiones de la investigación y las referencias utilizadas, que provienen de fuentes académicas de alta calidad, como Scopus y Web of Science.

2. Aspectos teóricos

El turismo sostenible es una actividad que puede contribuir al desarrollo económico, mediante la generación de ingresos, al tiempo que favorece la preservación del medio ambiente (Barros, 2021). Esta iniciativa surge como una necesidad para fomentar la sostenibilidad de la actividad turística, promoviendo la conservación del entorno natural y sociocultural de las comunidades receptoras (Vargas y García, 2022). Por consiguiente, este tipo de turismo permite el crecimiento económico derivado de la actividad turística, sin las consecuencias devastadoras del turismo de masas sobre el medio ambiente y la sociedad.

Además, este concepto ha ganado relevancia dentro de los estudiosos del turismo, ya que el turismo tradicional no está diseñado para conservar el medio ambiente, beneficiar a las comunidades locales ni preservar los recursos a largo plazo (Echeverri y Vieira, 2022). Además, los procesos de globalización

y libre mercado han provocado que el sector turístico se enfoque principalmente en la generación de experiencias cuantificables en términos monetarios (Silva et al., 2021). Por lo cual, el turismo del siglo XX estuvo orientado principalmente hacia la satisfacción de la demanda y la oferta de experiencias insostenibles en el tiempo.

En este contexto, la competitividad empresarial se centró en la minimización de costos y en la maximización de beneficios. Además, existe un consenso académico sobre el hecho de que la competitividad de las empresas está influenciada por factores internos y externos que afectan a las organizaciones (Leyva et al., 2018). Los factores internos son aquellos que se desarrollan dentro de las empresas, mientras que los factores externos representan el entorno empresarial en el que las firmas operan (Soria y Ruano, 2022). En otras palabras, para que una empresa sea competitiva, debe estar al tanto de las dinámicas del mercado y contar con un equipo de trabajo capaz de adaptarse a cualquier contingencia.

Finalmente, la sostenibilidad empresarial busca un equilibrio entre los beneficios económicos y las demandas sociales y ambientales que las sociedades contemporáneas exigen de las empresas: un mínimo impacto ambiental, competitividad y viabilidad (Guerrero et al., 2024). Esto se debe a que la crisis ambiental actual obliga a las organizaciones ser más conscientes del uso de sus recursos e integrar principios de sostenibilidad en sus procesos productivos (Cabal et al., 2024). En consecuencia, las firmas del siglo XXI deben ir más allá de la rentabilidad medida en los balances contables, buscando también un impacto positivo en el uso sostenible de los recursos, siendo económicamente rentables y generando bienestar para los diferentes grupos de interés.

3. Estudios previos relacionados

En la literatura científica existen investigaciones cuyo objetivo es evaluar diversas consideraciones de la competitividad empresarial mediante técnicas de análisis multivariante. En este sentido, Guo y Lu (2023) miden la competitividad de las empresas internacionales de construcción de China utilizando el Análisis de Componentes Principales (ACP). Los resultados de la investigación permiten concluir que la rentabilidad y la solvencia son factores clave para explicar la competitividad de las empresas ubicadas en este sector. De manera similar, Stehel et al. (2021), utilizando la misma técnica junto con redes neuronales, evaluaron el rendimiento empresarial de las pequeñas y medianas empresas de República Checa. La investigación concluye que el resultado económico, el pago de impuestos y el resultado operativo, se encuentran correlacionados entre sí.

En Brasil, Schrippe y Duarte (2019), utilizando la misma técnica, evaluaron la sostenibilidad corporativa de las empresas listadas en la Bolsa de Valores de Brasil. La investigación concluye que la dimensión social relacionada con la sostenibilidad corporativa es gestionada de forma ineficiente por las empresas objeto de estudio. Por otro lado, Charalampakis et al. (2024), empleando datos panel y ACP, evaluaron el rendimiento de las empresas cotizadas en bolsa ubicadas en Italia y Francia para el periodo 2008-2017. Concluyendo que, las empresas que incrementan sus indicadores de apalancamiento, rendimiento de mercado e internacionalización, tienden a mejorar su rendimiento empresarial.

Generalmente las investigaciones giran en torno a los determinantes turísticos en general o sus efectos. Tal es el caso del estudio de Duran et al. (2020) cuyo objetivo fue analizar los determinantes de la actividad turística regional en Colombia por medio de la técnica STATIS. La investigación concluye que las variables sociales, económicas, de infraestructura y empresariales, son las que más injerencia tienen en la competitividad turística de los departamentos.

Mediante ecuaciones estructurales, Yang et al. (2021) evalúan los determinantes del gasto turístico y la duración del viaje de los ciudadanos taiwaneses que viajaron al extranjero por motivos turísticos. La investigación concluye que el uso del tiempo es el principal determinante al momento de decidir realizar actividades turísticas. Por su parte, Heriana et al. (2018) utilizando análisis bivariado y multivariado, tienen como objetivo analizar la relación entre el turismo y el VIH en Indonesia. La investigación concluye que el número de hoteles, las visitas a alojamientos y el promedio de huéspedes, son variables que se encuentran relacionadas con la incidencia de esta enfermedad.

En el ámbito del turismo sostenible las investigaciones suelen centrarse en el análisis de la sostenibilidad de las prácticas turísticas en función de áreas de estudio específicas. En el caso empresarial, los estudios se enfocan en la percepción de los diversos interesados sobre las prácticas sostenibles de la industria turística. Un ejemplo de ello es la investigación de Moral y Fernández (2019), cuyo objetivo fue analizar la percepción de los residentes de la provincia de Cádiz (España) sobre el turismo industrial, bajo las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Utilizando la técnica de mínimos cuadrados

parciales, la investigación concluye que los residentes perciben este tipo de turismo como una modalidad turística sostenible. En un contexto similar, Martí (2021) mediante una metodología mixta, analiza las motivaciones y limitaciones para que una empresa turística en Cataluña implemente medidas de sostenibilidad. La investigación concluye que las firmas requieren que los objetivos de sostenibilidad se alineen con los de su organización.

En Tecate (México), utilizando técnicas cualitativas de observación y encuesta, López et al. (2023) investigan el impacto de la designación de este municipio como Pueblo Mágico en el tejido empresarial, concluyendo que este hecho no tuvo mayor impacto en la actividad empresarial local. En Corea del Sur, Chung y Day (2024), mediante entrevistas semiestructuradas y el Modelo de Referencia de Operaciones de la Cadena de Suministro, analizan como los distintos interesados en la actividad turística implementan prácticas de turismo justo. La investigación concluye que los operadores turísticos están comenzando a incorporar prácticas de turismo justo en sus operaciones. Además, los empresarios aseguran que intentan interactuar económicamente con las comunidades locales, adoptando prácticas de sostenibilidad ambiental y social.

Examinando la toma de decisiones mediante la Teoría de juegos, en relación con el bienestar social y ambiental corporativo en la industria hotelera, Ferreira et al. (2024) consideran que la implementación de estas prácticas puede mejorar o empeorar el bienestar social de las comunidades afectadas, dependiendo del nivel de contaminación generado. Sin embargo, al integrar las consideraciones ambientales, las decisiones empresariales y la colaboración con los interesados, es posible crear un sector hotelero inclusivo y sostenible.

Usando técnicas de aprendizaje automático no supervisado y el uso de encuestas, Bahou et al. (2024) tuvieron como objetivo analizar los principales factores de desarrollo del e-turismo para promover el desarrollo sostenible de las empresas turísticas en la región de Ha'il, Arabia Saudita. La investigación concluye que el uso de tecnología, la competencia, los recursos humanos, factores socioculturales, el desempeño financiero y el compromiso del gobierno son factores fundamentales para lograr este objetivo parte de las firmas.

Por lo anterior, puede verse que, las investigaciones en torno al tema de investigación se abordan desde diferentes perspectivas. Por lo tanto, no existe un consenso en la literatura científica que estudie el tema del turismo sostenible desde una sola disciplina o metodología. Sin embargo, los anteriores estudios muestran que el uso de técnicas mixtas, permite una comprensión más holística del tema.

4. Metodología

La presente investigación adopta un enfoque mixto ya que combina técnicas cualitativas y cuantitativas para indagar y realizar inferencias a partir de la información recolectada (Hernández y Mendoza, 2018). Además, tiene un alcance exploratorio, dado que el fenómeno de investigación es poco estudiado (Pérez et al., 2020). Lo anterior es debido a la escasez de investigaciones que aborden el turismo sostenible y la evolución de las variables empresariales asociadas a este tema.

Los datos utilizados provienen del índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC) y corresponden al periodo de tiempo 2017-2023. A su vez, los datos corresponden a los siguientes entes territoriales: Bogotá, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Casanare, Caquetá, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca. Es de resaltar que este índice se encuentra conformado por ocho (8) criterios y 105 variables que toman valores de 0 a 10.

Dado que el ICTRC contiene información general sobre turismo, fue necesario desarrollar un juicio de expertos, el cual estaba conformado por 17 investigadores de diversa formación profesional y científica, con el fin de seleccionar aquellas variables que tienen relación con el turismo sostenible. Para ello, se elaboró un cuestionario tipo Likert con una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo), el cual fue respondido por los participantes a través de Microsoft Forms.

Según León et al. (2024) este tipo de método permite seleccionar y validar datos relevantes a partir de las experiencias y aportes de especialistas o expertos en un área específica. Así, el juicio de expertos tiene en cuenta tanto la opinión de quienes participan como su conocimiento en el área. Además, dado que no existe un número fijo de participantes, se recomienda que este panel cuente con más de 10 integrantes (Juárez y Tobón, 2018). Por lo tanto, realizar este tipo de mecanismo es relevante, ya que permite seleccionar información valiosa de un tema general, basándose en la experiencia y estudios de quienes son expertos en un área particular.

Inicialmente el criterio "empresarial" del ICTRC está conformado por once (11) variables. Sin embargo, una vez desarrollado el juicio de expertos, con un margen del 80% de aprobación, las variables que se usaran en la presente investigación se encuentran en la tabla 1.

Tabla 1: Variables empresariales del ICTRC relacionadas con el turismo sostenible.

Símbolo	Significado
EMP3	Convenios de cooperación público privado
EMP4	Ejecución de proyectos turísticos en alianza público privado
EMP5	Prestadores de servicios turísticos certificados en calidad turística
EMP6	Guías profesionales de turismo con RNT
EMP7	Habitaciones hoteleras categorizadas
EMP13	Habitaciones vinculadas a cadenas hoteleras nacionales
EMP14	Habitaciones vinculadas a cadenas hoteleras internacionales
EMP32	Prestadores de servicios turísticos certificados en sostenibilidad con sello de calidad turística

Nota: Elaboración propia.

Una vez seleccionadas las variables a utilizar, se procede a implementar el aprendizaje no supervisado de datos multibloques, en específico la técnica STATIS. Este nombre es un acrónimo de “Structuration des tableaux à trois indices de la statistique” y utiliza la descomposición de valores singulares como herramienta principal de análisis (Grijalva et al., 2024). Además, esta técnica tiene como objetivo comparar diferentes matrices, las cuales deben contener igual cantidad de filas y columnas (Pico et al., 2021). De este modo, esta técnica permite comparar en el tiempo tanto a los individuos como a las variables en torno a un tema central de investigación.

A su vez, esta técnica se compone de tres etapas: el análisis de la interestructura, el análisis del compromiso y por último, el análisis de la intraestructura (Vega et al., 2023). La primera etapa consiste en realizar una comparación general entre las tablas de datos (años), lo que permite identificar similitudes o diferencias en los años de estudio (Prieto et al., 2021). Mientras que la segunda y tercera etapa consiste en construir una matriz que compara y evalúa el comportamiento de los individuos, para luego explorar las diferencias y similitudes entre los mismos individuos y las variables estudiadas (Rodríguez et al., 2019). Además, permite conocer el comportamiento de cada uno de los individuos en el periodo de tiempo de estudio. En cuanto a las limitaciones de la técnica se encuentra que su profundidad de análisis no permite estimar modelos sobre relaciones causa efectos. Sin embargo, la aplicación de esta técnica posibilita un análisis integral y holístico del fenómeno de investigación.

5. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación correspondiente a las diferentes fases de la metodología STATIS, aplicada a las empresariales relacionadas con el turismo sostenible en Colombia para el periodo 2017-2023.

Tabla 2: Matriz de correlación vectorial (RV)

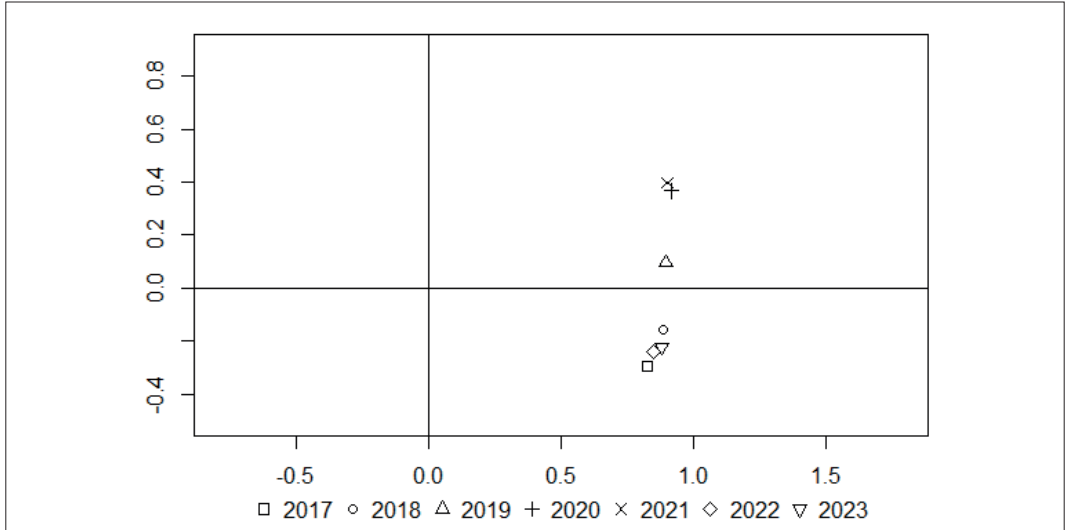
Año	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
2017	1.00	0.73	0.72	0.65	0.63	0.64	0.68
2018	0.73	1.00	0.77	0.75	0.71	0.71	0.76
2019	0.72	0.77	1.00	0.80	0.79	0.66	0.74
2020	0.65	0.75	0.80	1.00	0.96	0.70	0.71
2021	0.63	0.71	0.79	0.96	1.00	0.68	0.71
2022	0.64	0.71	0.66	0.70	0.68	1.00	0.79
2023	0.68	0.76	0.74	0.71	0.71	0.79	1.00

Nota: Elaboración propia.

La tabla 2 muestra la matriz de correlación vectorial (RV) para los siete (7) años de la investigación. Se evidencia que el mayor RV se da entre los años 2020 y 2021 con un valor de 0.96, indicando un comportamiento similar para estas variables entre estos años. Por otra parte, el menor valor de RV se

encuentra entre los años 2017-2021 (0.63), lo cual indica una mayor diferencia en el comportamiento de las variables empresariales para los departamentos de la muestra para estos años.

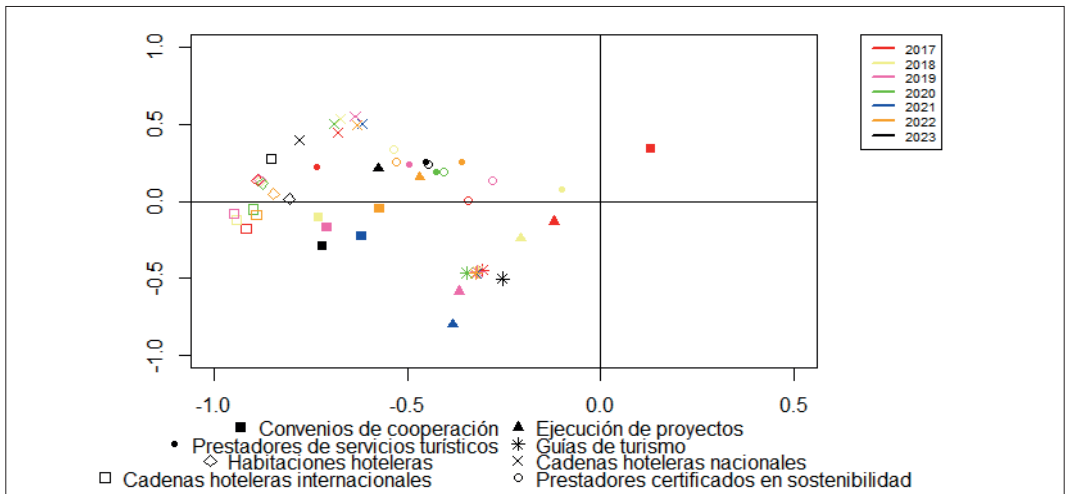
Figura 1: Plano de la inter-estructura



Nota: Elaboración propia.

En la figura 1 se presenta el plano de la inter-estructura, donde se observa que las variables empresariales asociadas al turismo sostenible mostraron mejoras en sus indicadores entre 2017 y 2021. No obstante, en el 2022 y 2023, estos indicadores experimentaron un retroceso, alcanzando niveles similares a los del inicio del periodo analizado. Este comportamiento sugiere un estancamiento en las variables de interés en los departamentos de Colombia. Así, puede decirse que, a lo largo de este periodo, no se registró un crecimiento de estas variables, especialmente en los dos últimos años, que coinciden con los efectos de la pandemia de Covid-19 sobre la actividad económica.

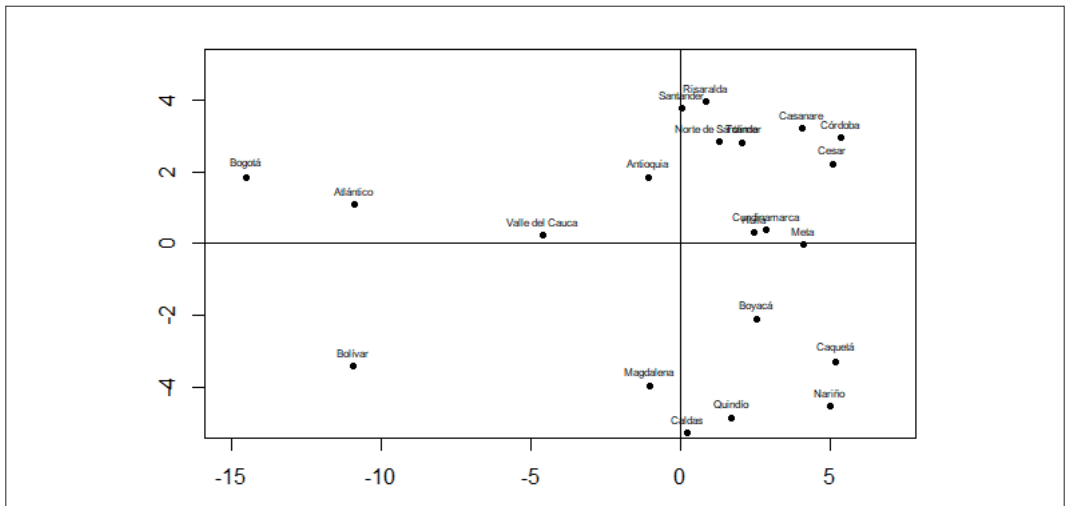
Figura 2: Correlaciones de las variables analizadas



Nota: Elaboración propia.

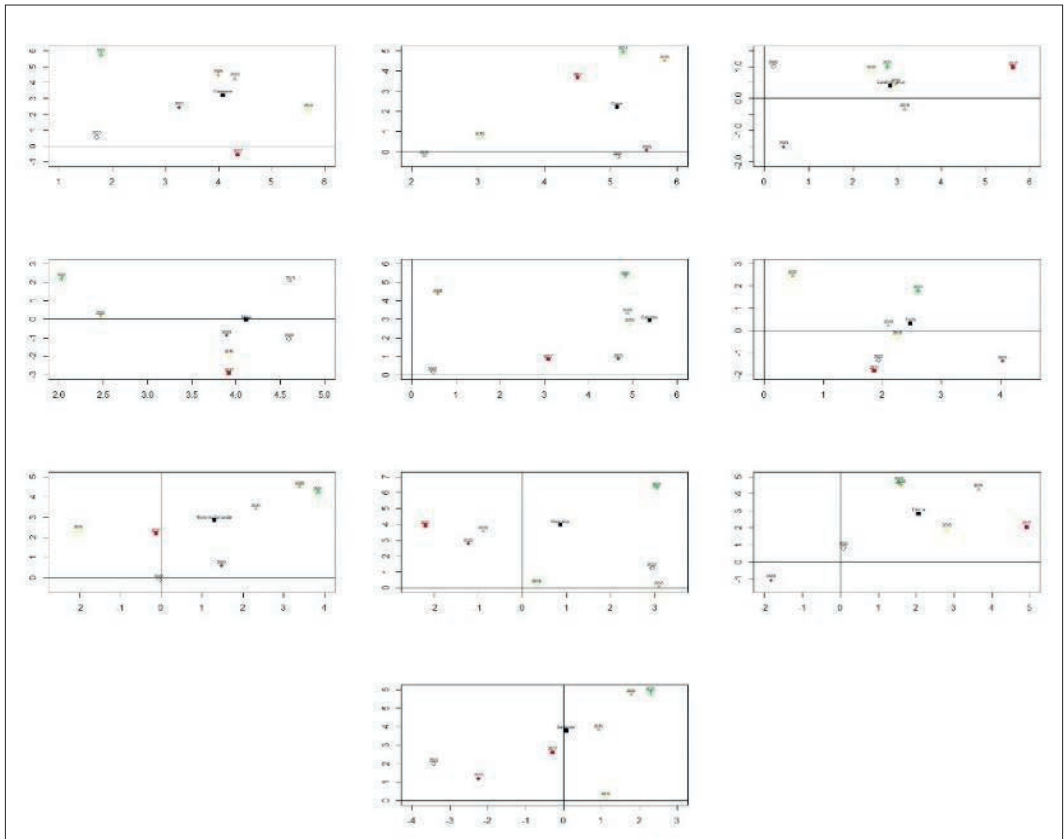
La figura 2 ilustra la evolución temporal de las variables consideradas en la investigación. Se observa una mejora significativa en las siguientes variables: convenios de cooperación, prestadores de servicios turísticos, cadenas hoteleras internacionales y prestadores certificados en sostenibilidad. Las variables habitaciones hoteleras categorizadas y guías de turismo también experimentaron mejoras, aunque en menor medida que las anteriores. Por otro lado, la ejecución de proyectos turísticos y las cadenas hoteleras nacionales mostraron un deterioro durante el periodo de tiempo analizado. En consecuencia, se puede concluir que las empresas colombianas dedicadas al turismo fueron más afectadas que sus contrapartes internacionales, lo que refleja una desmejora en el tejido empresarial colombiano.

Figura 3: Análisis del compromiso



Nota: Elaboración propia.

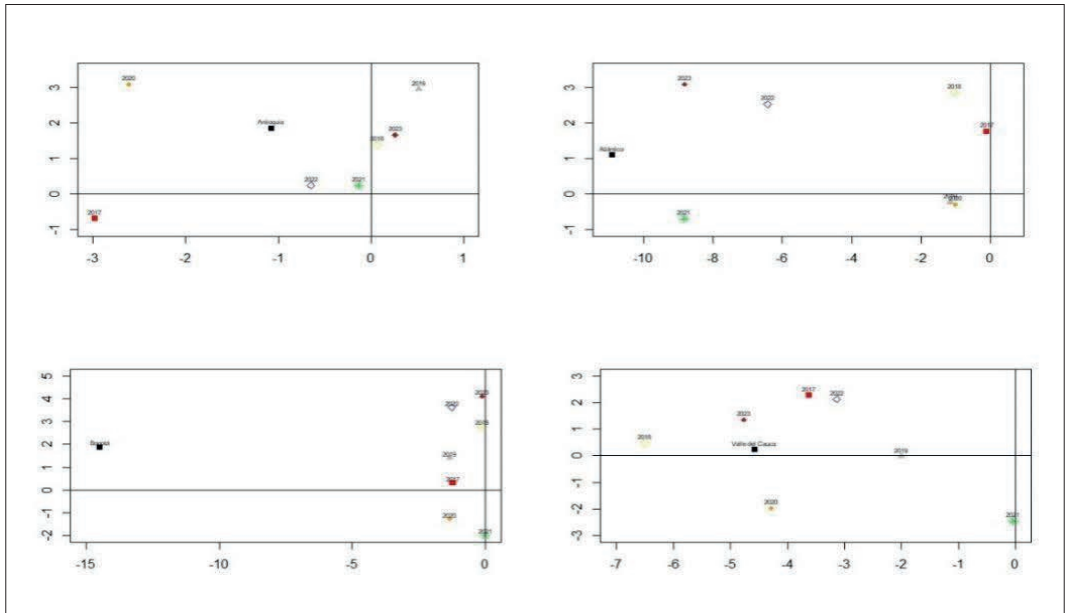
La figura 3 muestra el compromiso de los departamentos en relación con las variables empresariales relacionadas con el turismo sostenible. En ella se puede identificar, a lo largo del eje x, dos grupos. El primer grupo está formado por los cuadrantes 2 y 3, en los cuales Bogotá, Atlántico y Bolívar son los departamentos con mayor representación. El segundo grupo abarca los cuadrantes 1 y 4, en donde Córdoba, Cesar, Caquetá y Nariño son los departamentos que tienen una mayor contribución. Sin embargo, los dos primeros presentan características opuestas a las de los dos últimos.

Figura 4: Departamentos ubicados en el cuadrante 1

Nota: Elaboración propia.

En la figura 4 muestra las trayectorias de los departamentos ubicados en el cuadrante 1 con respecto a las variables empresariales analizadas. Se observa que Casanare experimentó avances hasta 2018. Por su parte, el departamento del Cesar presentó un retroceso entre el 2017 y 2019, seguido de una mejora en el 2020, alcanzando condiciones superiores a las de 2017. Cundinamarca y Tolima, en cambio, han experimentado un retroceso generalizado. Meta mostró avances entre 2017 y 2019, pero sufrió una caída drástica en 2020 y 2021. En cuanto a Córdoba, Norte de Santander y Huila ha mostrado avances consistentes desde 2017. Risaralda registró grandes avances hasta el 2022, pero en el 2023 volvió a niveles cercanos a los de 2017. Finalmente, Santander tuvo grandes avances hasta el 2021, aunque en 2022 y 2023 experimentó un rendimiento inferior al de 2017. Por último, estos departamentos analizados en el cuadrante 1, no presentan fortalezas claras en las variables empresariales evaluadas.

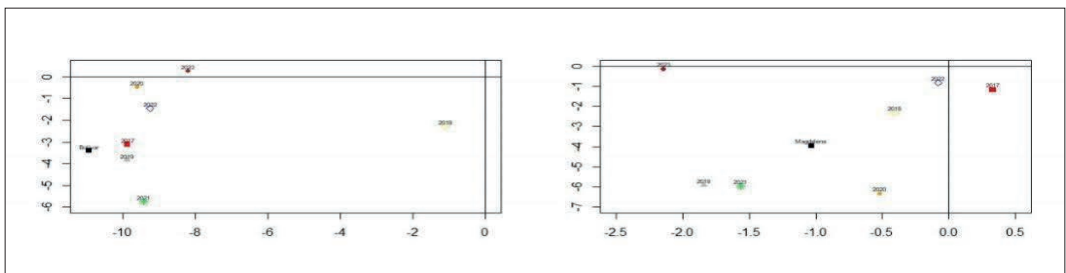
Figura 5: Departamentos ubicados en el cuadrante 2



Nota: Elaboración propia.

En la figura 5 se muestran las trayectorias de los departamentos ubicados en el cuadrante 2 con respecto a las variables empresariales analizadas. Se observa que Antioquia ha experimentado un avance generalizado a lo largo del periodo de tiempo estudiado, con la excepción del 2020 cuando los indicadores cayeron a niveles cercanos al 2017. En el caso de Atlántico se evidencia un retroceso generalizado durante todo el periodo analizado. Por su parte, el Valle del Cauca, ha registrado un retroceso general en estas variables, aunque a partir del 2020 y hasta el 2022, se observaron mejoras. En el caso de Bogotá no se han registrado cambios significativos en sus variables durante el periodo analizado. Por último, estos departamentos analizados en el cuadrante 2, presentan fortalezas en áreas como la presencia de cadenas hoteleras nacionales, el número de prestadores turísticos certificados en sostenibilidad, el número de prestadores de servicios turísticos y el número de habitaciones hoteleras.

Figura 6: Departamentos ubicados en el cuadrante 3

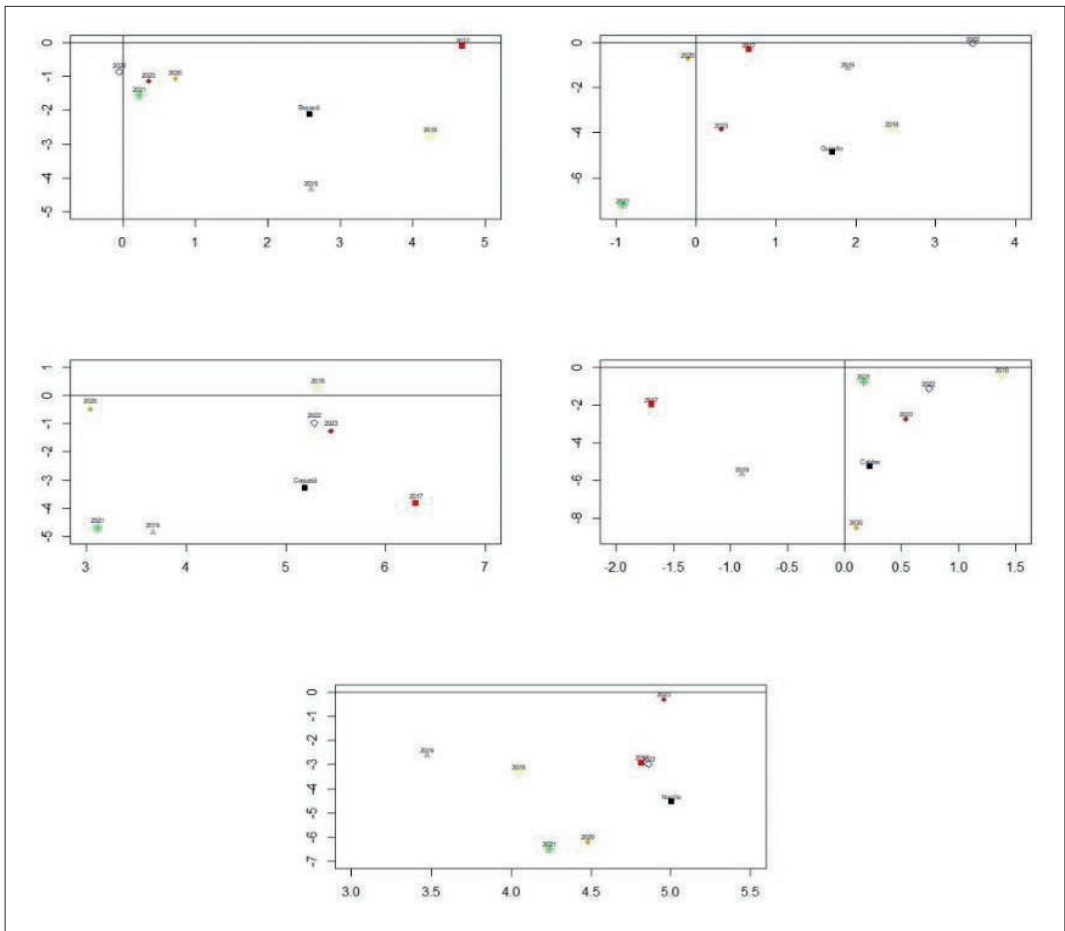


Nota: Elaboración propia.

En la figura 6 se muestran las trayectorias de los departamentos ubicados en el cuadrante 3 en relación con las variables empresariales analizadas. En ella se observa que, en 2018, Bolívar

experimentó grandes mejoras; sin embargo, a partir de ese momento, su rendimiento fue similar al registrado en 2017. En cuanto al departamento del Magdalena, ha mostrado un retroceso general en estas variables a lo largo del periodo de tiempo estudiado. Finalmente, estos departamentos analizados en el cuadrante 3, presentan fortalezas en áreas como la presencia de cadenas hoteleras internacionales, el número de guías de turismo, la firma de convenios de cooperación y la ejecución de proyectos turísticos.

Figura 7: Departamentos ubicados en el cuadrante 4



Nota: Elaboración propia.

En la figura 7 se muestran las trayectorias de los departamentos ubicados en el cuadrante 4 para las variables empresariales analizadas. Se observa que Boyacá ha experimentado un retroceso generalizado en sus indicadores, siendo los años 2017 y 2019 los de peor desempeño. Por su parte, Quindío mejoró en el 2018, pero a partir del año siguiente comenzó a registrar caídas en estas variables. Caquetá mostró un retroceso constante entre 2017 y 2020; sin embargo, desde el 2021 ha mejorado su desempeño. Caldas, en cambio, ha experimentado avances a lo largo del periodo de tiempo analizado. Nariño también presentó retrocesos en 2017 y 2019, pero a partir del 2020 ha mostrado avances constantes. Por último, estos departamentos analizados no presentan fortalezas en las variables empresariales evaluadas.

Tabla 3: Síntesis de los hallazgos para los departamentos analizados

Departamentos que tuvieron mejoras	Departamentos que tuvieron desmejoras	Fortalezas generales
Casanare, Córdoba, Norte de Santander y Huila	Cundinamarca, Cesar, Meta, Risaralda, Tolima y Santander	No presentan fortalezas en ninguna variable analizada
Antioquia y Bogotá	Atlántico y Valle del Cauca	Presencia de cadenas hoteleras nacionales, número de prestadores turísticos certificados en sostenibilidad, número de prestadores de servicios turísticos y número de habitaciones hoteleras.
Bolívar	Magdalena	Presencia de cadenas hoteleras internacionales, número de guías de turismo, firma de convenios de cooperación y ejecución de proyectos turísticos.
Caquetá, Caldas y Nariño	Quindío, Boyacá	No presentan fortalezas en ninguna variable analizada

Nota: Elaboración propia.

La tabla 3 presenta una síntesis de los hallazgos correspondientes a los departamentos de Colombia analizados para el periodo 2017-2023. En ella se observa tanto mejoras como retrocesos en las variables estudiadas. Puede notarse que, cerca de la mitad de los departamentos muestran avances en las variables empresariales relacionadas al turismo sostenible. No obstante, teniendo en cuenta el conjunto de variables analizadas, solo seis unidades territoriales pueden considerarse fuertes en este ámbito.

6. Conclusiones

Gracias a la metodología aplicada, se observa que los departamentos de Colombia analizados se dividen en dos grupos en función de las variables empresariales. En uno de estos grupos, se identifica una fuerte presencia de sectores empresariales dedicados al turismo sostenible, mientras que en el otro, esta presencia es menos significativa. En este sentido, departamentos como Antioquia, Bolívar, Bogotá, Atlántico, Valle del Cauca y Magdalena destacan por la fuerte presencia de empresas orientadas hacia el turismo sostenible.

En cuanto a las variables analizadas, se puede notar que, en términos generales, estas experimentaron mejoras hasta el año 2020, tras lo cual su comportamiento se asemejó al de 2017. Esta tendencia coincide con la crisis económica y social derivada de los efectos de la pandemia decretada de Covid-19 y los procesos inflacionarios surgidos a partir de 2022. Sin embargo, algunas variables, como los convenios de cooperación público-privado, los prestadores de servicios turísticos certificados en sostenibilidad con sello de calidad turística, las habitaciones vinculadas a cadenas hoteleras internacionales y los prestadores certificados en calidad turística, han logrado superar estas dificultades.

Además, dado que el turismo sostenible es una actividad abordada desde múltiples perspectivas, la presente investigación ayuda a identificar aquellas variables que se relacionan con esta iniciativa. Así, por medio del juicio de expertos, se identifican ocho variables que se encuentran directamente relacionadas con el turismo sostenible, proporcionando un punto de partida para posteriores investigaciones. En consecuencia, estos resultados pueden servir como punto de partida para otros estudios que exploren las variables empresariales del turismo sostenible o los efectos de la actividad turística empresarial en las regiones.

Sin embargo, dado que la presente investigación se basa en datos provenientes de fuentes secundarias, esta condición representa una limitación para la caracterización directa del fenómeno de investigado. En consecuencia, futuras investigaciones podrían utilizar las variables empleadas en el presente estudio, las cuales fueron validadas mediante juicio de expertos, y complementarlas con métodos de observación directa, con el fin de superar esta limitante.

Por último, los resultados obtenidos pueden actuar como un diagnóstico para evaluar la actividad empresarial vinculada al turismo sostenible, así como para analizar el comportamiento de los departamentos colombianos en relación con esta actividad. Por consiguiente, estos hallazgos pueden ser utilizados como insumos para la formulación de políticas públicas orientadas a fomentar iniciativas turísticas sostenibles en los territorios. Sin embargo, dada la naturaleza del turismo sostenible, no se descarta que existan otras variables que no fueron consideradas en esta investigación.

Referencias

- Bahou, Y., Triki, R., Maâloul, M. y Kais, T. (2024). Development of E-Tourism to Achieve Excellence and Sustainable Development in Tourism: Ha'il Region Case Study. *Sustainability*, 16(20), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su16208872>
- Banco Mundial. (2024). *Informe económico América Latina y El Caribe*. Recuperado de: <https://bit.ly/3WW9tf9> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Banco de la República. (2024). *Estado y perspectivas de la economía colombiana*. Recuperado de: <https://bit.ly/4jQRlgB> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Barros, F. (2021). Alcances del turismo sostenible: un análisis cualitativo de las experiencias de dos comunidades en Ecuador. *Siembra*, 8(1), 1-15. <https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414m>
- Cabal, A., Luna, J. y Caraballo, A. (2024). Teoría organizacional y sostenibilidad empresarial: un análisis teórico. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(10), 531-550. <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42858>
- Charalampakis, P., Georgopoulos, A., Makris, I., Mavridoglou, G. y Stavroyiannis, S. (2024). The performance of Italian and French listed companies during the financial crisis period 2008-2017. *International Journal of Economics and Business Research*, 27(3), 472-488. <http://doi.org/10.1504/IJEER.2024.138073>
- Chung, S. y Day, J. (2024). Fair Tourism in South Korea: An Examination of Sustainable Supply Chain Management for Tourism. *Tourism and Hospitality*, 5(4), 1493-1509. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5040083>
- Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. (2024). *Economías de América Latina y el Caribe mantienen un bajo crecimiento y se expandirán 2,2% en 2024 y 2,4% en 2025: CEPAL*. Recuperado de: <https://bit.ly/4hCM7Dv> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Duran, D., Medina, S., Fajardo, E. y Romero H. (2020). Determinantes de la competitividad turística regional en Colombia. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(11), 204-221. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4278>
- Echeverri, A. y Vieira, J. (2022). Tendencias en la investigación del turismo sostenible en Latinoamérica y el Caribe: un análisis bibliométrico. *Revista Universidad & Empresa*, 24(42), 1-30. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11131>
- Ferreira, F., Ferreira, F. y Bode, O. (2024). Sustainability and hotel room pricing strategies. *Journal of Tourism and Development*, 47, 531-547. <https://doi.org/10.34624/rtd.v47i0.38802>
- Guerrero, W., Camacho, S., Guerrero, L., Arévalo, J., Fernández, F., Correa, E. y Guerrero, C. (2024). Desarrollo de estrategias de gestión financiera y administrativa para la sostenibilidad empresarial. *Revista DYNA*, 91(234), 147-156. <https://doi.org/10.15446/dyna.v91n234>
- Guo, H. y Lu, W. (2023). Measuring competitiveness with data-driven principal component analysis: a case study of Chinese international construction companies. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 30(4), 1558-1577. <https://doi.org/10.1108/ECAM-04-2020-0262>
- Grijalva, A., Valenzuela, J., Guevara, F., Macias, P., Quichimbo, J., Ruiz, G., Galindo, P. y Vicente, P. (2024). Water Quality in Estero Salado of Guayaquil Using Three-Way Multivariate Methods of the STATIS Family. *Water*, 16(15), 1-15. <https://doi.org/10.3390/w16152196>
- Heriana, C., Suparman, R., Rana, S. y Sukmanawati, D. (2018). Determinants of Tourism and VIH/AIDS Incidence in West Java. *Kesmas*, 12(4), 153-158. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v12i4.1293>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Juárez, L. y Tobón, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Revista Espacios*, 39(53), 1-7.
- León, A., Llorente, M. y Barroso, J. (2024). Design and validation of an evaluation instrument for mobile music apps through expert judgment. *Res Mobilis*, 53(2), 169-179. <https://doi.org/10.17811/rifie.20620>

- Leyva, A., Cavazos, J. y Espejel, J. (2018). Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-21. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1085>
- López, V., Barrón, K., Moreno, L. (2023). Tecate, caracterización de atributos turísticos y empresas. *Turismo y Sociedad*, 32, 165-185. <https://doi.org/10.18601/01207555.n32.07>
- Martí, N. (2021). Turismo sostenible en empresas turísticas vacacionales. Motivaciones y limitaciones en la implantación de medidas sostenibles en Cataluña. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(3), 419-435. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.028>
- Mayorga, P. (2022). Redefining Corporate Social Responsibility and its relation to Sustainable Development Objectives. *Mercados y Negocios*, 23(47), 85-106. <https://doi.org/10.32870/myn.vi47.7682>
- Moral, M. y Fernández, M. (2019). Percepciones del residente local sobre el turismo industrial como una modalidad de desarrollo sostenible. *Revista de Estudios Regionales*, 114, 45-69.
- Naciones Unidas. (2025). *El crecimiento mundial seguirá siendo débil en medio de la persistente incertidumbre, advierte un informe de la ONU*. Recuperado de: <https://bit.ly/4hUowOh> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). *Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2024*. Recuperado de: <https://bit.ly/4hXr9Pv> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Pérez, L., Pérez, R. y Seca, M. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Maipue.
- Pico, J., Romero, H. y Fajardo, E. (2021). Corrupción, informalidad laboral y competitividad en Colombia: una aplicación de la metodología STATIS. *Investigación Operacional*, 42(4), 551-563.
- Prieto, J., Amor, V., Turias, I., Almorza, D. y Piniella, F. (2021). Evaluation of paris mou maritime inspections using a stasis approach. *Mathematics*, 9(17), 1-13. <https://doi.org/10.3390/math9172092>
- Rodríguez, C., García, I., Vicente, P. y Galindo, P. (2019). Exploring relationships between environmental performance, E-Government and corruption: A multivariate perspective. *Sustainability*, 11(22), 1-16. <https://doi.org/10.3390/su11226497>
- Schrippe, P. y Duarte, J. (2019). Preponderant criteria for the definition of corporate sustainability based on Brazilian sustainable companies. *Journal of Cleaner Production*, 209, 10-19. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.001>
- Silva, L., Barbosa, M. y Farias, M. (2021). A identidade do turista e o consumo colaborativo: uma análise a partir do discurso percebido pelos consumidores da plataforma Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1-17. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1993>
- Soria, F. y Ruano, E. (2022). Factores determinantes de la competitividad en la Empresa Laboratorio Farmacéutico Oriente del grupo empresarial BioCubaFarma. *Retos de la Dirección*, 16(2), 217-248.
- Stehel, V., Horak, J. y Krulicky, T. (2021). Business performance assessment of small and medium-sized enterprises: evidence from the Czech Republic. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 430-439. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.35](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.35)
- Vargas, T. y García B. (2022). Sistema de indicadores para evaluar la gestión de la capacitación para el turismo sostenible. *Cooperativismo y Desarrollo*, 10(2), 261-286.
- Vega, M., Román, J., Pérez, M. y Torres, A. (2023). Social services for the elderly: a multivariate perspective study. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-20. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1297349>
- World Economic Forum. (2024). *Chief Economists Outlook*. Recuperado de: <https://bit.ly/42UBAz3> [fecha de consulta: 6 de febrero de 2025]
- Yang, C., Wu, C. y Lu, J. (2021). Exploring the interdependency and determinants of tourism participation, expenditure, and duration: An analysis of Taiwanese citizens traveling abroad. *Tourism Economics*, 27(4), 649-669. <https://doi.org/10.1177/1354816619896656>

Agradecimientos

“Se agradece el apoyo otorgado por la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) por el tiempo concedido durante el período sabático 2024, lo cual permitió el desarrollo de la presente investigación.”

Recibido: 17/02/2025
Reenviado: 07/07/2025
Aceptado: 07/07/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Patrimónios Durienses

UMA HERANÇA CULTURAL
DA HUMANIDADE



01

Turismo
Património
Desenvolvimento

Aurélio de Oliveira
Brochado de Almeida
Eduardo Gonçalves
[Eds.]



Determinantes sociodemográficos del turismo sostenible en Perú: un estudio comparativo regional

Helen Catalina Rabanal-León* Denis Guizela Chávez-Bejarano**

Pablo Valentino Aguilar-Chávez***

Universidad César Vallejo (Perú)

Julissa Cruz-Rosas****

Universidad Nacional de Trujillo (Perú)

María Elizabeth Mora-Mau*****

Universidad César Vallejo (Perú)

Resumen: El turismo sostenible enfrenta desafíos particulares en contextos de desigualdad estructural. Este estudio examina la relación entre factores sociodemográficos y el desarrollo del turismo sostenible en las regiones de La Libertad y Lambayeque, Perú. Mediante un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional, se aplicó una encuesta a 480 residentes locales. Los resultados evidencian que la participación turística está asociada significativamente con variables como edad, ingreso y ocupación, destacando a los jóvenes como el segmento más activo, aunque limitado por condiciones económicas precarias. Se observó equidad de género en la demanda turística, pero no necesariamente en las oportunidades dentro del sector. También se identificaron diferencias relevantes en la frecuencia, estacionalidad y percepción social del turismo. La discusión sugiere reconfigurar el modelo de turismo sostenible desde un enfoque territorial, promoviendo políticas públicas orientadas a la equidad, la participación comunitaria y la diversificación de la oferta turística para favorecer una mayor inclusión regional.

Palabras clave: Turismo sostenible; Factores sociodemográficos; Brechas socioeconómicas; Participación comunitaria; Perú.

Sociodemographic determinants of sustainable tourism in Peru: a regional comparative study

Abstract: Sustainable tourism faces particular challenges in contexts of structural inequality. This study examines the relationship between sociodemographic factors and the development of sustainable tourism in the regions of La Libertad and Lambayeque, Peru. Using a quantitative approach and a correlational design, a survey was conducted among 480 local residents. The results show that tourism participation is significantly associated with variables such as age, income, and occupation, highlighting young people as the most active segment, although limited by economic precariousness. Gender equity was observed in tourism demand, but not necessarily in opportunities within the sector. Relevant differences were also found in the frequency, seasonality, and social perception of tourism. The discussion suggests the need to reconfigure the sustainable tourism model from a territorial perspective, promoting public policies aimed at equity, community participation, and the diversification of tourism offerings to foster greater regional inclusion.

Keywords: Sustainable tourism; Sociodemographic factors; Socioeconomic gaps; Community participation; Peru.

* <https://orcid.org/0000-0002-0476-5196>; Email: hrbanal@ucv.edu.pe

** <https://orcid.org/0000-0002-3154-0507>; E-mail: dchavez11@ucvvirtual.edu.pe

*** <https://orcid.org/0000-0002-8663-3516>; E-mail: aguilar25@gmail.com

**** <https://orcid.org/0000-0003-3995-7240>; E-mail: jcruzro@unitru.edu.pe

***** <https://orcid.org/0000-0002-2287-7204>; E-mail: mmoram@ucvvirtual.edu.pe

Cite: Rabanal L. H. C.; Chávez, B. D. H.; Aguilar, C. P.V.; Cruz, R. J. & Mora, M. M. E. (2026). Determinantes sociodemográficos del turismo sostenible en Perú: un estudio comparativo regional. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 427-443. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.028>.

1. Introducción

El turismo es un motor fundamental del desarrollo económico, social y cultural a nivel global, ya que impulsa economías locales, genera empleo y preserva el patrimonio cultural (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020). Sin embargo, enfrenta desafíos estructurales que ponen en riesgo su sostenibilidad, sobre todo en el contexto del cambio climático, desigualdades socioeconómicas y transformaciones pospandemia (Mihalic, 2024; Sachs et al., 2024).

El cambio climático afecta a destinos turísticos vulnerables, provocando la erosión, intensificación de fenómenos climáticos y degradación ambiental, lo que compromete su estabilidad económica y la experiencia turística (Scott, 2021; Shijin et al., 2022). A su vez, el turismo contribuye al deterioro ambiental mediante su huella de carbono y la sobreexplotación de recursos, en especial en destinos sobresaturados (Dorta et al., 2021; Pandey & Rogerson, 2021).

La pandemia de COVID-19 exacerbó estas crisis, afectando a regiones dependientes del turismo con infraestructura limitada y políticas de protección social insuficientes, evidenciando la necesidad de un enfoque resiliente e inclusivo para su recuperación (Castillo et al., 2024; Kuščer et al., 2024). Esto evidenció la necesidad de replantear el turismo no solo como motor económico, sino también como un instrumento de resiliencia social y territorial, promoviendo modelos más equitativos y sostenibles.

En América Latina, la pandemia profundizó las brechas económicas, perjudicando a comunidades rurales y urbano-marginales dependientes del turismo (Castillo et al., 2024). En Perú, la implementación de estrategias alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 8, 12 y 15) (Organización de las Naciones Unidas, 2023), ha sido desigual. Mientras Cusco se ha consolidado como destino competitivo, regiones con un vasto patrimonio cultural, como La Libertad y Lambayeque, enfrentan limitaciones estructurales que restringen su integración en el mercado turístico (Figuroa, 2020; Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2023).

La Libertad y Lambayeque albergan sitios patrimoniales de gran relevancia, como el Complejo Arqueológico de Chan Chan y el Museo Tumbas Reales de Sipán. Sin embargo, la insuficiente infraestructura y la limitada participación comunitaria han obstaculizado su consolidación como destinos sostenibles. Factores como el acceso desigual a servicios básicos, la exclusión de las comunidades en la gestión turística y la falta de estrategias diferenciadas han limitado el turismo como motor de desarrollo en estas regiones (Mendoza et al., 2023; Vizuete-Proañó & Tigrero-Suárez, 2023). La literatura señala que condiciones socioculturales como educación, ingresos y redes comunitarias influyen en la integración en el turismo sostenible, perpetuando desigualdades y dificultando la conservación del patrimonio (Guo, 2022; Valdez-Arancibia et al., 2023).

En 2023, La Libertad aumentó en 68.5% su flujo turístico y Lambayeque recuperó el 86.5% de sus visitantes previos a la prepandemia. Sin embargo, este crecimiento se concentró en el turismo nacional, evidenciando una baja competitividad internacional debido a problemas de infraestructura y gestión estratégica (MINCETUR, 2021, 2023, 2024c). Aunque la masificación turística aún no es crítica, la falta de planificación podría provocar conflictos socioambientales similares a los de otros destinos saturados (Duan et al., 2022; Kuščer et al., 2024).

Modelos exitosos de turismo sostenible, como la Reserva Comunal Amarakaeri y el Parque Nacional Río Abiseo, no han sido replicados eficazmente en La Libertad y Lambayeque debido a la falta de políticas diferenciadas y estrategias adaptadas a las particularidades socioculturales de estas regiones (Green Initiative, 2023; Kürüm et al., 2022).

Esta investigación tiene como objetivo general analizar la influencia de los factores socioculturales en el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque, identificando diferencias regionales en participación y percepción comunitaria. Los objetivos específicos son: (1) describir los factores socioculturales de las comunidades vinculadas al turismo en ambas regiones; (2) analizar su relación con la percepción del desarrollo turístico sostenible; (3) comparar la participación de las comunidades locales en procesos turísticos sostenibles; y (4) proponer estrategias diferenciadas para fortalecer el turismo sostenible, considerando las particularidades socioculturales de cada territorio.

La hipótesis central plantea que las diferencias en los factores socioculturales, como educación, ingresos y participación comunitaria, influyen de manera significativa la percepción, acceso y participación en el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque, generando disparidades regionales en la equidad del sector.

El turismo sostenible está estrechamente vinculado a las condiciones socioculturales de las comunidades locales; sin embargo, la literatura ha abordado de manera limitada cómo estos factores modelan patrones diferenciados de sostenibilidad en contextos regionales. Este estudio aborda esa brecha al analizar cómo

la educación, los ingresos y la participación comunitaria influyen en la percepción y acceso al turismo sostenible en La Libertad y Lambayeque. Sus hallazgos no solo permiten comprender las desigualdades en la integración de las comunidades al turismo, sino que también proporcionan un modelo de análisis replicable en otras regiones con características similares, contribuyendo al diseño de estrategias más equitativas y sostenibles.

2. Estado del arte

El turismo sostenible pretende equilibrar el crecimiento económico, la conservación ambiental y la equidad social. En consonancia con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se basa en estrategias que fomentan el empleo digno (ODS 8), el consumo responsable (ODS 12) y la protección de ecosistemas (ODS 15). Pese a que su implementación presenta serias limitaciones en territorios con desigualdades socioculturales y vulnerabilidades ambientales (Puig-Cabrera et al., 2023; Scott, 2021).

Para analizar la relación entre turismo y factores socioculturales, se han desarrollado tres enfoques complementarios: resiliencia turística, justicia social y gobernanza participativa. Estos enfoques, aunque distintos, coinciden en fortalecer las capacidades adaptativas de las comunidades receptoras y garantizar su participación en la toma de decisiones para promover territorios sostenibles y equitativos.

La resiliencia turística se define como la capacidad de un destino para adaptarse, resistir y recuperarse ante crisis ambientales, económicas o emergencias sanitarias, asegurando sostenibilidad a largo plazo (Mihalic, 2024). Más allá de la recuperación poscrisis, involucra aprendizaje y transformación para anticiparse a escenarios de incertidumbre. Ejemplos como el de Svalbard demuestran que, aunque las estrategias adaptativas han permitido a los actores locales afrontar condiciones ambientales extremas, estas siguen siendo insuficientes ante la creciente severidad de los impactos climáticos (Dannevig et al., 2023). La resiliencia no solo es técnica, sino también social, pues requiere fortalecer competencias locales y cohesión comunitaria para enfrentar crisis futuras.

Por su parte, la justicia social en el turismo subraya la distribución equitativa de beneficios, evitando la marginación de comunidades locales en los procesos de desarrollo. Biddulph y Scheyvens (2018) destacan la necesidad de reconocer desigualdades estructurales y diseñar políticas que aseguren la participación de los grupos vulnerables en la cadena de valor turístico. Pandey y Rogerson (2021) advierten que el turismo puede reforzar inequidades si los beneficios se concentran en grandes operadores, mientras las comunidades locales asumen los costos ambientales y sociales. Incorporar criterios de justicia social es esencial para promover empleos dignos y oportunidades económicas equitativas.

En esta línea, la gobernanza participativa se ha consolidado como una estrategia clave para la sostenibilidad turística, fomentando la inclusión de múltiples actores en la planificación y gestión del sector. Scott (2021) resalta que la participación comunitaria no solo mejora la eficacia de las políticas, sino que también fortalece la resiliencia territorial al alinear las decisiones con las necesidades de la población local. Idajati et al. (2024) sostienen que el capital social y las competencias individuales de los actores locales son determinantes en este proceso, ya que permiten articular redes colaborativas y asumir roles proactivos en la gestión turística.

Estos enfoques están interrelacionados: la resiliencia permite a las comunidades adaptarse a crisis, la justicia social garantiza una distribución equitativa de beneficios y la gobernanza participativa facilita la integración de actores locales en la gestión del turismo. En conjunto, configuran un modelo integral de sostenibilidad y equidad territorial.

2.1. Factores socioculturales y sostenibilidad turística

Diversos factores socioculturales inciden en la integración de las comunidades en el turismo sostenible. Educación, ingresos, identidad cultural, redes familiares, percepción del patrimonio y acceso a seguros son aspectos fundamentales que determinan su participación y la eficaz gestión de los recursos turísticos.

La educación proporciona herramientas para innovar en la oferta turística, gestionar recursos y fomentar prácticas sostenibles, potenciando la resiliencia y la gobernanza comunitaria (Costa & Linzán, 2021; Giaccio et al., 2018). Sin embargo, Bhatta et al. (2023) advierten que una dependencia excesiva del turismo puede aumentar la vulnerabilidad ante fluctuaciones del mercado.

La identidad cultural no solo es un atractivo turístico, sino que refuerza el sentido de pertenencia y motiva a las comunidades en la conservación del patrimonio (Stanikzai et al., 2024). Además, las redes familiares y comunitarias facilitan la organización colectiva para aprovechar el turismo como fuente de desarrollo (Wakil et al., 2021). No obstante, la falta de acceso a seguros y protección social incrementa

la vulnerabilidad económica de las comunidades, limitando su capacidad de recuperación ante crisis sanitarias o desastres naturales (Ikrimah et al., 2023).

Las brechas de género también representan una dimensión transversal en la sostenibilidad turística. Las mujeres, especialmente en regiones rurales y tradicionalmente excluidas, enfrentan mayores obstáculos para acceder a los beneficios del turismo (Zafar et al., 2024). Estas desigualdades reducen su acceso a puestos de decisión y restringen su participación en la gobernanza turística, afectando la equidad del sector.

2.2. Experiencias internacionales y comparación con América Latina

Estudios realizados en Asia, Europa y Latinoamérica demuestran que las desigualdades socioculturales impactan directamente la sostenibilidad turística, condicionando el acceso a beneficios económicos y la participación en la gestión de destinos (Guo, 2022; Valdez-Arancibia et al., 2023).

Ejemplos como el turismo todo incluido en República Dominicana evidencian que este modelo ha concentrado los beneficios en grandes corporaciones, excluyendo a las comunidades locales debido a la falta de educación turística y acceso desigual a la toma de decisiones (Oviedo-García et al. (2019). En contraste, iniciativas exitosas como Tiaki Promise en Nueva Zelanda, la Reserva Biológica Tirimbina en Costa Rica y los proyectos comunitarios en Machu Picchu, Perú, han demostrado que la combinación de educación ambiental, valoración cultural y participación activa fortalece la gestión sostenible y promueve la distribución equitativa de los beneficios turísticos (García-Sánchez & González-Chaverri, 2022; Green Initiative, 2023; Tiaki New Zeland, 2023).

En América Latina, estudios en Ecuador, Colombia y República Dominicana han revelado que la falta de integración comunitaria y la concentración de beneficios en grandes operadores limitan las oportunidades de desarrollo local (Jesús et al., 2020; Soriano et al., 2023). Sin embargo, el turismo comunitario en Ecuador ha permitido la reducción de brechas socioeconómicas y la gestión autónoma de recursos en regiones como Valdivia y la Amazonía ecuatoriana, diversificando actividades económicas y mejorando la resiliencia ante crisis (Denisse et al., 2024; Molina et al., 2023). En Colombia, la experiencia del Eje Cafetero muestra cómo la participación comunitaria y la educación turística potencian la sostenibilidad del sector, aunque persisten barreras que restringen su efectividad (Obradovi et al., 2022).

Estos casos permiten contrastar cómo factores socioculturales similares pueden generar resultados diferenciados dependiendo del grado de planificación, la gestión territorial y el nivel de involucramiento comunitario, lo que resulta clave para contextualizar el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque.

A pesar del avance en la literatura, persiste un vacío en estudios comparativos subnacionales sobre cómo las desigualdades socioculturales afectan el desarrollo turístico en regiones con características patrimoniales similares. En Perú, la mayoría de investigaciones se han centrado en Cusco y Machu Picchu, dejando de lado regiones como La Libertad y Lambayeque, que, pese a su potencial, enfrentan rezagos estructurales (Figuroa, 2020). Esta falta de enfoques territoriales adaptados dificulta entender dinámicas locales de sostenibilidad y limita políticas públicas sensibles a las realidades socioculturales de cada región.

La integración de los enfoques de resiliencia turística, justicia social y gobernanza participativa en este estudio responde a la necesidad de comprender cómo los factores socioculturales influyen en la sostenibilidad del turismo en contextos con desigualdades estructurales. Desde un enfoque social, el estudio analiza cómo las condiciones socioculturales afectan la equidad en el acceso y participación en el turismo, visibilizando los desafíos que enfrentan las comunidades para integrarse plenamente en esta actividad. A nivel práctico, los resultados servirán como insumo para diseñar estrategias que promuevan la inclusión de poblaciones vulnerables y fomenten modelos de desarrollo turístico más equitativos y sostenibles. En el ámbito metodológico, el estudio aporta una perspectiva comparativa subnacional que permite evaluar las diferencias en la participación turística entre La Libertad y Lambayeque, proporcionando un marco analítico replicable en otras regiones con características similares.

3. Metodología

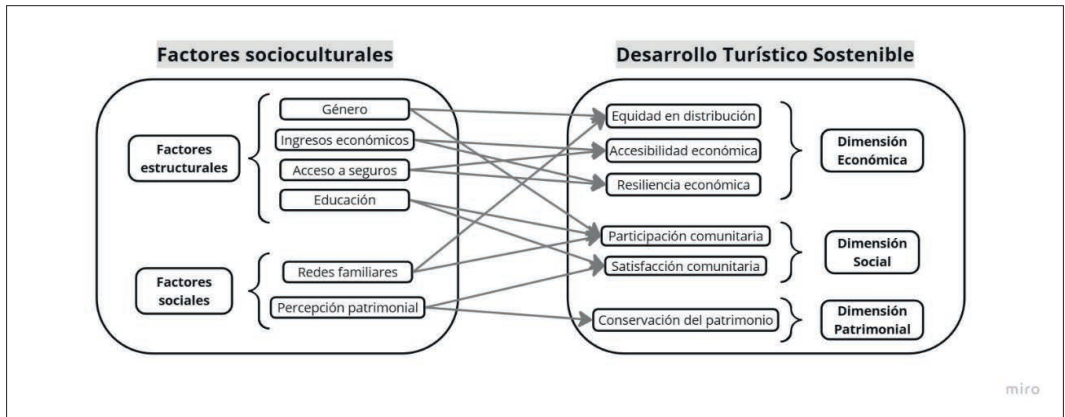
3.1. Enfoque y Tipo de Estudio

El presente estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional-comparativo de corte transversal (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018), orientado a analizar la relación entre los factores socioculturales y el desarrollo turístico sostenible en las regiones de La Libertad y Lambayeque.

Además de identificar la asociación entre ambas variables, el estudio busca comparar patrones diferenciados entre las regiones, proporcionando una visión integral sobre la equidad en el acceso y la distribución de los beneficios del turismo.

Como aporte metodológico, se propone la aplicación del Modelo de Equidad Turística Sostenible (METS), el cual integra los factores socioculturales y el desarrollo turístico sostenible bajo un enfoque de inclusión social. Este modelo permite evaluar cómo las condiciones estructurales y culturales de las comunidades inciden en su participación en el turismo y en la distribución equitativa de sus beneficios. A través del METS, se pretende establecer un marco analítico que facilite la identificación de desigualdades territoriales en la sostenibilidad turística y brinde insumos para el diseño de políticas adaptadas a las particularidades de cada región.

Figura 1: Modelo de Equidad Turística Sostenible (METS): Relación entre Factores Socioculturales y Desarrollo Turístico Sostenible



3.2. Población y Muestra

La población estuvo conformada por residentes mayores de 18 años de las regiones de La Libertad y Lambayeque, quienes tenían participación directa o indirecta en las dinámicas turísticas locales.

Se seleccionó una muestra de 600 personas (300 por región) mediante un muestreo estratificado con cuotas de edad, género y procedencia (urbana, rural y urbano-marginal). Este diseño aseguró la representatividad de los diferentes sectores poblacionales, considerando que las percepciones sobre el turismo sostenible pueden variar según estos atributos.

La determinación del tamaño muestral se basó en el cálculo para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del $\pm 5\%$, parámetros ampliamente aceptados en estudios sociales. Pese a que el muestreo fue no probabilístico por conveniencia debido a restricciones logísticas y al empleo de encuestas virtuales, se implementó una estrategia de equilibrio de cuotas para reducir sesgos de selección.

Como criterio de inclusión, los participantes debían contar con acceso a internet, ya que el levantamiento de datos se realizó mediante plataformas digitales.

3.3. Instrumentos y medición de variables

La recolección de datos se llevó a cabo mediante una encuesta estructurada en formato digital, creada en Google Forms. El cuestionario incluyó preguntas cerradas y una escala Likert de 5 puntos, y preguntas de opción múltiple. Este instrumento se diseñó basándose en modelos validados en estudios internacionales sobre sostenibilidad turística y desarrollo comunitario, lo que facilitó una evaluación precisa de la relación entre los factores socioculturales y el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque.

Para la variable Factores Socioculturales, se consideraron dimensiones clave como el nivel educativo, género, ingresos económicos, redes familiares, percepción del patrimonio y acceso a seguros, debido a su influencia en la integración de las comunidades al turismo sostenible. Por otro lado, la variable

Desarrollo Turístico Sostenible se evaluó mediante dimensiones como la equidad en la distribución de beneficios, accesibilidad económica, resiliencia económica, participación comunitaria, satisfacción de la población local y conservación del patrimonio cultural y natural.

Para garantizar la fiabilidad del instrumento, se realizó un análisis de consistencia interna mediante la prueba de Alfa de Cronbach, obteniendo valores superiores a 0.85, lo que evidencia un alto grado de confiabilidad y precisión en las mediciones realizadas. En el caso del primer instrumento correspondiente a los factores socioculturales se obtuvo un valor de 0.932, mientras que el segundo instrumento que midió el desarrollo turístico, registró un valor de 0.914. Estos resultados confirman la alta fiabilidad de ambos instrumentos.

3.4. Recolección y análisis de datos

La recolección de datos se efectuó durante el segundo semestre del 2024. Las encuestas fueron distribuidas virtualmente a través de plataformas digitales como WhatsApp, Facebook y correo electrónico, así como bola de nieve, con el objetivo de alcanzar una muestra amplia y diversa en ambas regiones.

Los datos recopilados fueron analizados mediante métodos estadísticos descriptivos e inferenciales, utilizando software especializado (SPSS y Stata). Las técnicas empleadas incluyeron análisis descriptivo y pruebas de independencia (Ji-Cuadrado) para evaluar la relación entre los factores socioculturales y las dimensiones del turismo sostenible. Además, se empleó análisis multivariado para examinar los efectos combinados de las dimensiones socioculturales sobre la sostenibilidad turística.

Estas herramientas analíticas permitieron interpretar las relaciones entre las variables, identificando patrones diferenciales y trayectorias específicas que caracterizan el desarrollo turístico sostenible en ambos territorios.

4. Resultados

Tabla 1: Diferencias entre factores socioculturales en las regiones de La Libertad y Lambayeque

Factores Total		La Libertad		Lambayeque	
		%	Total	%	Total
Edad	Menor a 18 años	25	8%	29	10%
	De 19 a 29 años	209	70%	199	66%
	De 30 a 39 años	14	5%	30	10%
	De 40 a 49 años	31	10%	27	9%
	De 50 años a más	21	7%	15	5%
Sexo	Masculino	116	39%	113	38%
	Femenino	184	61%	187	62%
Zona de residencia	Urbanización	92	31%	91	30%
	Pueblo joven	12	4%	70	23%
	Centro poblado	74	25%	22	7%
	Calle o avenida	122	41%	117	39%
Estado Civil	Soltero	237	79%	263	88%
	Casado	50	17%	33	11%
	Viudo	3	1%	0	0%
	Divorciado	10	3%	4	1%
Ocupación	Ama de casa	2	1%	8	3%
	Trabajo dependiente	68	23%	75	25%
	Trabajo independiente	34	11%	8	3%
	Estudiante	196	65%	209	70%

Ingresos económicos	Menor a 1000 soles	134	45%	84	28%
	De 1000 a 2000 soles	60	20%	50	17%
	De 2000 a 5000 soles	41	14%	41	14%
	Otros	65	22%	125	42%
Tiempo de trabajo	Menos de 1 año	196	65%	186	62%
	De 1 a 3 años	33	11%	19	6%
	De 3 a 5 años	12	4%	4	1%
	Más de 5 años	59	20%	91	30%
Número de hijos	0 hijos	229	76%	244	81%
	1 hijo	14	5%	19	6%
	2 hijos	38	13%	37	12%
	3 hijos	16	5%	0	0%
	Más de 4 hijos	3	1%	0	0%
Horas de trabajo diario	Menos de 5 horas	134	45%	135	45%
	De 5 a 8 horas	116	39%	121	40%
	Más de 8 horas de trabajo	50	17%	44	15%
Accesibilidad a algún tipo de seguro	ESSALUD	84	28%	113	38%
	SIS	159	53%	137	46%
	EPS	7	2%	0	0%
	No tiene seguro	50	17%	50	17%
Nivel de instrucción	Primaria	2	1%	0	0%
	Secundaria	24	8%	49	16%
	Superior no universitaria	20	7%	11	4%
	Superior universitaria	248	83%	229	76%
	Otros	6	2%	11	4%
Religión	Católica	187	62%	202	67%
	Evangélica	61	20%	65	22%
	Adventista	12	4%	4	1%
	Otros	40	13%	29	10%
Influencia en la decisión de hacer turismo	Esposo(a)	24	8%	4	1%
	Suegra-mamá	30	10%	25	8%
	Hijos(as)	18	6%	3	1%
	No influye nadie	228	76%	268	89%
Importancia de conocer lugares turísticos	No es necesario	3	1%	6	2%
	Poco necesario	5	2%	3	1%
	Necesario	111	37%	59	20%
	Muy necesario	181	60%	232	77%
Conocimiento sobre la cantidad de turistas que visitan su distrito	Si	40	13%	42	14%
	No	260	87%	258	86%
Medios se informa usted sobre promociones de lugares turísticos	Radio	2	1%	2	1%
	TV	13	4%	13	4%
	Internet	87	29%	87	29%
	Redes sociales	199	66%	198	66%
Total		300	100%	300	100%

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

Los resultados revelan que la mayoría de los encuestados en ambas regiones son jóvenes entre 19 y 29 años (70% en La Libertad y 66% en Lambayeque), lo que indica que el turismo es promovido principalmente por este grupo etario. Sin embargo, la baja participación de adultos mayores sugiere una falta de inclusión de este segmento poblacional en las estrategias turísticas.

En términos de género, las mujeres predominan (61% y 62%), lo que resalta su rol clave en la toma de decisiones de viajes. Sin embargo, la falta de datos sobre su participación en el sector turístico dificulta evaluar su impacto en la sostenibilidad del turismo.

Las principales diferencias se observan en la zona de residencia y nivel económico. Lambayeque registra una mayor proporción de habitantes en pueblos jóvenes (23%), mientras que en La Libertad predomina la población en calles y avenidas (41%). Además, el 45% de los encuestados en La Libertad tiene ingresos menores a 1000 soles, frente al 28% en Lambayeque, lo que indica mayores restricciones económicas en la primera región para acceder a actividades turísticas.

En el ámbito laboral, la estabilidad es mayor en Lambayeque, donde el 30% tiene más de 5 años de experiencia laboral, en comparación con el 20% en La Libertad. Este factor puede influir en la capacidad de gasto en turismo y en la seguridad económica de los trabajadores del sector.

Finalmente, el acceso limitado a seguros de salud en ambas regiones resalta la necesidad de diseñar estrategias de turismo sostenible que consideren la vulnerabilidad económica y laboral de la población, evitando que las desigualdades estructurales limiten su acceso a los beneficios del turismo.

Tabla 2: Asociación entre factores socioculturales y desarrollo turístico en los pobladores de La Libertad y Lambayeque

Factores		La Libertad		Lambayeque	
		X ²	P-valor	X ²	P-valor
Edad	De 19 a 29 años	3.001	0.004	9.987	0.000
Sexo	Masculino	3.563	0.001	3.036	0.000
	Femenino	3.012	0.001	3.545	0.001
Ocupación	Trabajo independiente	4.467	0.004	7.025	0.000
Ingresos económicos	De 2000 a 5000 soles	8.412	0.005	4.915	0.001
	Otros	7.402	0.008	5.917	0.001
Tiempo de trabajo	De 3 a 5 años	3.578	0.035	2.563	0.000
Nro. de hijos	0 hijos	4.155	0.002	6.031	0.000
Horas de trabajo diario	menos de 5 horas	2.449	0.004	3.567	0.000
Influencia en la decisión de hacer turismo	Esposo(a)	4.975	0.02	7.812	0.017
	Hijos	4.63	0.023	9.961	0.000
Importancia de conocer lugares turísticos	Necesario	8.509	0.016	6.032	0.011
	Muy necesario	5.843	0.01	7.896	0.01
Conocimiento sobre la cantidad de turistas que visitan su distrito	Si	6.6	0.019	8.511	0.000

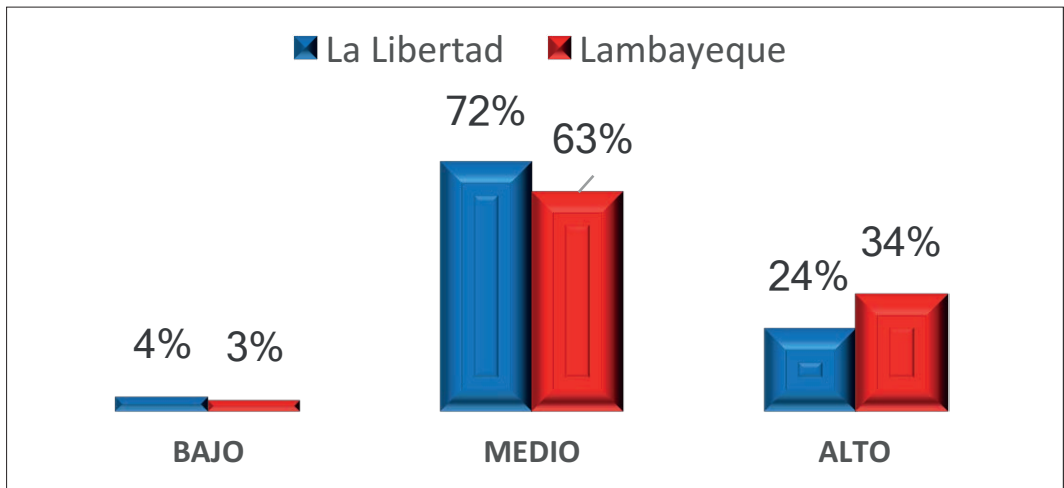
Los resultados evidencian que factores sociodemográficos y económicos tienen una asociación significativa ($p < 0.05$) con la participación turística en ambas regiones, aunque con particularidades.

El grupo de 19 a 29 años muestra mayor involucramiento en el turismo, consolidando a los jóvenes como el segmento más activo. La participación equitativa entre las personas de todos los géneros sugiere que el género no representa una barrera en el acceso al turismo. Sin embargo, la ocupación e ingresos económicos desempeñan un papel clave: quienes trabajan de forma independiente y perciben ingresos superiores a 2000 soles participan con mayor frecuencia, lo que evidencia una relación entre estabilidad económica y acceso a actividades turísticas.

En Lambayeque, variables como el número de hijos y las horas de trabajo muestran asociaciones significativas con la participación turística ($X^2=6.031$, $p<0.001$ y $X^2 = 3.567$, $p < 0.001$, respectivamente), sugiriendo que las responsabilidades familiares y laborales condicionan el tiempo disponible para el ocio. Esta relación no se observa en La Libertad, donde estos factores no influyen de manera significativa.

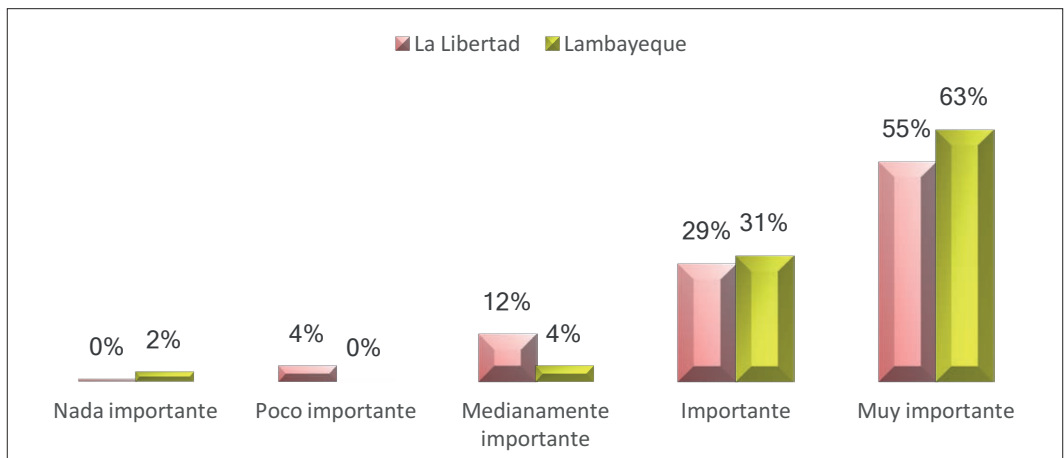
La influencia familiar (pareja e hijos) resulta determinante en la toma de decisiones turísticas en ambas regiones, mientras que la percepción del turismo como una actividad necesaria y el conocimiento sobre la afluencia de turistas en el distrito están directamente relacionados con una mayor participación en el sector. En particular, el grado de información turística muestra una asociación significativa con la integración comunitaria en el turismo, evidenciándose en los valores obtenidos para La Libertad ($X^2 = 6.6, p = 0.019$) y Lambayeque ($X^2 = 8.511, p < 0.001$). Esto sugiere que estrategias de difusión adecuadas podrían fortalecer la inclusión de la población en actividades turísticas, promoviendo un modelo más sostenible y equitativo.

Figura 2: Desarrollo turístico sostenible en las regiones de La Libertad y Lambayeque



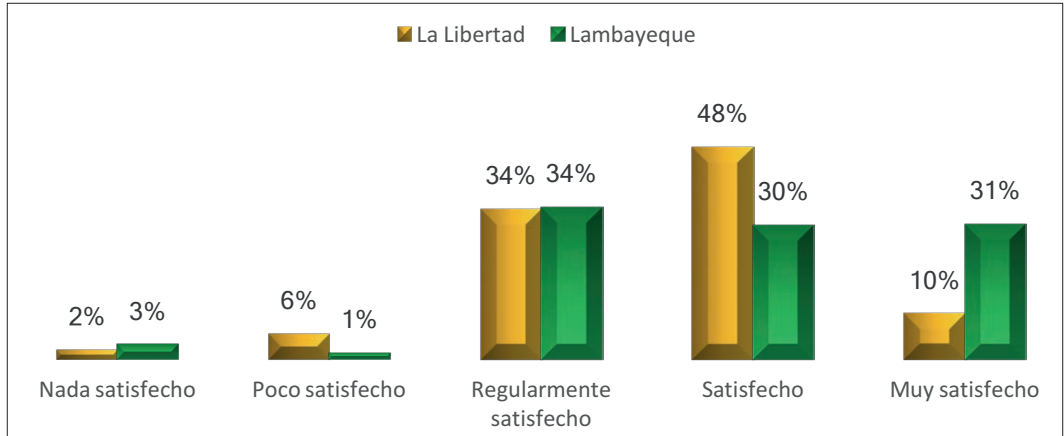
La comparación entre ambas regiones revela diferencias significativas en la percepción del desarrollo turístico sostenible. Mientras que en Lambayeque un mayor porcentaje de la población considera que el turismo contribuye al desarrollo local, en La Libertad esta percepción es menos positiva. Esto puede deberse a una menor inversión en infraestructura o a una gestión turística menos efectiva. Se recomienda fortalecer estrategias de planificación territorial para mejorar la percepción y confianza en el turismo como motor de desarrollo sostenible.

Figura 3: Importancia sobre el cuidado del patrimonio cultural material para alcanzar el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque



Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados en ambas regiones considera que el patrimonio cultural es un elemento clave para el turismo, con una ligera ventaja en Lambayeque. Esto sugiere que una mayor valoración del patrimonio está vinculada con una mejor integración del turismo en la identidad local. Sin embargo, la falta de estrategias efectivas de conservación podría afectar la sostenibilidad del sector en el largo plazo.

Figura 4: Nivel de satisfacción con los turistas que visitan su ciudad

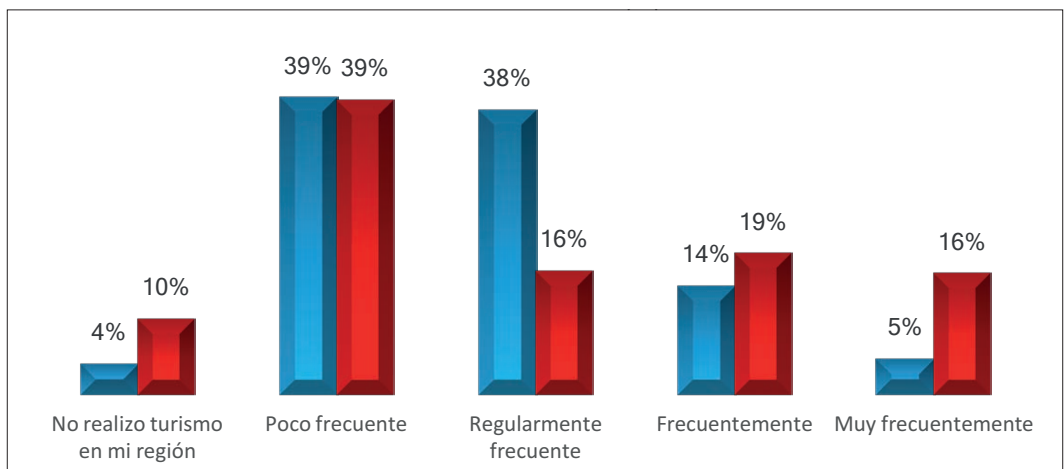


La mayoría de los encuestados en La Libertad y Lambayeque están satisfechos o regularmente satisfechos con los turistas que visitan su ciudad, reflejando una percepción positiva del turismo.

Sin embargo, en Lambayeque hay una mayor proporción de personas muy satisfechas, lo que sugiere una percepción más favorable del impacto turístico, posiblemente debido a una mejor gestión, interacción con los visitantes o beneficios económicos percibidos.

Los niveles de insatisfacción son bajos en ambas regiones, pero en La Libertad la satisfacción alta es menor, lo que indica la necesidad de mejorar la experiencia turística e integrar más a la comunidad en el sector.

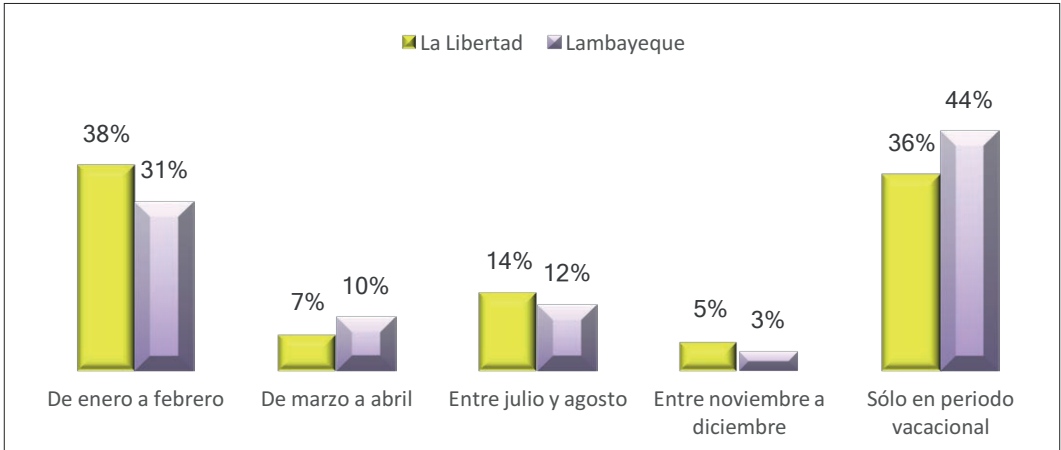
Figura 5: Frecuencia de realizar turismo en su región



En Lambayeque, un porcentaje significativo de la población no realiza turismo interno, a diferencia de La Libertad, donde la frecuencia de viajes es mayor. Esta diferencia puede explicarse por barreras

económicas o falta de promoción de destinos locales en Lambayeque. Se recomienda desarrollar campañas de turismo interno y fortalecer la infraestructura turística para facilitar el acceso.

Figura 6: Periodos de mes en que es más accesible hacer turismo

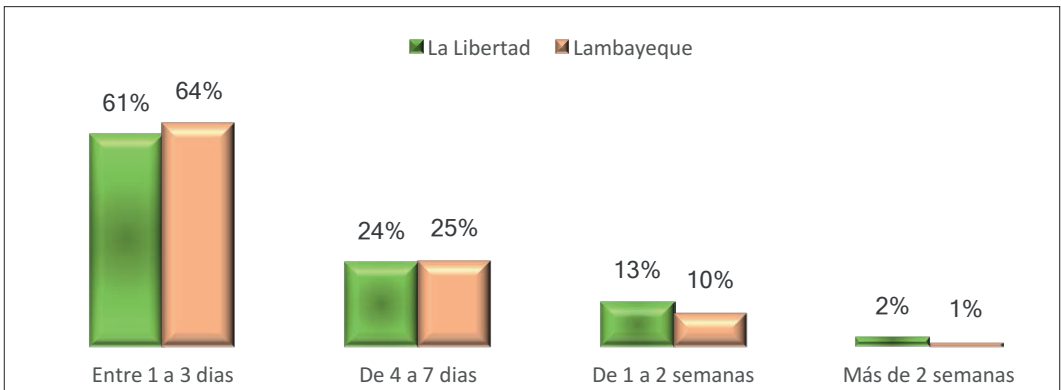


La mayoría de los encuestados en La Libertad y Lambayeque realizan turismo principalmente en períodos vacacionales, lo que indica que la disponibilidad de tiempo es un factor clave en la participación turística.

En Lambayeque, un mayor porcentaje de personas solo viaja en vacaciones, mientras que en La Libertad hay mayor actividad turística en otros meses, lo que sugiere una diferencia en la planificación de los viajes entre ambas regiones.

Estos resultados evidencian la necesidad de diversificar la oferta turística durante todo el año para reducir la dependencia de las temporadas altas y fomentar un turismo más constante y sostenible.

Figura 7: Duración de actividades turísticas



El análisis de la duración de las actividades turísticas sugiere que en La Libertad los viajes tienden a ser más cortos en comparación con Lambayeque. Esto puede estar relacionado con la disponibilidad de tiempo libre y el tipo de actividades turísticas disponibles en cada región. Implementar estrategias para diversificar la oferta turística y extender la estadía de los visitantes podría mejorar los beneficios económicos para las comunidades locales.

6. Discusión y conclusión

Los hallazgos del estudio demuestran que el acceso y participación en el turismo sostenible en La Libertad y Lambayeque están fuertemente influenciados por factores socioculturales, económicos y estructurales, coincidiendo con investigaciones previas que han resaltado la interconexión entre estas variables en el desarrollo turístico (Aranibar & Patiño, 2022; Vukadin et al., 2023). Sin embargo, a diferencia de estudios que resaltan el potencial del turismo para dinamizar economías locales, los resultados de esta investigación evidencian que su impacto positivo no es homogéneo, ya que persisten barreras socioeconómicas que afectan la equidad del sector.

Uno de los principales hallazgos es la predominancia del grupo de 19 a 29 años en la actividad turística, lo que coincide con estudios que los identifican como los principales consumidores de experiencias turísticas (Falconí et al., 2023; Šaparnienė et al., 2022). Sin embargo, aunque algunos autores destacan su rol como impulsores de innovación (Agudo et al., 2022; Vukadin et al., 2023), este estudio revela que su participación está limitada por la precariedad laboral y acceso restringido a servicios básicos, lo que refuerza lo planteado por Aikaeli (2021) y Tiwari y Nguyen (2024). Por ello, las estrategias de turismo sostenible deben trascender de la promoción de experiencias dirigidas a jóvenes, incorporando políticas laborales y educativas que favorezcan su integración efectiva.

El impacto de la ocupación y los ingresos en la participación turística confirma la relación entre estabilidad económica y acceso al turismo, en línea con estudios que muestran que los sectores con mayores ingresos tienen una participación significativamente más alta (Figueroa, 2021; Hernández-Medina & Velasco, 2024). Esto contradice el discurso del turismo como herramienta de desarrollo inclusivo, ya que sigue estando condicionado por el poder adquisitivo (González et al., 2023; Mantilla et al., 2023). Sin embargo, en otros contextos, el turismo comunitario ha demostrado ser un mecanismo de movilidad social al redistribuir beneficios dentro de la comunidad (Velandia & Figueroa, 2021). Esto sugiere que la implementación de incentivos económicos, educación financiera y modelos de turismo accesible podría reducir la exclusión de sectores vulnerables.

En términos de equidad de género, los resultados muestran una participación similar entre las personas de todos los géneros en el consumo turístico, lo que coincide con estudios que resaltan el rol femenino en la toma de decisiones de viaje (Vukadin et al., 2023). Sin embargo, investigaciones previas han demostrado que las mujeres siguen enfrentando barreras en roles de liderazgo dentro del sector turístico (Garrido & Tapia, 2022; Oliveira et al., 2022). Esto indica que, aunque no hay diferencias significativas en el acceso al turismo, persisten desigualdades estructurales en la distribución de oportunidades y beneficios dentro de la industria. Además, la falta de medidas para facilitar la conciliación laboral y familiar sigue siendo una limitante para la participación equitativa de las mujeres en el turismo (Tiwari & Nguyen, 2024), lo que subraya la necesidad de integrar una perspectiva de género en las políticas turísticas.

Otro hallazgo relevante es la baja participación en el turismo interno en ambas regiones, en línea con estudios que identifican factores económicos y estructurales como barreras en América Latina (Amón et al., 2022; Soriano et al., 2023). Sin embargo, las diferencias en la frecuencia de viajes entre La Libertad y Lambayeque sugieren que la oferta turística y las estrategias de promoción pueden influir en la participación de la comunidad (Mantilla et al., 2023; Tovar & Vázquez, 2023). En Lambayeque, un mayor porcentaje de la población no realiza turismo interno, lo que sugiere barreras estructurales como deficiencias en infraestructura o promoción ineficiente de destinos locales (Kwan, 2021; Santana & Hernández, 2020). Para revertir esta tendencia, se recomienda fortalecer políticas de promoción del turismo interno y eliminar barreras económicas y logísticas.

La estacionalidad turística también emerge como un factor crítico. Mientras en Lambayeque el turismo se concentra en temporadas vacacionales, en La Libertad se observa una mayor distribución durante el año. Esto concuerda con estudios que evidencian el impacto de la planificación turística y la promoción en la estacionalidad del turismo (Casanova et al., 2023; Velandia & Figueroa, 2021). Sin embargo, otros autores sugieren que factores estructurales como políticas públicas y acceso a tecnología también influyen en la planificación turística (Kwan, 2021). La dependencia de temporadas altas en Lambayeque representa un reto para la sostenibilidad, pues la concentración de visitantes puede generar sobrecarga en los destinos y aumentar el impacto ambiental. En este sentido, diversificar la oferta turística y fomentar actividades atractivas durante todo el año ayudaría a mitigar estos efectos negativos.

Otro aspecto relevante es la relación entre la percepción del turismo como una necesidad y la participación en el sector. Los resultados muestran que quienes tienen mayor conocimiento sobre la afluencia de turistas en su distrito participan más activamente, lo que coincide con estudios que destacan

la educación y la difusión de información como factores clave para fomentar un turismo más equitativo y sostenible (Ahmed, 2023; Hernández-Medina & Velasco, 2024). Sin embargo, la evidencia sugiere que la información por sí sola no es suficiente para aumentar la participación turística si no se acompaña de medidas estructurales que eliminen barreras económicas y sociales (Tiwari & Nguyen, 2024). Por ello, las estrategias de difusión turística deben incluir incentivos económicos y acciones concretas que faciliten el acceso equitativo al turismo.

En conjunto, estos hallazgos cuestionan la visión del turismo sostenible como un modelo de desarrollo equitativo, evidenciando que, en contextos con desigualdades estructurales, su impacto sigue estando condicionado por factores económicos, de género y de infraestructura. Si bien el turismo es promovido como un mecanismo de inclusión, los datos sugieren que sin políticas adecuadas puede reforzar patrones de exclusión (Figueroa, 2021; Soriano et al., 2023). Por ello, es fundamental que las estrategias de turismo sostenible incluyan enfoques de equidad económica y social que permitan que sus beneficios lleguen a todos los sectores de la sociedad.

Desde un enfoque social, estos resultados evidencian que el turismo refleja las desigualdades estructurales que afectan a diversos grupos poblacionales. La exclusión de adultos mayores y la menor participación de sectores con ingresos bajos refuerzan la necesidad de políticas que fomenten un turismo inclusivo, donde todas las personas puedan acceder a experiencias turísticas sin limitaciones económicas o etarias (Hernández-Medina & Velasco, 2024; Tiwari & Nguyen, 2024). Además, la constatación de que la disponibilidad de tiempo es un factor determinante para el turismo sugiere que la conciliación laboral y familiar debe considerarse en el diseño de políticas de promoción del turismo interno.

En términos económicos, los hallazgos subrayan la necesidad de reducir la dependencia del turismo en sectores con alto poder adquisitivo. Aunque el turismo es un motor de desarrollo, su concentración en grupos de mayores ingresos limita su capacidad de generar beneficios equitativos (Figueroa, 2021; Soriano et al., 2023). Políticas de financiamiento, incentivos fiscales y subsidios para el turismo interno podrían democratizar el acceso y fortalecer el impacto económico regional. Asimismo, la estacionalidad del turismo en Lambayeque refuerza la importancia de diversificar la oferta turística para garantizar un flujo constante de visitantes a lo largo del año (Casanova et al., 2023).

Finalmente, fortalecer la educación y difusión turística es clave para incrementar la integración de la comunidad en la gestión turística y asegurar una distribución equitativa de los beneficios económicos (Ahmed, 2023; Mantilla et al., 2023).

Si bien este estudio proporciona evidencia relevante sobre el impacto de los factores socioculturales en el desarrollo turístico sostenible, presenta algunas limitaciones que deben considerarse para futuras investigaciones.

En primer lugar, su diseño transversal impide analizar cambios en el tiempo y establecer relaciones causales entre variables. Estudios longitudinales permitirían evaluar cómo evolucionan las barreras y oportunidades en el acceso al turismo, identificando tendencias a largo plazo (Tiwari & Nguyen, 2024). Esto permitiría evaluar si estrategias de intervención pueden modificar patrones de exclusión y fomentar una mayor equidad en el sector.

En segundo lugar, el estudio se focalizó en las regiones de La Libertad y Lambayeque, por lo que sus hallazgos no pueden generalizarse a otras regiones. No obstante, los resultados son transferibles a contextos con brechas socioculturales similares. Futuros estudios podrían ampliar la muestra a nivel nacional o incluir otros países de América Latina para obtener una visión comparativa más amplia.

Asimismo, la percepción del turismo se midió mediante respuestas subjetivas, lo que podría estar influenciado por sesgos de respuesta. Para mitigar este aspecto, futuras investigaciones deberían emplear métodos mixtos, combinando encuestas con entrevistas y estudios etnográficos, permitiendo una comprensión más profunda de los factores que afectan la participación en el turismo.

Por último, no se evaluó el impacto del turismo en indicadores de bienestar social y económico, lo que limita el análisis de su sostenibilidad. Incorporar datos sobre empleo, redistribución del ingreso y calidad de vida permitiría diseñar estrategias más efectivas para un turismo inclusivo y equitativo.

Futuros estudios deberán abordar estas limitaciones para fortalecer la evidencia empírica y orientar políticas públicas que reduzcan desigualdades en el acceso y participación en el turismo sostenible.

En conclusión, este estudio confirma que los factores socioculturales influyen significativamente en el desarrollo turístico sostenible en La Libertad y Lambayeque, evidenciando brechas regionales en la percepción, acceso y participación de las comunidades. Se valida la hipótesis al demostrarse que educación, ingresos y participación comunitaria determinan el nivel de integración de la población en el turismo, condicionando su impacto como motor de desarrollo equitativo.

Los resultados muestran que la estructura sociodemográfica de ambas regiones influye en la dinámica turística, con una participación predominante de jóvenes (19 a 29 años), reforzando su papel en el turismo, aunque limitada por condiciones económicas y laborales. Asimismo, se confirma que el ingreso económico es un factor determinante, pues quienes tienen mayor estabilidad financiera acceden con más frecuencia a actividades turísticas, reflejando una desigualdad estructural en el sector.

En términos de participación comunitaria, se observa una relación entre la percepción del turismo como una actividad necesaria y el nivel de involucramiento en el sector. Sin embargo, la falta de información y estrategias inclusivas reduce la integración de ciertos grupos, lo que sugiere la necesidad de fortalecer la difusión turística y programas de sensibilización.

Las diferencias entre ambas regiones evidencian la necesidad de estrategias diferenciadas. Mientras que en La Libertad la participación turística es más estable, en Lambayeque se concentra principalmente en temporadas altas, lo que representa un desafío para su sostenibilidad.

Dado que el turismo varía según el contexto regional, se recomienda que las políticas públicas adopten enfoques territoriales, considerando las particularidades socioculturales de cada región. Finalmente, este estudio destaca la importancia de reducir barreras económicas y promover mayor equidad en el acceso a los beneficios del turismo sostenible.

Referencias

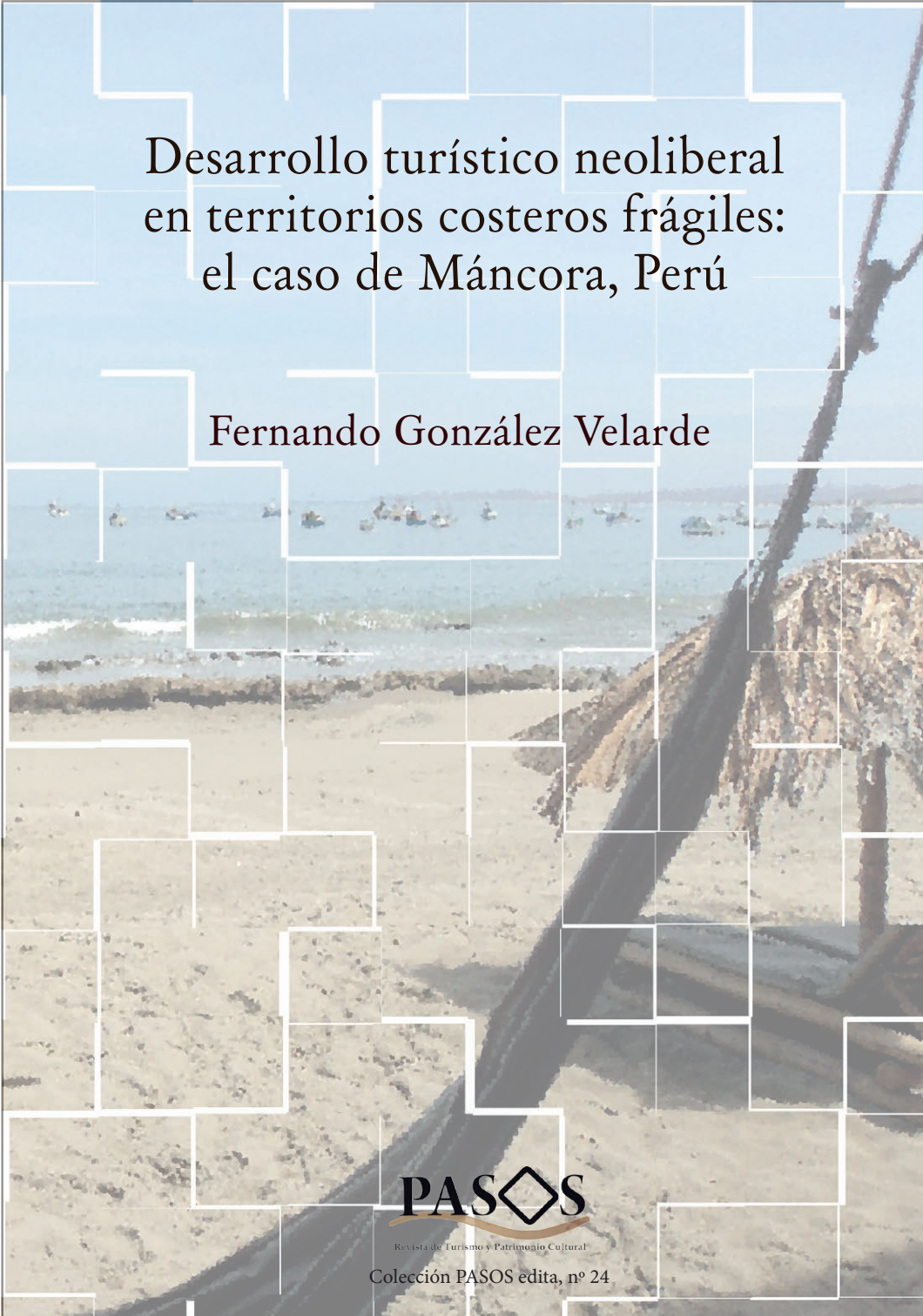
- Agudo Segura, L., Moreno Muñoz, D., & García Marín, R. (2022). Análisis de los cambios en el comportamiento de los consumidores turísticos en la Región de Murcia (España) tras la aparición de la COVID-19. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 16(1), 1–13. <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.1.8746>
- Ahmed Omar, D. (2023). THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND GENDER EQUALITY - AN ANALYTICAL STUDY OF SELECTED COUNTRIES. *International Journal of Humanities and Educational Research*, 05(06), 106–117. <https://doi.org/10.47832/2757-5403.23.7>
- Aikaeli, J. (2021). Income and Employment Potential for Youth and Women in Tanzania's Micro, Small and Medium Tourism Enterprises. *African Review (Tanzania)*, 48(2), 507–527. <https://doi.org/10.1163/1821889X-12340052>
- Amón Vicuña, A., Flores Quezada, P., & Vinuesa Maldonada, M. (2022). Análisis del perfil turístico de la población del cantón de Cuenca (Ecuador) con aplicación de la teoría de Plog. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 6(2), 163–175. <https://doi.org/10.21071/riturem.v6i2.14186>
- Aranibar Ramos, E. R., & Patiño Huayhua, A. J. (2022). Turismo, camino hacia la sostenibilidad: una aproximación al Lago Titicaca Peruano. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 7(3), 46–62. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v7i3.5150>
- Bhatta, K. D., Chan, R. C., & Joshi, B. R. (2023). Sustainable Tourism and Community Benefits: Experiences from Yunnan Province, China. *State, Society and Development: PMPD Perspectives*, 1, 137–153. <https://doi.org/10.3126/ssd.v1i1.58476>
- Biddulph, R., & Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tourism Geographies*, 20(4), 583–588. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1486880>
- Casanova Imbaquingo, L. E., Benítez Pereira, J. P., Guerrero Cabezas, T. E., & Narváez Córdova, C. G. (2023). Ruta Turística Parajes del Toisán en la Parroquia Seis de Julio de Cuellaje, Imbabura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 7727–7745. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7519
- Castillo Galeano, A. R., Rodríguez Miranda, J. P., Gómez Aguilar, D. L., & Castro Garzón, H. (2024). El turismo sostenible en los ríos tropicales de alta montaña: *TURYDES Turismo y Desarrollo Local Sostenible*, 17(36), 88–103. <https://doi.org/10.51896/turydes.v17i36.499>
- Costa Sosa, M. V., & Linzán Rodríguez, J. S. (2021). Gestión Sostenible: Diversificación turística para mejorar la oferta en las Siete Cascadas, cantón Naranjal. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 9(2), 142–152. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v9i2.514>
- Dannevig, H., Søreide, J. E., Sveinsdóttir, A. G., Olsen, J., Hovelsrud, G. K., Rusdal, T., & Dale, R. F. (2023). Coping with rapid and cascading changes in Svalbard: the case of nature-based tourism in Svalbard. *Frontiers in Human Dynamics*, 5, 1178264. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2023.1178264>
- Denisse, C., Gavino, B., Leonardo, F., Fuentes, G., Estatal De Milagro, U., Karen, M.-E., & León García, C. (2024). Desarrollo del turismo comunitario en la Amazonía ecuatoriana; análisis de los beneficios sociales para las comunidades indígenas de Ecuador: *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6), 519-530–519 – 530. <https://doi.org/10.56712/LATAM.V5I6.3023>

- Dorta Antequera, P., Díaz Pacheco, J., López Díez, A., & Bethencourt Herrera, C. (2021). Tourism, transport and climate change: The carbon footprint of international air traffic on Islands. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(4), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13041795>
- Duan, J., Xie, C., & Morrison, A. M. (2022). Tourism Crises and Impacts on Destinations: A Systematic Review of the Tourism and Hospitality Literature. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, *46*(4), 667–695. <https://doi.org/10.1177/1096348021994194>
- Falconí Yépez, P. S., Zea Barahona, C. A., Falconi Ayón, P. M., & Falconi Ayón, P. M. (2023). Aspectos generales de las modalidades turísticas en Latinoamérica y Europa. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, *5*(5), 750–762. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i5.805>
- Figueroa González, L. F. (2021). El impacto de los programas sociales y el turismo en la reducción de la pobreza en el ámbito rural en México. *TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN*, *6*(16 enero-abril), 131–157. <https://doi.org/10.36791/tcg.v0i16.95>
- Figueroa Pinedo, J. (2020). Turismo y la lucha contra la pobreza en el Perú. Análisis de dos casos regionales. *Dimensiones Turísticas*, *4*(6), 39–62. <https://doi.org/10.47557/scuo1957>
- García-Sánchez, M., & González-Chaverri, P. (2022). La Reserva Biológica Tirimbina, en Costa Rica: modelo en la conservación del bosque lluvioso tropical, la investigación científica, el ecoturismo y la educación ambiental. *Revista de Ciencias Ambientales*, *56*(2), 244–255. <https://doi.org/10.15359/rca.56-2.13>
- Garrido Lastra, M. I., & Tapia Marchina, S. (2022). De la universidad al mercado laboral, desigualdad de género en México. *Revista de Estudios de Género, La Ventana*, *6*(56), 45–71. <https://doi.org/10.32870/lv.v6i56.7536>
- Giaccio, V., Mastronardi, L., Marino, D., Giannelli, A., & Scardera, A. (2018). Do rural policies impact on tourism development in Italy? A case study of agritourism. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(8). <https://doi.org/10.3390/su10082938>
- Green Initiative. (2023). *LimaTours Sets a New Standard for Sustainable Tourism in Peru - Green Initiative - For a Climate and Nature Positive Planet*. <https://greeninitiative.eco/2023/05/30/tourism-in-peru-and-carbon-neutrality-in-action/>
- Guo, Z. H. (2022). Local Revitalization: Support from Local Residents. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(14), 8298. <https://doi.org/10.3390/su14148298>
- Hernández-Medina, P., & Velasco, B. V. (2024). Can tourism contribute to gender equality? Evidence from South American countries. *Investigaciones Turísticas*, *28*, 64–82. <https://doi.org/10.14198/INTURI.25793>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Idajati, H., Damanik, J., Kusworo, H. A., & Rindrasi, E. (2024). The role of social capital and individual competence on community resilience of the tourism industry against climate change. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1366*(1), 012023. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1366/1/012023>
- Ikrimah, L. M., Febryano, I. G., Herwanti, S., & Hidayat, W. (2023). Role of Tourism Awareness Group in Development of Way Kalam Waterfall at Way Pisang Forest Management Unit, Lampung Province, Indonesia. *Journal of Green Economy and Low-Carbon Development*, *2*(1), 19–26. <https://doi.org/10.56578/jgelcd020103>
- Jesús, M., Adell, B., Elizabeth, M., & Ochoa, O. (2020). El turismo comunitario como herramienta de desarrollo de los pueblos indígenas: interrogantes en el caso de los shuar del Alto Nangaritz (Ecuador). *Hallazgos*, *17*(34), 55–78. <https://doi.org/10.15332/2422409X.5450>
- Kušer, K., Peters, M., & Schönherr, S. (2024). Tourism Policymaking in Troubling Times: Sustainability-Driven Challenges, Implemented Policies, and Goals for Sustainable Development. *Sustainability (Switzerland)*, *16*(23), 10599. <https://doi.org/10.3390/su162310599>
- Kwan Chung, C. K. (2021). Estrategias implementadas en operadoras mayoristas de turismo de Asunción frente a la pandemia de la COVID-19. *Revista Científica En Ciencias Sociales*, *3*(2), 20–27. <https://doi.org/10.53732/reccsociales/03.02.2021.20>
- Mantilla Mejía, H., López Mallama, O. M., & Salazar Villegas, B. (2023). Turismo de Salud en Colombia: Un enfoque estratégico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, *4*(2), 4568–4578–4568–4578. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.919>
- Mendoza de Miguel, S., De la Calle Vaquero, M., & Martínez Parra, B. (2023). Managing overtourism in historic centers through demarketing. *Investigaciones Turísticas*, *25*, 196–219. <https://doi.org/10.14198/INTURI.21487>

- Mihalic, T. (2024). Trends in Sustainable Tourism Paradigm: Resilience and Adaptation. *Sustainability* 2024, Vol. 16, Page 7838, 16(17), 7838. <https://doi.org/10.3390/SU16177838>
- MINCETUR. (2021). *Reporte Regional de Turismo La Libertad, 2021*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3515468/Reportes de Turismo - Reporte Regional de Turismo - La Libertad 2021.pdf?v=1660831956>
- MINCETUR. (2024). Reporte regional de turismo: Lambayeque 2023. In *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4331695/Reporte Regional de Turismo Arequipa Año 2022.pdf?v=1679955574#:~:text=Mientras que%2C descendieron los sectores,el 39%2C1%25 extranjeros>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2023). *Reporte Regional de Turismo 2023*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/4315787-reportes-de-turismo-reportes-regional-de-turismo-2023>
- Molina, M. S., Apolo, R. I., & Romo, R. S. (2023). Entrelazando: la resiliencia comunitaria y el desarrollo del turismo comunitario en Valdivia en la provincia de Santa Elena-Ecuador. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 17(1), 76–99. <https://doi.org/10.17979/ROTUR.2023.17.1.9276>
- Obradović, S., Stojanović, V., Knežević, S. M., & Milić, D. (2022). The importance of local community attitudes for sustainable tourism in protected areas: The case of Tikvara Nature Park, Serbia. *Eastern European Countryside*, 28(1), 127–153. <https://doi.org/10.12775/EEC.2022.006>
- Oliveira, N. A. de, Silva, P. T. da, & Gabriel, K. C. (2022). Género, trabalho e turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 11(1), 18–29. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2023v11n1id27107>
- Organización de las Naciones Unidas. (2023). *Objetivos de Desarrollo Sostenible - Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo*. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2020). *Una respuesta inclusiva para los grupos vulnerables | OMT*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/covid-19-grupos-vulnerables>
- Oviedo-García, M. Á., González-Rodríguez, M. R., & Vega-Vázquez, M. (2019). Does Sun-and-Sea All-Inclusive Tourism Contribute to Poverty Alleviation and/or Income Inequality Reduction? The Case of the Dominican Republic. *Journal of Travel Research*, 58(6), 995–1013. <https://doi.org/10.1177/0047287518789272>
- Pandy, W. R., & Rogerson, C. M. (2021). Coastal tourism and climate change: Risk perceptions of tourism stakeholders in South Africa's Garden route. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 730–739. <https://doi.org/10.30892/GTG.37301-703>
- Puig-Cabrera, M., Martínez-del Vas, G., Beltrán-Bueno, M. Á., & Nuevo-López, A. (2023). Tourism towards the well-being of Small Island Developing States: Tourism Agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 614–629. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2022-0100>
- Sachs By Jeffrey D, Lafortune Guillaume, & Fuller, G. (2024). *SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2024*. <https://dashboards.sdindex.org/chapters>
- Santana Turégano, M. A., & Hernández Fernández, N. Y. (2020). Medición de impactos y planificación turística: ¿tecnología o política? *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 4(1), 61–78. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12739>
- Šaparnienė, D., Mejerė, O., Raišutienė, J., Juknevičienė, V., & Rupulevičienė, R. (2022). Expression of Behavior and Attitudes toward Sustainable Tourism in the Youth Population: A Search for Statistical Types. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1), 473. <https://doi.org/10.3390/su14010473>
- Scott, D. (2021). Sustainable tourism and the grand challenge of climate change. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13041966>
- Shijin, W., Xinggang, M., & Jia, X. (2022). A Review of the Impacts of Climate Change on Tourism in the Arid Areas: A Case Study of Xinjiang Uygur Autonomous Region in China. In *Advances in Meteorology* (Vol. 2022, Issue 1, p. 8768542). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1155/2022/8768542>
- Soriano, F. J. G., Choez, G. G. O., & Quijije, E. E. M. (2023). El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico. *RECIMUNDO*, 7(1), 246–253. <https://doi.org/10.26820/recimundo/7.1.enero.2023.246-253>
- Stanikzai, I. U., Seerat, D. A. H., & Humdard, W. U. (2024). Role of Sustainable Tourism in Preserving Cultural Heritage of Afghanistan. *Society & Sustainability*, 5(2), 30–38. <https://doi.org/10.38157/ss.v5i2.594>
- Tiwari, S., & Nguyen, T. P. L. (2024). Towards social equity and sustainable economic prosperity through ecotourism: A case of caste diversified community along Annapurna Sanctuary trail (AST), Nepal. *World Development Perspectives*, 34, 100592. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2024.100592>

- Tovar Cabañas, R., & Vázquez Espinosa, S. A. (2023). GERONTOLOGICAL TOURIST POTENTIAL OF VERACRUZ. *Turismo y Sociedad*, 32, 145–164. <https://doi.org/10.18601/01207555.n32.06>
- Valdez-Arancibia, J., Veli-Chuquillanqui, R., Cerron-Juzcamayta, R., & Gonzalo-Gonzalo, H. (2023). Analysis of the sociocultural impact of tourism in central jungle of Peru. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 19(2), 143–148. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2023000200143>
- Velandia Bonilla, A. F., & Figueroa Espinel, J. F. (2021). Turismo Comunitario en Colombia como Progreso en el Postconflicto. *Revista Perspectivas*, 5(20), 28–49. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.perspectivas.5.20.2020.28-49>
- Vizuet-Proaño, D., & Tigrero-Suárez, F. (2023). Las Microempresas y el Desarrollo Local Postpandemia Del Cantón La Libertad, 2023. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(5), 226–236. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.5.1996>
- Vukadin, M., Račićević, N., Marković, M., & Soldić Frleta, D. (2023). HOW DO YOUNG PEOPLE TRAVEL? – EVIDENCE FROM CROATIA AND SERBIA. 321–340. <https://doi.org/10.20867/thi.26.1>
- Wakil, M. A., Sun, Y., & Chan, E. H. W. (2021). Co-flourishing: Intertwining community resilience and tourism development in destination communities. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100803. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100803>
- Zafar, M., Bashir, M. F., & Bukhari, A. A. A. (2024). Women’s empowerment and tourism: Emerging determinants of poverty in low and middle-income countries. *International Social Science Journal*, 74(253), 1069–1085. <https://doi.org/10.1111/issj.12498>

Recibido: 27/03/2025
Reenviado: 28/07/2025
Aceptado: 13/08/2025
Sometime a evaluación por pares anónimos



Desarrollo turístico neoliberal en territorios costeros frágiles: el caso de Máncora, Perú

Fernando González Velarde

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº 24

Impacto, calidad de vida y apoyo al desarrollo del turismo: un análisis en Ensenada, Baja California

Virginia Guadalupe López Torres*

Universidad Autónoma de Baja California (Mexico)

Aurora Irma Máynez Guaderrama**

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (Mexico)

Luis Ramón Moreno Moreno***

Universidad Autónoma de Baja California (Mexico)

Resumen: El estudio indaga si distintos impactos del turismo inciden sobre la calidad de vida percibida y el apoyo al desarrollo de esta actividad en Ensenada, Baja California. Para ello se emplea una metodología cuantitativa con modelación estructural para analizar datos de 332 residentes. Los resultados revelan que los impactos del turismo afectan significativamente tanto la calidad de vida como el apoyo al turismo. La investigación muestra que, aunque la calidad de vida tiene un impacto positivo moderado en el apoyo al desarrollo turístico, los impactos culturales y políticos del turismo son los más influyentes. Este trabajo es innovador, ya que aborda la falta de estudios sobre el impacto del turismo en países en desarrollo como México. La investigación destaca la necesidad de políticas públicas sostenibles que equilibren los beneficios económicos del turismo con la mejora de la calidad de vida de los residentes.

Palabras clave: Impactos del turismo; Calidad de vida; Apoyo al turismo; Desarrollo sostenible; Modelo de componentes jerárquicos.

Impact, Quality of Life, and Support for Tourism Development: An Analysis in Ensenada, Baja California

Abstract: This study investigates whether different tourism impacts affect the perceived quality of life and support for tourism development in Ensenada, Baja California. A quantitative methodology with structural modelling was used to analyse the data from 332 residents. The results reveal that the impact of tourism significantly affects both the quality of life and support for tourism. The research shows that, although the quality of life has a moderately positive impact on support for tourism development, the cultural and political impacts of tourism are the most influential. This work is innovative in that it addresses the lack of studies on the impact of tourism in developing countries such as Mexico. The research highlights the need for sustainable public policies that balance the economic benefits of tourism with improving the quality of life of residents.

Keywords: Tourism impacts; Quality of life; Tourism support; Sustainable development; Hierarchical component model.

* <https://orcid.org/0000-0002-2795-8951>; E-mail: virginia.lopez@uabc.edu.mx

** <https://orcid.org/0000-0001-8174-3807>; E-mail: amaynez@uacj.mx

*** <https://orcid.org/0000-0003-2544-6562>; E-mail: lmoreno@uabc.edu.mx

Cite: López Torres, V. G; Moreno Moreno, L. R. & Máynez Guaderrama, A. I. (2026). Impacto, calidad de vida y apoyo al desarrollo del turismo: un análisis en Ensenada, Baja California. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 445-462. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.029>.

1. Introducción

Queda claro que toda actividad antropogénica genera impactos; en el caso del turismo, la literatura señala que la actividad produce distintos beneficios, pero también reporta situaciones desfavorables (Huo et al., 2023), asociadas en gran medida a las complejas y ambivalentes relaciones entre residentes y turistas (Hauso et al., 2024). A lo largo del tiempo, las actividades turísticas impactan de forma distinta a la comunidad, lo que puede incidir no solo en la percepción de bienestar de turistas y residentes, sino en su valoración de la calidad de experiencia vacacional y de vida en el destino (Uysal et al., 2016).

La percepción de los habitantes sobre el impacto del turismo en la vida personal y el entorno puede traducirse en actitudes favorables o desfavorables hacia la actividad, además de incidir en su actitud hacia el desarrollo vinculado a ella y en la materialización de nuevas iniciativas en la materia (Gonzalez-García et al., 2018; Santos-Júnior et al., 2020). En gran medida, el interés por valorar estas percepciones y actitudes se asocia al papel que juegan en el desarrollo, la comercialización y el funcionamiento exitoso de los programas turísticos actuales y futuros (Ko & Stewart, 2002).

En general, el desarrollo del turismo se considera una actividad económica importante para mejorar las economías locales (Ko & Stewart, 2002; Saluja et al., 2022). En el caso específico de México, durante el periodo que va del año 2003 al 2022, el sector generó ingresos promedio equivalentes a un 8.4% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional y en el caso de Baja California, representó un 8.2% del PIB estatal. Cabe mencionar, que esta cifra se ha mantenido casi constante, salvo durante el año 2020 en que presentó una caída, asociada al Covid-19 y al cierre de actividades económicas no esenciales; durante ese año el registro fue del 6.8% a nivel nacional y 7.1% en el estado, experimentando un repunte al concluir la pandemia (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2022).

Aunque se han discutido distintos factores en la literatura, debe tenerse presente que la vida de las personas se ve afectada por la actividad turística (Eslami et al., 2019). Por ello, y por motivos teóricos y empíricos, la investigación indaga en constructos como lo es la calidad de vida de las partes interesadas, en la medida en que ésta se ve afectada por la actividad turística (Uysal et al., 2016). Otros temas importantes incluyen las relaciones entre los impactos turísticos percibidos, la calidad de vida de los residentes y el apoyo de los residentes locales al desarrollo turístico (Santos-Júnior et al., 2020). Cabe señalar que existen pocos estudios que evalúan el efecto de la calidad de vida sobre el apoyo de los residentes al desarrollo del turismo (Eslami et al., 2019; Nishinaka, et al., 2023), y en el caso de México no se identificaron trabajos en esa línea de análisis. El objetivo de esta investigación es analizar cómo los diferentes tipos de impactos del turismo influyen en la calidad de vida percibida y el apoyo al desarrollo turístico en Ensenada, Baja California, desde una perspectiva reflexiva. A través de un enfoque comparativo, se busca evaluar cómo el modelo aplicado se ajusta a las observaciones de investigaciones previas, aportando un marco teórico que vincule los impactos del turismo con las dinámicas de desarrollo local. Además, el estudio resulta innovador dado que, de acuerdo con la revisión realizada, no existen investigaciones que analicen el impacto del turismo como constructo de segundo orden.

2. Área de estudio

Ensenada es un puerto de carga contenerizada y pesquero cuyo desarrollo hasta finales de la década de los ochentas se vinculó mayormente a la industria pesquera (Ramírez et al., 2011), pero es a partir de 1983, que se experimentó un crecimiento de la actividad turística, incentivado en gran medida por la producción vinícola y los festejos de vendimia que dieron origen a lo que se denomina actualmente como la "Ruta del vino" (López et al., 2012). Es decir, la comunidad se transformó y se convirtió en un destino turístico, y a partir de ello las vidas de sus residentes se vieron afectadas por las distintas actividades turísticas. Actualmente, Ensenada es un importante destino turístico de Baja California, debido a que posee recursos endógenos como playas, montañas, historia y cultura, sin embargo, su desarrollo se dio sin una planeación adecuada (Arévalo, 2018); de acuerdo a Zárate y Barragán (2018) y Montiel et al. (2019), este destino ha experimentado un deterioro en los últimos treinta años, como resultado de una gestión turística equivocada. En tal sentido, al estudiar los impactos de la industria turística, se pueden comprender sus beneficios y explorar cómo es posible alcanzar un desarrollo sostenible de la industria del turismo a través de medidas y políticas de gestión adecuadas, equilibrando el crecimiento económico con la sustentabilidad.

3. Revisión de literatura

Este estudio se encuadra en dos perspectivas: 1) la Teoría del Intercambio Social y 2) la Teoría del Derrame Ascendente. La primera establece que la comunidad evalúa los costos y beneficios del desarrollo turístico a través de la percepción del impacto en su calidad de vida (Santos-Junior et al., 2020); esta perspectiva plantea que el turismo se basa en un intercambio continuo entre residentes e industria turística, que genera consecuencias económicas y sociales que propician distintos niveles de apoyo de la población local al sector (Zamani-Farahani & Musa, 2012; Han et al., 2023; Nishinaka et al., 2023). En específico, esta teoría postula que los residentes que perciben el turismo como una actividad valiosa para sus vidas con beneficios que superan sus costos, tienen una actitud favorable hacia ella y apoyan su desarrollo (Monterrubio et al., 2018). La teoría del intercambio social presenta cuatro preocupaciones: (1) constructos superpuestos que necesitan distinguirse más claramente¹; (2) apreciación insuficiente del valor hedónico positivo o negativo de estos diversos constructos; (3) un supuesto de bipolaridad, que trata los constructos negativos como la ausencia de constructos positivos y (4) predicciones conductuales teóricamente imprecisas (Cropanzano et al., 2017). Este estudio contribuye a la teoría del intercambio social en dos vertientes: incluye la apreciación del valor hedónico positivo o negativo de los diversos constructos y distingue entre constructos evitando la superposición entre ellos.

Por su parte, la teoría del derrame ascendente supone que el éxito macroeconómico genera beneficios en la población en general; en específico, argumenta que los efectos positivos del desarrollo turístico se extienden más allá del sector y explica el proceso de involucramiento de los residentes y su apoyo al desarrollo turístico dado que la población beneficiaria son las comunidades locales donde se desarrollen actividades turísticas. Esta perspectiva además se considera útil para medir la calidad de vida de los residentes afectados por el turismo (Han et al., 2023; Morales, 2010).

4. Impacto del turismo (IT)

La industria del turismo, al igual que otras industrias, se evalúa desde un enfoque costo-beneficio, y para ello se clasifican sus impactos potenciales en dos dimensiones: beneficios y costos, e impactos positivos y negativos (Han et al., 2023). La mayoría de los estudios establecen tres categorías de impactos turísticos: económicos, socioculturales y físicos y medioambientales (Abuhay et al., 2023; Han et al., 2023; Nishinaka et al., 2023; Uysal et al., 2016).

El turismo tiene repercusiones económicas en el emprendimiento, la economía colaborativa, el empleo, los ingresos, la calidad de los productos y/o servicios y el incremento en el costo de vida (Santos-Júnior et al., 2020). Por una parte, la incorporación de tradiciones y artesanías locales a la oferta turística apoya a las culturas locales en su sostenibilidad (Maziliauske, 2024). Entre los principales beneficios económicos documentados del turismo, se encuentran las oportunidades de empleo y de negocio, el crecimiento de las empresas a partir de la facilitación de la venta de productos y servicios locales, el fomento a las inversiones y una mejora de la infraestructura pública (Abuhay et al., 2023). Cabe señalar que, aunque el turismo genera empleos, en la mayoría de los destinos existen temporadas altas y bajas propias de los ciclos estacionales, con demandas de empleo temporal que suelen cubrirse con personal poco calificado o sin calificación, y salarios bajos (Maziliauske, 2024). Por otra parte, la actividad también detona impactos económicos negativos. Entre ellos se encuentran el aumento de precios de bienes y servicios, una distribución desigual de beneficios económicos, y una pérdida de posicionamiento de algunas empresas por el arribo de competidores nacionales y/o extranjeros, entre otros (Abuhay et al., 2023; Huo et al., 2023).

Aunado a lo anterior, el turismo genera impactos socioculturales entre los que se encuentra la formación de capital humano y social, la mejora de la salud, la seguridad pública y la movilidad del destino, así como la inclusión social, entre otros aspectos (Santos-Júnior et al., 2020). Entre sus beneficios se encuentran el desarrollo y el intercambio cultural, el cambio social, además de mejoras en la imagen de la comunidad anfitriona, en la salud pública, la educación y la conservación, y mejoras sociales y de servicios, (Zamani-Farahani & Musa, 2012). Asimismo, se destaca la preservación y promoción de conocimientos, prácticas, folclore, rituales y usos tradicionales de los recursos naturales asociados al territorio (Abuhay et al., 2023). Entre los impactos sociales desfavorables se encuentran el aumento de la delincuencia y un desplazamiento de residentes del destino (Abuhay et al., 2023).

Por otro lado, se observan igualmente impactos físicos y medioambientales. El turismo, en particular el que involucra masas, está sujeto a la conducta antropogénica que puede ser ambivalente: por un lado, algunos visitantes despliegan comportamientos proambientales, coadyuvan a la protección del ambiente

y colaboran para conservar y proteger la biodiversidad y las especies endémicas, sin embargo, otros generan basura, molestan a los animales y suelen utilizar leña para hacer fogatas y cocinar (Abuhay et al., 2023). Estudios previos (Abuhay et al., 2023; Alamineh et al., 2023) señalan que el turismo ecológico puede ser una herramienta de conservación eficaz y generar beneficios económicos que incentiven a las comunidades locales a apoyar los esfuerzos de conservación, y además, puede proporcionar medios de vida alternativos y reducir la presión sobre los recursos naturales y la vida silvestre; sin embargo, también indican que la actividad puede conducir a la degradación de recursos naturales, a la mercantilización de la cultura y al desplazamiento de las comunidades locales. Más aún, el turismo suele requerir un rápido desarrollo de infraestructura, lo que transforma el capital social comunitario, afecta la calidad de vida, y altera las percepciones y adaptaciones de la comunidad (Hussain et al., 2024). Finalmente, para impulsar el desarrollo turístico, algunos gobiernos locales suelen desarrollar infraestructura necesaria, como lo es la construcción de carreteras, estaciones y líneas ferroviarias, aeropuertos, drenaje e infraestructura hídrica, la cual implica costos en términos de riesgo de la vida silvestre, los hábitats y las propias comunidades (Saluja et al., 2022; Abuhay et al., 2023).

Más aún, el turismo tiene implicaciones políticas. Es de resaltar que la dimensión política de los efectos del turismo se menciona en pocos estudios y se vincula principalmente a cuestiones de gobernanza y capital social (Sántos-Júnior et al., 2020). La actitud de los residentes hacia el turismo se relaciona con su involucramiento en los procesos de toma de decisiones, por ello es recomendable fomentar su participación en el proceso de planificación y gobernanza de los destinos (Almeida-García et al., 2016). En tal sentido, los gobiernos -nacionales y locales- deben trabajar de forma conjunta con las comunidades de los destinos turísticos, mediante el desarrollo de planes con enfoque sostenible, en los cuales los esfuerzos se centren en mejorar los medios de vida, las condiciones del territorio y la provisión de recursos (Abuhay et al., 2023). Asimismo, la planificación y la gobernanza del turismo deben tener una orientación sostenible, que permita el equilibrio entre las múltiples dimensiones del desarrollo (Stoddart et al., 2018).

En este trabajo se proponen tres nuevas dimensiones del impacto del turismo: comportamiento proambiental del turista, erosión cultural y prioridades del gobierno. En los últimos años se ha incrementado la conciencia sobre la gravedad de los problemas ambientales, lo que ha propiciado que algunos turistas sean más responsables con el medio ambiente (Kim y Koo, 2020). Además, en el sector también se ha impulsado el despliegue de comportamientos proambientales, vinculados al conocimiento ambiental (Sat et al., 2018). El compromiso de los turistas de mostrar comportamientos proambientales se ve estimulado en mayor medida por su conexión con la naturaleza, cuya praxis es central en la protección de los destinos turísticos (Kim et al., 2018). Los comportamientos proambientales en el sitio fomentan un efecto positivo del turismo (Pearce et al., 2022).

La mercantilización de las culturas puede erosionar su autenticidad e integridad, lo que socava los esfuerzos de preservación cultural (Reddy & Sailesh, 2024). Por ello se dice que uno de los impactos negativos del turismo es la muerte lenta de tradiciones y costumbres, generada por las diferencias generacionales y las influencias occidentales; este fenómeno es conocido como erosión cultural, la cual se define como un cambio en los valores culturales (Tavarez, 2020; Dai et al., 2023). De acuerdo a Mustafa (2021), el desarrollo turístico inadecuado provoca una erosión en la cultura y en la identidad social.

El turismo también tiene efectos en las políticas de los gobiernos. Una práctica común en los gobiernos consiste en comparar las distintas demandas de atención y a partir de allí, establecer prioridades; como resultado de ello, se toman decisiones asociadas a las demandas prioritarias que se atenderán de acuerdo con los objetivos buscados (Velasco, 2016). En algunos territorios el gobierno lidera el desarrollo del sector, y en algunos casos, transforma sociedades tradicionales basadas en lazos de parentesco, en comunidades de turismo comercializadas y con intereses económicos en su núcleo (Ling et al., 2023). Por otra parte, para diversificar y revitalizar la economía de un territorio con recursos endógenos, las entidades gubernamentales locales suelen impulsar el turismo, por lo que invierten en infraestructura y equipamiento a fin de atraer turistas -aunque cabe destacar que los residentes locales de igual forma se benefician de estas mejoras- (Han et al., 2023). En ese sentido, cuando la política turística es una prioridad gubernamental, se esperan impactos favorables en crecimiento económico y desarrollo social (Fernández, 2016).

En este trabajo y a partir de los antecedentes previos, el impacto del turismo se valora como un constructo de segundo orden², compuesto por las siguientes dimensiones: impacto cultural, impacto económico, impacto medioambiental, impacto político administrativo, impacto social, comportamiento proambiental, erosión cultural y prioridades del gobierno. Se trata como constructo de segundo orden dado que estudios previos han identificado impactos positivos y negativos asociados a este, clasificados a partir de la incidencia percibida por los residentes (Almeida et al., 2015).

5. Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad (ADTC)

La relación entre residentes y turistas sigue siendo un tema complejo y poco explorado. Sin embargo, se ha comprobado que cuando los residentes perciben que los costos del turismo superan sus beneficios, tienden a ver a los turistas como una amenaza para su comunidad, lo que genera resistencia hacia esta actividad (Huo et al., 2023). Según investigaciones previas (Saluja et al., 2022; Han et al., 2023), el respaldo de los residentes está estrechamente ligado a su participación en los planes estratégicos de turismo, los cuales deben diseñarse considerando cuidadosamente los impactos que la industria genera en la vida de la comunidad local.

Estudios previos sugieren que el impacto del turismo influye en el apoyo de la comunidad hacia el desarrollo turístico. Por ejemplo, Nishinaka et al. (2023) señalan que los residentes con mayor apego a la comunidad suelen mostrar actitudes negativas hacia el turismo. Asimismo, Almeida et al. (2016) afirman que el respaldo de los residentes depende de su percepción sobre los efectos del turismo, y sus hallazgos revelan que dicha percepción puede estar significativamente sesgada, generando actitudes positivas o negativas según factores como si el residente es o no nativo, el nivel educativo y el tiempo de residencia. En base a esto, se plantea la siguiente hipótesis:

H1. El Impacto del turismo tiene un efecto positivo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad.

6. Calidad de vida (CV)

La investigación sobre la calidad de vida constituye un campo de estudio emergente en el ámbito de las ciencias sociales, del comportamiento, medioambientales y políticas (Uysal et al., 2016). Desde la década del 2000, en el contexto de los destinos turísticos locales, esta variable ha sido objeto de gran atención en la literatura; se le ha asociado con el grado de satisfacción individual o colectiva de los residentes afectados por los impactos positivos y negativos de la actividad turística (Santos-Júnior et al., 2020). El motivo que impulsó al movimiento de los indicadores sociales en la investigación turística se sustentó en la premisa de que las medidas económicas tradicionales del desarrollo social (como el producto interno bruto), no pueden equiparse a indicadores del desarrollo que si captan el bienestar subjetivo de las personas (Uysal et al., 2016).

La calidad de vida es un concepto complejo, multidimensional y transdisciplinar, que hace referencia al bienestar general de las personas (Santos-Júnior et al., 2020). De acuerdo con estudios recientes (Han et al., 2023) los diversos beneficios del desarrollo del turismo tienen un impacto significativo, no solo para la industria del turismo, sino para la sociedad en general, ya que agregan valor al bienestar y a la calidad de vida de residentes; asimismo, los recursos desarrollados para los turistas -como la infraestructura, los restaurantes y las atracciones naturales y culturales-, brindan oportunidades a los residentes y mejoran su calidad de vida. Por otra parte, el turismo genera oportunidades de empleo, ingresos y beneficios que mejoran la calidad de vida de los residentes (Alamineh et al., 2023; Maziliauske, 2024).

Cabe destacar, que el impacto del turismo en la calidad de vida depende del rol personal. En ese sentido, González y Macías (2020) señalan que el turismo fomenta el bienestar económico y social de los residentes, sin embargo, genera algunos efectos negativos, entre los que se encuentra la congestión en la movilidad y el uso de infraestructura; para González et.al (2020), la presencia del turismo influye de manera positiva en la calidad de vida percibida por los residentes, especialmente en aquellos destinos donde el turismo es una actividad económica clave. Advierten además, que el grado de desarrollo del turismo también determina la magnitud y tipo de impactos, sugiriendo que en destinos en proceso de desarrollo, los residentes pueden no percibir de inmediato los beneficios de la actividad. En tal sentido se propone que:

H2. El impacto del turismo tiene un efecto positivo en la Calidad de vida de los residentes.

Por otra parte, algunos componentes del turismo crean servicios que mejoran la calidad de vida de la región, lo que fortalece el sentido de pertenencia y el apoyo a esta industria (Stoddart et al., 2018). Si bien la industria turística en algunos territorios es una actividad económica vital, y su expansión beneficia

a la calidad de vida, también requiere de estrategias de desarrollo sostenibles para mantener el apoyo de los residentes (Žunić et al., 2023). De acuerdo a Šimanski et al. (2022), el turismo responsable es impulsado principalmente por el interés de la calidad de vida de la población local y la redistribución de sus beneficios, lo que en buena medida determina el apoyo al sector. En ese marco, una mejora de la calidad de vida tiene un impacto sustancial y constructivo en el apoyo de los residentes al turismo (Gautam, 2022; Wani et al., 2023; Baig et al., 2024). Con base en ello se plantea que:

H3. La Calidad de vida de los residentes tiene un efecto positivo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad.

Cabe destacar que algunos estudios (González-García et al., 2020; Alagöz et al., 2023) han reportado un efecto mediador significativo de la variable calidad de vida de los residentes, en la relación entre los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del turismo. Por ello, se establece que:

H4. La Calidad de vida tiene un papel mediador entre el Impacto del turismo y el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad.

7. Metodología

Este estudio utilizó un diseño de investigación transversal no experimental. El trabajo de campo se realizó durante los meses de octubre de 2023 a enero de 2024. El proceso de muestreo se dirigió a personas económicamente activas, y como criterio de inclusión se eligió a sujetos responsables o corresponsables de cubrir gastos personales o familiares y de vivienda, que no laboraran en el sector turismo, dado que se considera que las personas dependientes de esta actividad carecen de una percepción objetiva de la misma, sesgada a su favor (Nishinaka et al., 2023).

La muestra se compone de 332 observaciones obtenidas de residentes de Ensenada, Baja California. Este tamaño de muestra cumple con las recomendaciones de Nitzl (2016), quien sugiere un mínimo de 212 observaciones para asegurar una potencia estadística del 80%, un R² de al menos 0.10, con un 1% de margen de error y hasta diez variables independientes en los modelos de medición y estructural. Por lo tanto, el tamaño de muestra de 332 observaciones es adecuado para respaldar el modelo propuesto en esta investigación. Del total de participantes, el 54.8% fueron mujeres y el 43.4% hombres. En cuanto a la escolaridad, el 77% de los encuestados reportó haber cursado estudios de nivel medio superior o superior y la edad promedio de los participantes fue de 30 años.

El cuestionario se diseñó a partir de instrumentos previamente validados. Los impactos del turismo se valoraron con 8 dimensiones o factores subyacentes, es decir, presenta una estructura de ocho factores de primer orden y un constructo de segundo orden. Como se comentaba previamente, los constructos son conceptos originales o conjuntos de conceptos novedosos creados y relacionados para resolver problemas científicos (Arias, 2017), conocidos también como variables latentes dado que no son observables de manera directa sino a través de sus indicadores.

A partir de las cinco dimensiones planteadas por González et al. (2018), como constructo de segundo orden, y de la revisión de la literatura, las dimensiones incluidas en este trabajo son las siguientes: impactos económicos, impactos culturales, impactos políticos, impactos sociales e impactos ambientales, comportamiento proambiental, erosión cultural y prioridades del gobierno, con sus respectivos ítems. Respecto al apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad, se adaptaron seis ítems y se construyeron cuatro a partir de Lee (2013) y González et al. (2020). Para medir la calidad de vida se adaptaron cuatro ítems de escalas previas y se construyeron tres ítems a partir de los descritos en González et al. (2020) y Ma y Kaplanidou (2017). Las respuestas se valoraron con una escala tipo Likert de cinco puntos (desde 1 = totalmente en desacuerdo hasta 5 = totalmente de acuerdo).

Los ítems fueron adaptados para residentes de la comunidad en que se aplica el instrumento, y se validaron por expertos, de forma previa a su aplicación. Para garantizar la claridad, confiabilidad y exhaustividad del cuestionario, se realizó una prueba piloto y se analizó la confiabilidad de los ítems de la escala. Los resultados de este proceso evidenciaron la confiabilidad del instrumento, dado que en todos los casos el coeficiente alfa de Cronbach superó el umbral mínimo de 0.70.

Para el análisis de los datos se utilizó el modelado de ecuaciones estructurales, técnica multivariable que permite valorar relaciones complejas entre varios constructos. Con el software Smart PLS versión 3.2 se analizaron los datos y se creó el modelo de segundo orden o modelo de componentes jerárquicos (HCM). El modelo de investigación se conformó de tres constructos, uno de ellos de segundo orden formado por constructos reflectivos de primer orden, por ello su evaluación se desarrolló en dos etapas: 1) se valoró el modelo de primer orden, se verificaron los criterios de calidad de los modelos de medición y estructural; 2) las puntuaciones del constructo de primer orden (variables latentes) se utilizaron para construir el modelo que contiene el constructo de segundo orden “Impacto del turismo” y los constructos de primer orden “Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad” y “Calidad de vida”, de tal manera que el modelo de investigación se probó con un constructo reflectivo de segundo orden y dos constructos reflectivos de primer orden. Es decir, se trata de un modelo HCM reflectivo-reflectivo tipo I (Hair et al., 2021).

8. Resultados.

La población del estudio incluye solo ciudadanos residentes en Ensenada, Baja California y algunas características demográficas de estos se observan en la Tabla 1. La muestra obtenida de 332 encuestados estuvo conformada en un 54.8% por mujeres y 43.4% por hombres (un 1.8% prefirió no decirlo); en cuanto al nivel educativo, la mayoría posee estudios universitarios (56.3%). De estos, un 8.1% cuenta con estudios de maestría y un 3.6% con doctorado. Los niveles educativos más bajos están menos representados como es el caso de la educación primaria (0.9%), secundaria (3.3%). Además, un 6.3% cuenta con una carrera técnica (6.3%) y educación preparatoria (21.4%). Asimismo, la media de edad fue de 30.2, con una desviación estándar de 11.9 años, mientras que la media de años viviendo en la localidad fue de 20.8, con una desviación estándar de 13 años. Asimismo, la media de ingreso mensual ascendió a \$10,568, con una desviación de \$11,360.

Tabla 1: Perfil sociodemográfico de los encuestados

Indicador (n = 332)		Frecuencia	%
<i>Estado civil</i>	Soltero	205	61.7
	Casado	92	27.7
	Unión libre	24	7.2
	Divorciado	7	2.1
	Viudo	4	1.2
<i>Situación laboral</i>	Desempleado	80	24.1
	Empleado	192	57.8
	Empresario	52	15.7
	Jubilado/pensionado	8	2.4

Fuente: Elaboración propia con resultados de SPSS.

9. Modelo de medida

Las Tablas 2 a 11 muestran los distintos ítems y sus cargas. La mayoría de las cargas superaron el umbral mínimo establecido de 0.708 (Hair et al., 2017), sin embargo, se eliminaron siete ítems por exhibir cargas menores a dicho umbral (CV7, IC8, IS6, IE7, IE9, IMA5 y PG4).

Tabla 2: Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad: ítems y cargas factoriales

Ítems. Se observa apoyo en la localidad a:	Carga factorial
ADTC1 La llegada de más turistas realizando diversas actividades	0.852
ADTC2 Que el turismo tenga un papel económico fundamental	0.872
ADTC3 El desarrollo de eventos, programas y servicios turísticos (por ejemplo: instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.)	0.874
ADTC4 El desarrollo del turismo a través de actividades acuáticas	0.827
ADTC5 El desarrollo del turismo gastronómico (restaurantero-alimentos)	0.861
ADTC6 El desarrollo del turismo de naturaleza (senderismo, cicloturismo, entre otros.)	0.836
ADTC7 El desarrollo del turismo de cruceros	0.831
ADTC8 El desarrollo del turismo de carreras <i>off road</i>	0.715
ADTC9 El desarrollo del turismo de eventos deportivos (carreras de bicicletas, maratones, triatlón, etc.)	0.873
ADTC10 El desarrollo del enoturismo (industria del vino)	0.877

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 3: Calidad de vida: ítems y cargas factoriales

Ítems. A partir del desarrollo de la industria turística en mi localidad	Carga factorial
CV1 En general, estoy satisfecho con mi nivel de calidad de vida actual	0.761
CV2 Considero que mi localidad es un lugar agradable para vivir	0.876
CV3 Considero el turismo ha mejorado la calidad de vida de los residentes locales	0.821
CV4 El futuro de mi localidad es prometedor y/o esperanzador	0.737
CV5 Mi nivel de calidad de vida ha mejorado	0.817
CV6 Han aumentado las oportunidades de desarrollo personal y profesional	0.732

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 4: Comportamiento proambiental: ítems y cargas factoriales

Ítems. Los turistas que llegan a mi localidad	Carga factorial
CPA1 Se preocupan por el medio ambiente	0.820
CPA2 Ponen en práctica acciones para reducir el consumo de recursos (energía, agua, aire) y desechos (basura)	0.870
CPA3 Consumen productos y servicios que tienen un bajo impacto en el medio ambiente	0.750

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 5: Erosión cultural: ítems y cargas factoriales

Ítems. En mi localidad	Carga factorial
EC1 La demanda comercial de los turistas genera cambios negativos en las actividades culturales tradicionales	0.773
EC2 Los eventos y actividades culturales que se realizan mayormente están dirigidos al entretenimiento (y no al aprendizaje y entendimiento) de los turistas.	0.868
EC3 El fomento del turismo pone en riesgo la pérdida de cultura en mi localidad	0.722

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 6: Impacto cultural: ítems y cargas factoriales

Ítems. La industria turística en mi localidad	Carga factorial
IC1 Fomenta una amplia variedad de actividades culturales y eventos para los residentes.	0.836
IC2 Ayuda a mantener viva la cultura y la identidad de los residentes.	0.773
IC3 Ha dado lugar a un mayor intercambio cultural entre turistas y residentes siendo una experiencia enriquecedora	0.827
IC4 Ha incentivado la construcción de infraestructura (instalaciones) para la difusión de la cultura local	0.736
IC5 La demanda comercial de los turistas genera cambios negativos en las actividades culturales tradicionales	0.762
IC6 Enaltece la cultura (o las manifestaciones culturales) local	0.718

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 7: Impacto social: ítems y cargas factoriales

Ítems. El turismo en mi localidad	Carga factorial
IS1 Genera problemas sociales como la delincuencia, consumo de drogas, prostitución.	0.784
IS2 Frecuentemente crea conflictos entre los habitantes locales y los visitantes	0.813
IS3 Afecta a los residentes quienes padecen sus consecuencias por vivir en una zona de destino turístico.	0.819
IS4 Produce masificación de playas, senderos, parques y lugares al aire libre en la comunidad	0.806
IS5 Crea más problemas que beneficios	0.754

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 8: Impacto económico: ítems y cargas factoriales

Ítems. El turismo en mi localidad	Carga factorial
IE1 Aporta una mayor inversión económica	0.884
IE2 Ayuda a mejorar la situación económica para muchos residentes	0.895
IE3 Crea una oportunidad de mercado y atrae inversión nacional y/o extranjera	0.915
IE4 Se beneficia de otros sectores económicos no turísticos	0.781
IE5 Crea más (nuevas) oportunidades de empleo para las personas	0.881
IE6 Tiene un impacto positivo en los ingresos (recaudación) del gobierno	0.843
IE8 Beneficia a otros sectores económicos de la localidad	0.812

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 9: Impacto medioambiental: ítems y cargas factoriales

Ítems. El turismo en mi localidad	Carga factorial
IMA1 Provoca contaminación en el medio ambiente y acelera su deterioro	0.861
IMA2 Genera contaminación acústica (ruidos), del aire y del agua	0.719
IMA3 Necesita normas ambientales reglamentarias para reducir los impactos negativos asociados a su desarrollo	0.949
IMA4 Consume una gran cantidad de recursos naturales (agua, energía...)	0.718

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 10: Impacto político-administrativo: ítems y cargas factoriales

Ítems. La industria del turismo en mi localidad	Carga factorial
IPA1 Debe planificarse para el futuro	0.852
IPA2 Debe mejorar continuamente sus planes de desarrollo	0.867
IPA3 Requiere apoyo del gobierno para atraer a una mayor cantidad de turistas.	0.806
IPA8 Demanda del gobierno la mejorara de la infraestructura pública para los residentes locales, antes que para los turistas	0.836

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Tabla 11: Prioridades del gobierno: ítems y cargas factoriales

Ítems. La industria del turismo en mi localidad	Carga factorial
PG1 Cabildea para que el gobierno use recursos financieros, materiales y humanos para mejorar áreas y espacios que benefician mayormente a los turistas.	0.734
PG2 Cabildea para que el gobierno prefiera ofrecer una mayor calidad en los servicios públicos (seguridad, agua, drenaje, alumbrado, pavimentación, etc.) a los turistas que a los habitantes locales.	0.720
PG3 Cabildea para que el gobierno de un mejor trato a los turistas nacionales y/o extranjeros sobre los residentes locales.	0.809

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

La tabla 12 presenta la confiabilidad y validez para los constructos de primer orden, los cuales se contrastan con los estándares establecidos en distintos trabajos (Hair et al., 2017; Hair et al., 2020). Los valores de alfa de Cronbach, Rho_A y fiabilidad compuesta deben encontrarse en un rango entre 0.700 y 0.950. En el caso de *ADTC* e impacto económico (*IE*), los indicadores excedieron el punto de corte máximo (0.950), lo que pudiera asociarse a la existencia de ítems redundantes. Se revisaron los estadísticos de colinealidad (*VIF*) de los indicadores y se eliminaron los ítems con valores superiores a 5 (*ADTC3*, *ADTC5*, *ADTC9* e *IE3*) y con ello se cumplió con los criterios de corte estándar (0.7 - 0.95) (Arosa et al., 2022). Por otro lado, la validez convergente se determinó con la varianza media extraída (*AVE*), la cual evidencia la varianza media compartida entre la variable latente y sus ítems; el punto de corte mínimo es 0.500 (Hair et al., 2020). Los resultados del análisis de *AVE* señalan que existe validez convergente, dado que en todos los casos se excede del punto de corte recomendado. En resumen, se cuenta con un modelo de medición válido y confiable.

Tabla 12: Validez y confiabilidad de los modelos de medición (reflectivos)

Constructo	Alfa de Cronbach	Rho_A	Fiabilidad compuesta	AVE
Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad (ADTC)	0.935	0.937	0.948	0.721
Calidad de vida (CV)	0.898	0.903	0.921	0.662
Comportamiento proambiental (CPA)	0.856	0.888	0.911	0.774
Erosión cultural (EC)	0.724	0.821	0.833	0.625
Impacto cultural (IC)	0.893	0.899	0.918	0.654
Impacto social (IS)	0.869	0.933	0.900	0.642
Impacto económico (IE)	0.940	0.942	0.942	0.769
Impacto medioambiental (IMA)	0.885	0.904	0.920	0.742
Impacto político-administrativo (IPA)	0.905	0.906	0.934	0.780
Prioridades del gobierno (PG)	0.799	0.802	0.882	0.713

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Luego, para determinar la validez discriminante, se utilizó la relación heterotrait-monotrait (*HTMT*). En este caso, los resultados deben ser menores de 0.850 o de 0.900, de acuerdo con la naturaleza de las variables latentes del modelo: el primer criterio se emplea cuando los constructos son distintos conceptualmente y el segundo cuando se valora la relación entre constructos conceptualmente similares (Henseler et al., 2015; Hair et al., 2020). Como se muestra en la tabla 13, los resultados de este criterio documentan que el modelo de medición presenta validez discriminante.

Tabla 13. Evaluación de la validez discriminante de acuerdo con la proporción heterotrait-monotrait (HTMT).

	ADTC	CV	CPA	EC	IC	IS	IE	IMA	IPA	PG
ADTC										
CV	0.712									
CPA	0.414	0.602								
EC	0.298	0.410	0.238							
IC	0.672	0.705	0.348	0.531						
IS	0.186	0.120	0.152	0.567	0.205					
IE	0.648	0.605	0.212	0.353	0.749	0.158				
IMA	0.350	0.260	0.106	0.453	0.353	0.607	0.404			
IPA	0.726	0.516	0.112	0.411	0.715	0.241	0.762	0.504		
PG	0.468	0.431	0.180	0.650	0.607	0.457	0.454	0.499	0.647	

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

9. Modelo estructural

El modelo estructural se valoró con los valores *VIF* de los constructos, los coeficientes de determinación (R^2), los indicadores (Q^2) de Stone Geisser, los valores de tamaño del efecto (f^2) y los valores path de las relaciones propuestas. Cuando los valores *VIF* son inferiores a 3.0, se carece de problemas de multicolinealidad (Hair et al., 2019). En el modelo de este trabajo, el valor máximo fue 1.000, como se muestra en la tabla 3. Además, se revisaron los coeficientes de determinación, que son indicadores más utilizados para evaluar la predicción del modelo estructural, y que representan la varianza explicada de los constructos endógenos; se trata de medidas de predicción aplicables en la muestra de datos, con valores que oscilan entre 0 y 1 (los valores más altos indican un mayor poder explicativo) (Hair et al., 2020; Hair et al., 2021). Como regla general, los valores de R^2 mayores a 0.75 evidencian un nivel de explicación sustancial, R^2 mayor a 0.50 moderada, y R^2 mayor a 0.25 débil (Hair et al., 2021). Los resultados del modelo (tabla 3) evidencian un nivel explicativo débil (0.406) para la calidad de vida y una capacidad explicativa moderada (0.573) para *ADTC*. También se revisaron los coeficientes f^2 . En este caso, el tamaño del efecto se clasifica como pequeño cuando los valores se encuentran entre 0.02 y 0.14, mediano cuando se ubica entre 0.15 y 0.35 y grande cuando exceden de 0.35 (Hair et al., 2019). Como se muestra en la tabla 14, existe un efecto pequeño de *CV* sobre *ADTC*, mediano de *IT* a *ADTC*, y grande de *IT* a *ADTC*.

Tabla 14: Modelo estructural

Constructo	VIF	R^2	Q^2	Relaciones	f^2
ADTC	1.000	0.573	0.565	IT → ADTC	0.333
CV	1.000	0.406	0.397	IT → CV	0.638
IT	1.000			CV → ADTC	0.165

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

En este contexto, las hipótesis $H1$, $H2$, $H3$, se sustentan ya que sus valores t son mayores de 1.96 y sus *valores p* menores de 0.05 (ver tabla 15). Se concluye que el Impacto del turismo tiene un efecto positivo y significativo y directo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad ($\beta=0.489$; *valor t*=9.799; $p=0.000$) y en la Calidad de vida de los residentes ($\beta=0.637$; *valor t*=13.813; $p=0.000$). También se encontró que la Calidad de vida de los residentes tiene un efecto directo, positivo y significativo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad ($\beta = 0.344$; *valor t* = 6.961; $p = 0.000$).

Tabla 15: Resultados del modelo estructural

Hipótesis	Coefficiente de path	Valor t	Valor p	Decisión
H1: El impacto del turismo tiene un efecto positivo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad.	0.489	9.799	0.000	No rechazo
H2: El impacto del turismo tienen un efecto positivo en la Calidad de vida de los residentes	0.637	13.813	0.000	No rechazo
H3: La Calidad de vida de los residentes tiene un efecto positivo en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad	0.344	6.961	0.000	No rechazo

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

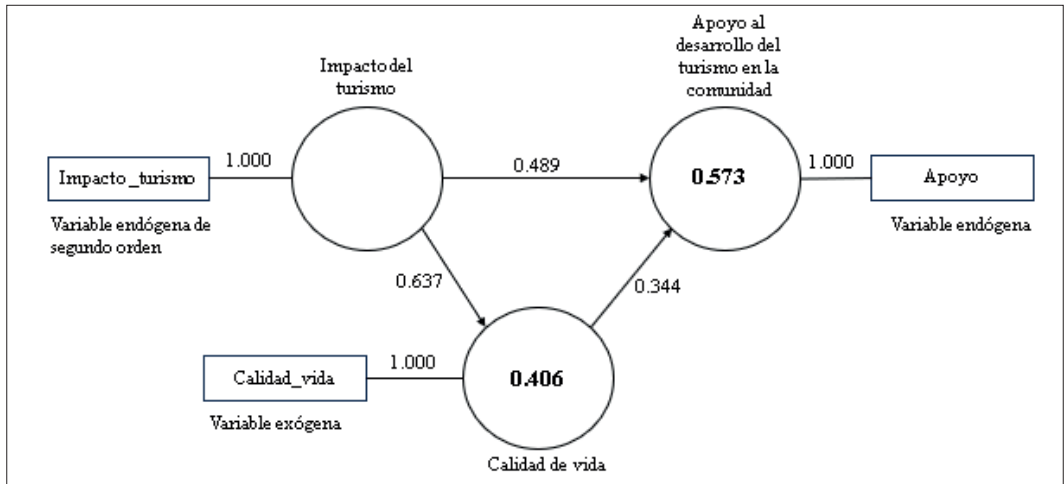
La hipótesis $H4$ se postuló para determinar el efecto mediador de la Calidad de vida de los residentes entre el Impacto del turismo y el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Siguiendo la propuesta de Hair et al. (2019), como primer paso se probó la significancia del efecto indirecto de la variable mediadora, el resultado fue un efecto positivo y significativo ($\beta = 0.219$, $p=0.000$), como se muestra en la tabla 16. Luego se valoró el efecto directo ($\beta=0.489$; $p=0.000$, el intervalo de confianza no incluye el cero), en el cual como se comentó con antelación, se identificó una relación positiva y significativa. De acuerdo con los resultados, es posible afirmar que existe una mediación complementaria (Hair et al., 2019), lo que significa que una fracción del efecto de la variable IT sobre la variable $ADTC$ es mediada por la variable CV (Henseler et al., 2015). Con base en estos resultados, se evaluó la fuerza de la porción mediada, calculando la relación entre el efecto indirecto y el efecto total (VAF) (Demuner, 2021; Manzi-Puertas et al., 2024), procedimiento sugerido por Nitzl et al. (2016) a través del ratio efecto indirecto entre efecto total (0.489/0.709). El resultado arroja un valor de 68.9%, es decir, se encuentra entre 20% y 80%, por lo que se confirma que la mediación se considera parcial en el modelo estructural. La variable mediadora calidad de vida explica el 68.9% de la varianza del apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Este resultado confirma la hipótesis de la mediación (H_4) y proporciona soporte empírico que demuestra el papel de mediación de la Calidad de vida en el modelo. El modelo contrastado se presenta en la figura 1.

Tabla 16: Efecto mediador.

Relación	β	Valor t	Valor p
Efecto directo: $IT \rightarrow ADTC$	0.489	9.979	0.000
Efecto indirecto específico: $IT \rightarrow CV \rightarrow ADTC$	0.219	6.656	0.000
Efecto total: $IT \rightarrow ADTC$	0.709	17.180	0.000

Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

Figura 1: Modelo contrastado



Fuente: Elaboración propia con resultados de Smart PLS

10. Discusión

La mayoría de los estudios revisados sobre los impactos del turismo se centran únicamente en las dimensiones económica, social y ambiental. No obstante, en este análisis se ha abordado la variable desde un enfoque más amplio, considerándola como un constructo de segundo orden compuesto por las dimensiones económica, cultural, social, medioambiental, político-administrativa, comportamiento proambiental, erosión cultural y prioridad gubernamental. Estas dimensiones incluyen ítems que permiten evaluar el valor hedónico, tanto positivo como negativo, eliminando el supuesto de bipolaridad. Esto permite superar algunas de las limitaciones señaladas por la teoría del intercambio social, identificadas por Cropanzano et al. (2017).

Los resultados de este estudio muestran que el modelo de segundo orden cumple con los criterios de evaluación establecidos. En el contexto analizado, el impacto del turismo se manifiesta de manera más significativa en las dimensiones cultural y político-administrativa. Estos hallazgos coinciden con los de Millán et al. (2016), quienes destacan la creciente interpenetración cultural y los temores de una posible erosión cultural. De igual manera, Cruz (2021) señala que el turismo genera tanto efectos negativos como positivos; entre los beneficios, destaca que en el ámbito cultural contribuye a la conservación de bienes tangibles e intangibles como las artes, la artesanía y la creatividad. En la dimensión político-administrativa, los resultados son comparables con los de González et al. (2019), quienes afirman que una adecuada planificación de la industria turística favorece el apoyo al desarrollo de esta actividad dentro de la comunidad.

Se planteó que el Impacto del turismo impacta positiva y significativamente en el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Los hallazgos evidencian lo anterior y coinciden con lo reportado por Saluja et al. (2022) y Han et al. (2023) quienes señalan que la percepción positiva o negativa del turismo por parte de los residentes incide en su apoyo o rechazo al sector turístico. En el contexto de estudio, el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad se despliega en mayor grado a través del apoyo al desarrollo del enoturismo (industria del vino) y del apoyo al desarrollo de eventos, programas y servicios turísticos (por ejemplo, instalaciones de recreo, exposiciones, acontecimientos deportivos, eventos, etc.) en la localidad.

Además, se postuló que el Impacto del turismo tiene un efecto positivo en la Calidad de vida de los residentes. Los hallazgos evidencian lo anterior y coinciden con lo reportado en trabajos previos (Santos-Júnior et al., 2020; Alamineh et al., 2023; Han et al., 2023; Maziliauske, 2024) que indican que el turismo propicia la creación de servicios que mejoran la calidad de vida de la región y que la presencia de esta actividad mejora la calidad de vida de los residentes locales. En consonancia con los estudios de González y Macías Ramírez (2020), encontramos que los residentes de Ensenada perciben

beneficios económicos directos derivados del turismo, lo que influye positivamente en su calidad de vida percibida. Esto es consistente con la Teoría del Intercambio Social, que indica que los residentes apoyarán el desarrollo turístico siempre que los beneficios superen los costos. En el contexto de estudio, la Calidad de vida se despliega en mayor grado en la percepción de que Ensenada es un lugar agradable para vivir y el turismo ha mejorado la calidad de vida de los residentes locales. En este sentido, se considera importante que los diferentes niveles de gobierno trabajen de forma conjunta, dado que en algunos territorios el turismo se asocia a fenómenos negativos como la delincuencia, la prostitución y el consumo de drogas, los cuales competen a órdenes gubernamentales diferentes (Zamani-Farahani & Musa, 2012). A la par de lo anterior, existe preocupación de los residentes sobre el impacto negativo de la actividad en infraestructura y movilidad ante el aumento del número de visitantes (González y Macías, 2020). Esta percepción subraya la necesidad de políticas públicas que equilibren el desarrollo turístico con la gestión sostenible de los recursos locales, tal como lo sugieren diversos estudios sobre la sostenibilidad del turismo (Andereck & Nyaupane, 2011).

Los resultados también confirman la postulación de que la Calidad de vida influye positiva y significativamente sobre el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Así, se coincide con los argumentos de Stoddart et al. (2018), Gautam (2023), Wani et al. (2023) y Baig et al. (2024) quienes indican que la mejora de la calidad de vida determina el apoyo de la población a las actividades turísticas. En adición, se confirmó que la Calidad de vida tiene un papel mediador entre el Impacto del turismo y el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad. Este resultado es consistente con estudios disponibles en la literatura académica (González et al., 2020; Alagöz et al., 2023). La explicación del papel mediador de la Calidad de vida percibida entre el Impacto del turismo y el Apoyo al desarrollo del turismo en la comunidad contribuye a la teoría del intercambio social y es el hallazgo más importante de la investigación.

11. Conclusiones

El presente estudio contribuye a la literatura al analizar cómo la percepción de los ciudadanos sobre los diferentes impactos del turismo impacta en su calidad de vida y en el apoyo que otorgan al desarrollo de esta actividad en su localidad. Los resultados confirman que los impactos del turismo y la calidad de vida tienen un rol estratégico para detonar el apoyo al turismo. En tal sentido, las políticas públicas de desarrollo endógeno y las políticas de turismo deben revisarse a fin de buscar niveles sustentables de equilibrio y desarrollo.

Una de las contribuciones prácticas del estudio se asocia con la aplicabilidad de las teorías del intercambio social y del derrame ascendente. En el turismo la interacción entre actores es inherente, detona un ciclo a partir de los impactos que puede ser positivo y lograr el apoyo, o negativo y propiciar el rechazo de la comunidad. En tal sentido, tanto gobierno como sector turístico deben trabajar de forma colaborativa en la planificación de la actividad, para minimizar las externalidades negativas y potenciar las positivas, desde un enfoque sustentable. De esta manera, nuestros resultados contribuyen a la discusión sobre la relación entre turismo y calidad de vida en destinos mexicanos, reafirmando que el nivel de desarrollo turístico y la integración de las comunidades locales en los procesos de planificación son factores clave para maximizar los impactos positivos del turismo. Esto resalta la importancia de desarrollar estrategias sostenibles y participativas, como sugieren estudios previos en México, para asegurar que los beneficios del turismo sean distribuidos equitativamente y que los impactos negativos sean mitigados de manera efectiva.

Como futuras líneas de investigación, se propone dar continuidad a este estudio para validar los resultados obtenidos y profundizar en la identificación de los impactos específicos del turismo y los servicios turísticos que afectan la calidad de vida y el apoyo al sector. Además, es fundamental analizar cómo los distintos factores macroeconómicos inciden en este proceso, así como examinar los efectos del turismo sobre la sustentabilidad del territorio. Dado que el presente estudio es de enfoque cuantitativo, se sugiere complementarlo con metodologías cualitativas que permitan identificar factores no detectados debido a las limitaciones propias del diseño cuantitativo. Asimismo, es crucial diferenciar los impactos según su origen, como podría ser el distinguir entre los impactos individuales, que derivados de la interacción de la actividad turística con la población local, y los relacionados con el entorno, resultado de la percepción de los cambios que el turismo genera en diversas dimensiones.

Bibliografía

- Abuhay, T., Teshome, E. & Mulu, G. (2023). A tale of duality: Community perceptions towards the ecotourism impacts on Simien Mountains National Park, Ethiopia. *Regional Sustainability*, 4(4), 453-464. doi.org/10.1016/j.regsus.2023.11.007.
- Alagöz, G., Güneş, E., Uslu, A. & Taş, M. (2023). Turizmin etkilerinin turizmin turizmin gelişimine destek üzerindeki etkisi: Yerel halkın yaşam kalitesinin aracı rolü. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 1, 270–291. doi.org/10.15295/bmij.v1i1i.2209
- Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Endaweke, Y. & Taddesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara regional state. *Heliyon*, 9(6), e17088. doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17088.
- Almeida García, F., Balbuena Vázquez, A. & Cortés Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A. & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena, *Tourism Management*, 54, 259-274. doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007.
- American Psychological Association (s.f.). APA Dictionary of Psychology. Disponible en: https://dictionary.apa.org/construct
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260. doi.org/10.1177/0047287510362918
- Arévalo P. G. (2018). La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 122-134. doi.org/10.4067/S0718-235X2018000200122
- Arias, F. G. (2018). Diferencia entre teoría, aproximación teórica, constructo y modelo teórico. *Actividad Física y Ciencias*, 10(2), 7-12.
- Arias, F. (2017). Nuevos Errores en la Elaboración de Tesis Doctorales y Trabajos de Grado. Sinopsis Educativa, 17 (1-2). [Revista en línea]. Disponible en: http://revistas.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/view/6720
- Ary, D., Jacobs, L. y Razavieh, A. (1989). Introducción a la investigación pedagógica. México: McGraw-Hill.
- Arosa C. C., Dakduk, S. & Chica Mesa, J. C. (2022). La calidad de la relación comercial: escala de medida para agronegocios (Colombia). *Universidad & Empresa*, 24(43), 1-30. doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11290
- Baig, S., Ali, A. & Khan, S. U. (2024). Exploring the interplay of tourism impacts, quality of life, and community engagement in developing sustainable nature-based tourism in Pakistan. *GeoJournal: Spatially Integrated Social Sciences and Humanities*, 89(1). doi.org.libcon.rec.uabc.mx/10.1007/s10708-024-11025-6
- Barroso-Castro, C., Cepeda-Carrión, G. y Roldán-Salgueiro, J.L. (2007). Constructos latentes y agregados en la Economía de la Empresa. En Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX CONGRESO NACIONAL Y XVI CONGRESO HISPANO FRANCES DE AEDEM (979-993), Palma de Mallorca: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2487672
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. *Academy of management annals*, 11(1), 479-516. http://dx.doi.org/10.5465/annals.2015.0099
- Cruz Rodríguez, N. J. (2021). Ecoturismo y turismo cultural: impactos positivos y negativos en el departamento de Boyacá, Colombia. *Turismo y patrimonio*, (17), 29-43. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.02
- Dai, M. L., Fan, D.X.F., Wang, R., Ou, Y. H. & Ma, X. L. (2023). Does rural tourism revitalize the countryside? An exploration of the spatial reconstruction through the lens of cultural connotations of rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 29, 100801. doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100801.
- Demuner F. M. R. (2021). Capacidad de innovación en empresas mexicanas: mediación en la relación orientación al aprendizaje-rendimiento empresarial. *Acta Universitaria*, 31, 1-19. doi.org/10.15174/au.2021.3185
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D. & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079. doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224

- Fernández, P. A. M. (2016). Una revisión del programa Pueblos Mágicos. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(1), 3-34.
- Gautam, V. (2023). Why local residents support sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 877–893. doi.org/10.1080/09669582.2022.2082449
- González-García, R. J., Añó-Sanz, V., Parra-Camacho, D. & Calabuig-Moreno, F. (2018). Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education & Sport*, 18(1), 149–156. doi.org/10.7752/jpes.2018.01019
- González-García, R. J., González-Serrano, M. H., & Ayora-Pérez, D. (2019). El turismo activo en la comunidad. Relación entre impactos percibidos por los residentes y apoyo al desarrollo del sector. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 8(1), 9–16. https://doi.org/10.6018/sportk.362261
- González-García, R. J., Escamilla-Fajardo, P., López-Carril, S. & Nuñez-Pomar, J. (2020). Residents perceptions of sports tourism: impacts, quality of life and support for the industry. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 20(2), 174-188.
- González D.A., & Macías R., A. R. (2020). Influence of VFR Tourism on the Quality of Life of the Resident Population. *Journal of Tourism and Services*, 11(20), 60–73. doi.org/10.29036/jots.v11i20.142
- González D.A., Espinoza S.R. y Cuevas-Contreras, T. J. (2020). Diferencias en la percepción de la calidad de vida (CV) por residentes a partir de la presencia del turismo en tres localidades mexicanas. *El Periplo Sustentable*, 38, 219–241. doi.org/https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i38.11174
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P. & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook* (p. 197). Springer Nature.
- Hair J. F., Howard, M. C. & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M. & Sarsted, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*; SAGE: Thousand Oaks, CA, USA.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Castillo Apraiz, J., Cepeda Carrión, G. & Roldán, J. L. (2019). *Manual de partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2da. ed.). OmniaScience.
- Han, S., Ramkissoon, H., You, E. & Kim, M. J. (2023). Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 100643. doi.org/10.1016/j.jort.2023.100643.
- Hauso, S. A., Thuen J. M. & Wassler, M. (2024). Residents' coping with cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 105, 103732. doi.org/10.1016/j.annals.2024.103732.
- Henseler, J., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8
- Huo, T., Yuan, F., Huo, M., Shao, Y., Li, S. & Li, Z. (2023). Residents' participation in rural tourism and interpersonal trust in tourists: The mediating role of residents' perceptions of tourism impacts. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 457-471. doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.011.
- Hussain, A., Mandić, A. & Fusté-Forné, F. (2024). Transforming communities: Analyzing the effects of infrastructure and tourism development on social capital, livelihoods, and resilience in Gilgit-Baltistan, Pakistan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 59, 276-295. doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.04.017.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2022). PIB por Entidad Federativa (PIBE). Base 2013. https://www.inegi.org.mx/programas/pibent/2013/#Tabulados
- Kim, M. S., Kim, J. & Thapa, B. (2018). Influence of environmental knowledge on affect, nature affiliation and pro-environmental behaviors among tourists. *Sustainability*, 10(9), 3109. doi.org/10.3390/su10093109
- Kim, M. & Koo, D. W. (2020). Visitors' pro-environmental behavior and the underlying motivations for natural environment: Merging dual concern theory and attachment theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102147. doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102147.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530. doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7

- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46. doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007.
- Ling, D. M., Fan, D. X. F., Wang, R., Hong O. Y. & Long Ma, X. (2023). Does rural tourism revitalize the countryside? An exploration of the spatial reconstruction through the lens of cultural connotations of rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 29, 100801. doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100801.
- López, T. V. G., Marín V. M. E. & Moreno M. L. R. (2012). La competitividad de la industria del vino de Baja California, México. Análisis estratégico. *Revista Vértice Universitario*, 14(53), 29-37.
- Ma, S. C. & Kaplanidou, K. (2017). Legacy perceptions among host Tour de Taiwan residents: the mediating effect of quality of life. *Leisure Studies*, 36(3), 423-437. doi.org/10.1080/02614367.2015.1128475
- Manzi-Puertas, M. A., Agirre-Aramburu, I. & López-Pérez, S. (2024). Navigating the student entrepreneurial journey: Dynamics and interplay of resourceful and innovative behavior. *Journal of Business Research*, 174, 114524. doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114524
- Maziliauske, E. (2024). Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Socio-cultural sustainability benefits to rural destinations. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101201. doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101201.
- Millán Vázquez de la Torre, G., Pérez, L. M., & Martínez Cárdenas, R. (2016). Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII(1), 85-97.
- Monterrubio, C., Sosa-Ferreira, A. P. & Osorio-García, M. (2018). Impactos del turismo residencial percibidos por la población local: una aproximación cualitativa desde la teoría del intercambio social. *LiminaR*, 16(1), 103-118. doi.org/10.29043/liminar.v16i1.567
- Montiel, F. J. C., Díaz, C.I. A. & Lozano Ramírez, M. C. (2019). Las Buenas Prácticas para el enoturismo sustentable en el Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California, México. Un enfoque desde las Ciencias Sociales y Administrativas. *El Periplo Sustentable*, (37), 62-91.
- Morales Zúñiga, L.C. (2010). Cambios en el estilo nacional de desarrollo y promoción del sector turístico en Costa Rica. *Revista De Ciencias Económicas*, 28(2), 295-309. https://doi.org/10.15517/rce.v28i2.7090
- Mustafa, M.H. (2021). Cultural Heritage: A Tourism Product of Egypt under Risk. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 1(49), 243 - 257. doi.org/10.14505/jemt.v12.1(49).21
- Nishinaka, M., Masuda, H. y Frochot, I. (2023). Exploring the perceptions and attitudes of residents at modern art festivals: The effect of social behavior on support for tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 30, 100818. doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100818.
- Nitzl, C. (2016). The use of partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) in management accounting research: Directions for future theory development. *Journal of Accounting Literature*, 37, 19-35. doi.org/10.1016/j.acclit.2016.09.003
- Nitzl, C., Roldan, J. L. & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modeling: Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management and Data Systems*, 116(9), 1849-1864. doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0302
- Pearce, J., Huang, S. S., Dowling, R. K. & Smith, A. J. (2022). Effects of social and personal norms, and connectedness to nature, on pro-environmental behavior: A study of Western Australian protected area visitors. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100966. doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100966
- Ramírez S. S., McCay, B. J., Johnson, T. R. & Weisman, W. (2011). Surgimiento, formación y persistencia de organizaciones sociales para la pesca ribereña de la península de Baja California. *Región y sociedad*, 23(51), 71-99.
- Reddy, K. & Sailesh, B. (2024). Cultural Guardianship in Tourism: Indigenous Communities' Quest for Economic Stability and Identity Preservation. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 15(2), 328 - 337. doi.org/10.14505/jemt.v15.2(74).08
- Saluja, V., Anand, S., Kumar, H. & Peng, J. (2022). The perceived impact of tourism development and sustainable strategies for residents of Varkala, South India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 184-195. doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.03.003.
- Santos-Júnior A., Almeida-García, F., Morgado, P. & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' Quality of Life in Smart Tourism Destinations: A Theoretical Approach. *Sustainability*, 12(20), 8445. doi.org/10.3390/su12208445
- Sat G. B., Chen, J., Wu, S. R., Zhou, P. & Shirkey, G. (2018). Does plant knowledge within urban forests and parks directly influence visitor pro-environmental behaviors. *Forests*, 9(4), 171. doi.org/10.3390/f9040171

- Šimanskienė, L., Labanauskaitė, D. & Montvydaitė, D. (2022). The Behaviour of Travellers in the Transition to Responsible Tourism: The Case of the Baltic Sea Region. *Business: Theory & Practice*, 23(1), 187–197. doi.org/10.3846/btp.2022.16151
- Stoddart, M. C. J., Catano, G. & Ramos, H. (2018). Navigating Tourism Development in Emerging Destinations in Atlantic Canada: Local Benefits, Extra-local Challenges. *Journal of Rural & Community Development*, 13(2), 57–75.
- Tavarez, L. (2021). The Impact of Tourism on Cultural Identity in Peru. *International Social Science Review*, 97(3). 1Q+. <https://link.gale.com/apps/doc/A679119663/AONE?u=anon~7248be60&sid=googleScholar&xid=6290200f>
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E. & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261. doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594. doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.038
- Wani, M. D., Batool, N., Dada, Z. A. & Shah, S. A. (2024). Investigating the impact of community-based tourism on the residents' quality of life and their support for tourism. *Community Development*, 55(1), 138–159. doi.org.libcon.rec.uabc.mx/10.1080/15575330.2023.227271
- Zamani-Farahani, H. & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802-814. doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.003.
- Zárate, R. E. & Barragán, R. V. (2018). Desarrollo de la oferta turística en la Ruta del Vino de Baja California (México). *Sotavento MBA*, 31, 80-91. doi.org/10.18601/01233734.n31.08
- Žunić, L., Košić, K. & Pivac, T. (2023). Museum Development in Bosnia and Herzegovina as an Indicator of the Positive Socio-Cultural Impact of Tourism. *Revue Roumaine de Géographie*, 67(2), 131–149. doi.org/10.59277/RRG.2023.2.02

Notes

- ¹ Para la American Psychological Association (APA, s.f), el constructo se define como una idea o concepto complejo formado a partir de la síntesis de ideas más simples. Una definición similar puede encontrarse en Ary, et.al (1989), para quienes los constructos son conceptos de mayor nivel y complejidad que resultan de la combinación de conceptos más simples. Para Arias (2017), un constructo es un concepto, idea o representación mental de un hecho o de un objeto.
- ² Un constructo de segundo orden es un concepto que se compone de otros constructos de primer orden o constructos más básicos. En lugar de medir directamente indicadores observables, un constructo de segundo orden agrupa varios constructos de primer orden que, a su vez, están relacionados con indicadores observables (Hair et. al, 2010).

Recibido: 19/06/2024
Reenviado: 26/09/2024
Aceptado: 26/09/2024
Sometido a evaluación por pares anónimos

Diagnóstico participativo de problemas asociados al turismo residencial: Mapas Causales Colaborativos, una herramienta para la gobernanza

Iker Jimeno* Antonio Aledo** Guadalupe Ortiz***
José Javier Mañas-Navarro****
Universidad de Alicante (España)

Resumen: Este artículo analiza el modelo turístico-residencial de Torrevieja a través de un diagnóstico participativo. La investigación parte del contexto de una planificación urbana fragmentada y una gobernanza top-down, centrada en el crecimiento económico, que ha dificultado el abordaje integral de los impactos generados por el turismo residencial. El estudio tiene como objetivo identificar los principales problemas asociados a este modelo y las relaciones existentes entre ellos, incorporando la perspectiva de los actores locales tradicionalmente excluidos de los procesos de planificación. Enmarcado en un enfoque crítico del turismo, se aplica una metodología cualitativa y relacional que permite construir una red de problemas interconectados. Los resultados evidencian cómo factores políticos, económicos y culturales se entrelazan, generando vulnerabilidades estructurales en el municipio. El estudio contribuye al conocimiento crítico del turismo, aporta herramientas para el análisis participativo y abre nuevas vías hacia una gobernanza más inclusiva y sostenible en destinos turístico-residenciales.

Palabras clave: Turismo residencial; Planificación; Gobernanza; Participación social; Análisis de redes.

Participatory Diagnosis of Issues Associated with Residential Tourism: Collaborative Causal Maps, a Tool for Governance

Abstract: This article examines the residential tourism model through a participatory diagnosis in the municipality of Torrevieja. The research is set within a context of fragmented urban planning and top-down governance focused on economic growth, which has hindered a comprehensive approach to the impacts of residential tourism. The study aims to identify the main problems associated with this model and the relationships between them, incorporating the perspective of local actors traditionally excluded from planning processes. Grounded in a critical tourism approach, it applies a qualitative and relational methodology that constructs a network of interconnected problems. The findings reveal how political, economic and cultural factors intertwine to generate structural vulnerabilities in the municipality. This research contributes towards critical tourism knowledge, provides tools for participatory analysis and opens new paths toward more inclusive and sustainable governance in tourism-residential destinations.

Keywords: Residential tourism; Planning; Governance; Social participation; Network analysis.

* <https://orcid.org/0000-0002-8188-8122>; E-mail: iker.jimeno@ua.es

** <https://orcid.org/0000-0002-9>; E-mail: antonio.aledo@ua.es

*** <https://orcid.org/0000-0002-5334-1322>; E-mail: guadalupe.ortiz@ua.es

**** <https://orcid.org/0000-0002-0806-205X>; E-mail: josejavier.manyas@ua.es

Cite: Jimeno, I.; Aledo, A. ; Ortiz, G. & Mañas-Navarro, J. J. (2026). Diagnóstico participativo de problemas asociados al turismo residencial: Mapas Causales Colaborativos, una herramienta para la gobernanza. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 463-484. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.030>.

1. Introducción

Desde la década de los noventa hasta la crisis de 2008, la economía española experimentó un importante crecimiento sustentado en la interrelación entre los sectores de la construcción, inmobiliario y turístico (Romero, 2010). Este modelo económico, asentado en la edificación y venta de segundas residencias, tuvo una destacada prevalencia en el litoral mediterráneo español, donde buena parte del *stock* inmobiliario era comercializado con fines turísticos (Fernández-Muñoz & Barrado-Timón, 2011). Este binomio turístico-inmobiliario da forma al turismo residencial, un modelo que, al mismo tiempo que genera elevadas plusvalías económicas, también produce importantes impactos socioeconómicos y ambientales, evidenciado su vulnerabilidad ante contingencias externas (Aledo, 2016). La literatura especializada ha señalado los principales impactos que el turismo residencial produce en el territorio: alta estacionalidad de la demanda turística (Mazón, 2006), dependencia económica de los sectores de la construcción e inmobiliario (García-Andreu, 2014), vulnerabilidad socioeconómica (Aledo, 2016), *stock* de viviendas vacías o secundarias (Mazón & Hueté, 2005), agotamiento del suelo e impactos ambientales (Aledo, 2008) y una oferta de viviendas turístico-residenciales desestructurada (Moreno-Izquierdo et al., 2019). Sin embargo, estas externalidades negativas quedan fuera del ciclo económico-productivo basado en la compra de terreno, la construcción y la venta de viviendas. Mientras que la actividad económica puede trasladarse de ubicación, bien sea por fagocitación del espacio o por el descenso de la rentabilidad económica, los impactos quedan fijados en el territorio y, por lo tanto, es la sociedad local, especialmente los sectores más vulnerables, quien sufre las consecuencias de los mismos.

La crisis económica de 2007 y el posterior estallido de la burbuja inmobiliaria en el año 2008, desestabilizaron profundamente la economía española, poniendo en cuestión el modelo de crecimiento basado en el ladrillo y generando graves consecuencias socioeconómicas (Fernández-Navarrete, 2016). Aquellos municipios que habían centralizado en exceso su economía en este modelo sufrieron de manera más acusada los efectos negativos de la crisis, iniciando un periodo de dificultades reflejado en el empeoramiento de indicadores socioeconómicos como la tasa de desempleo, el nivel de renta o las tasas de pobreza. Una década después del inicio de la crisis, tras severas medidas de recorte de gasto público e innumerables impactos sociales, la economía española mostró signos de recuperación (Royo, 2020). Los sectores inmobiliario y turístico-residencial recuperaron nuevamente altos niveles de crecimiento (Cuadrado-Roura & López-Morales, 2023; Rodríguez-López, 2017). No obstante, esta recuperación se vio lastrada por la crisis de la Covid-19, que entre los años 2020 y 2022 supuso un freno en las actividades turísticas a nivel global. El parón del flujo de personas y las restricciones de índole sanitaria menguaron la llegada de turistas y provocaron, de nuevo, importantes problemas socioeconómicos, especialmente en municipios eminentemente turísticos como los ubicados en el litoral de la Comunidad Valenciana (Moreno-Luna et al., 2021). Esta nueva crisis, al igual que la de 2008, mostró la vulnerabilidad del modelo socioeconómico focalizado en el binomio construcción-turismo, evidenciando una limitada capacidad de adaptación a contingencias exógenas relacionada con el déficit de alternativas socioeconómicas.

Además del freno de la llegada de turistas, las consecuencias económicas de la crisis pandémica y factores como la guerra de Ucrania o la inflación han tenido un efecto ralentizador en el sector inmobiliario (Allam et al., 2022), aunque es preciso señalar que en el caso del sector inmobiliario español la recuperación ha sido más ágil de lo esperado en comparación con el contexto europeo (Vidal & Hernández, 2023). Esta sucesión de crisis y consecuencias socioeconómicas podrían entenderse como una oportunidad para iniciar una profunda transformación del modelo. Sin embargo, buena parte de estos municipios turísticos han mantenido la apuesta por el crecimiento inmobiliario vinculado al modelo de sol y playa, continuando con la construcción de viviendas con fines turísticos (Navascués et al., 2023). En este sentido, las políticas de planificación territorial resultan fundamentales para la reorientación del modelo de desarrollo turístico-residencial y para gestión de sus impactos. Las políticas llevadas a cabo en los municipios litorales de la Comunidad Valenciana y, específicamente, en los pertenecientes a la provincia de Alicante, han sido determinantes para favorecer la implementación y reproducción de este modelo. La planificación segmentada aplicada en el ámbito local (Olcina & Vera-Rebollo, 2023), ha sido clave para facilitar el desarrollo urbano vinculado a un modelo de turismo de masas. Esta planificación ha permitido una urbanización exacerbada del territorio mediante reclasificaciones de suelo, generando un importante crecimiento económico en la era del *boom* inmobiliario al mismo tiempo que aumentaba la vulnerabilidad socioeconómica de los municipios ante periodos de crisis (Burriel de Orueta & Fernández-Fernández, 2023). Además, los problemas asociados a este tipo de planificación se han visto acrecentados por modelos de gobernanza *top-down*, caracterizados por una falta de participación de la sociedad civil en la toma de decisiones. En estos modelos las decisiones se toman principalmente en los

niveles superiores sin considerar adecuadamente las necesidades, experiencia y conocimiento de las comunidades locales, dificultando el diseño de estrategias que aborden la solución de problemáticas. Además, la ausencia de una participación activa y significativa de las comunidades locales en municipios focalizados en el desarrollo urbanístico y dependientes del sector turístico limita la gestión de impactos y aumenta la vulnerabilidad de la población local ante periodos de crisis (Jamal & Getz, 1995; Keogh, 1990; Li, 2006; Lalicic & Önder, 2018). No obstante, conviene señalar las limitaciones de planificaciones heredadas de décadas pasadas que en ocasiones han ejercido de barrera para adaptar el desarrollo urbanístico a las tendencias y necesidades actuales. En ese sentido, el enfoque de *path dependence* aporta una perspectiva conceptual útil para comprender cómo decisiones pasadas y marcos legales obsoletos condicionan la capacidad de innovación y adaptación de los Planes Generales (Sorensen, 2015). Asimismo, el concepto de *lock-in* institucional permite explicar por qué, aun cuando existe voluntad y reconocimiento de necesidades sostenibles, las barreras técnico-administrativas —legales, documentales y procedimentales— prolongan los tiempos de modificación o actualización, o incluso paralizan iniciativas urbanísticas durante años. De ahí la importancia de situarlos en el contexto histórico en que fueron elaborados, donde conceptos como el de sostenibilidad no tenían la centralidad en el diseño de políticas públicas que tienen en la actualidad. En consecuencia, factores como la participación social y el impacto ambiental no eran prioritarios y, por lo tanto, los instrumentos urbanísticos heredados responden a una lógica de crecimiento y ocupación territorial difícilmente compatible con las actuales demandas de destinos turísticos sostenibles, competitivos, e inteligentes (Buzási et al., 2023). Este anclaje histórico se entrelaza con dinámicas analizadas en la literatura internacional sobre *second-home tourism*, que muestra cómo la expansión residencial vinculada al ocio ha configurado destinos dependientes de una demanda estacional y vulnerable (Hall & Müller, 2004; Müller, 2002). En el caso mediterráneo, estas lógicas se combinan con una urbanización acelerada y un planeamiento fragmentado, generando un modelo turístico-residencial difícilmente adaptable a crisis externas.

Tanto la planificación segmentada como la gobernanza *top-down* han sido características definitorias del modelo turístico-residencial del litoral valenciano durante las últimas décadas (Burriel de Orueta & Fernández-Fernández, 2023; Olcina & Vera-Rebollo, 2023). Esta planificación ha estado marcada por un enfoque de carácter positivista y tecnocrático, lo que en la práctica ha llevado a que el desarrollo del turismo residencial esté dominado por el discurso desarrollista de las élites (Huete et al., 2008). Esta visión enfatiza el éxito del crecimiento económico en épocas de bonanza e invisibiliza los impactos socioambientales del modelo así como su vulnerabilidad socioeconómica. A menudo, los diagnósticos turísticos han encontrado justificación discursiva en el mito del empleo y del crecimiento económico y han identificado y abordado los problemas como elementos aislados (Hernández-Ramírez, 2006; Jurdao Arrones, 2001). Diversos autores han destacado la importancia de democratizar los procesos de diagnóstico, integrando las perspectivas de todas las partes interesadas (Blackstock, 2005; Hall, 1999; Jamal & Getz, 1995; Reed, 1997; Tosun, 2000). Además, resaltan la adopción de enfoques sistémicos y relacionales para identificar tanto los impactos asociados al modelo como las causas subyacentes que los originan (Aledo et al., 2013; Muñoz-Mazón, 2012; Ortiz et al., 2014).

Ante esta coyuntura, el presente artículo ofrece una investigación dirigida a la realización de un diagnóstico turístico que se basa en dos elementos clave: a) la integración de actores locales que, si bien forman parte del contexto socio-turístico, suelen quedar al margen de los procesos formales de planificación y toma de decisiones; y b) el uso de metodologías de identificación de problemas a través de la construcción de una red que favorezca la visibilización de las externalidades negativas del modelo.

Esta investigación se articula a partir de la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los principales problemas asociados al modelo turístico-residencial en Torrevieja y cómo se interrelacionan desde la perspectiva de los actores locales? A partir de esta pregunta de investigación, este estudio se plantea tres objetivos: a) identificar exhaustivamente los problemas asociados al modelo turístico-residencial, b) establecer de forma contextualizada la relación entre los problemas (construcción de la red de problemas) a fin de comprender los procesos generadores, y c) jerarquizar los elementos prioritarios (problemas centrales) identificando aquellos con mayor efecto multiplicador (potenciales ventanas de actuación).

2. Marco teórico

Esta investigación se enmarca dentro de la corriente crítica de la sociología del turismo. La hegemonía del positivismo en la teoría y praxis de la planificación turística, señalada por autores como Getz (1993), Gunn (1993), Inskip (1991) y Tribe (2006), ha sido cuestionada por corrientes críticas (Ateljevic et

al., 2013; Bianchi, 2009) así como por enfoques constructivistas e interpretativos (Dredge et al., 2011; Dredge & Jamal, 2016). Esta tendencia positivista se ha caracterizado por una orientación hacia la racionalidad económica y tecnocrática (Bianchi, 2002; Hall, 1994), favoreciendo la exclusión de las variables sociales y medioambientales en la planificación turística (Dredge et al., 2011) y promoviendo el control de los procesos decisorios de planificación por parte de las entidades gubernamentales (Leiper, 1990; Shone & Memon, 2008). Estas dinámicas decisorias han sido analizadas en profundidad en estudios de caso paradigmáticos de la Costa Blanca, documentando la articulación de coaliciones locales y la concentración de capacidades de decisión en la configuración del modelo urbano-turístico (Vera-Rebollo, 1987). Un ejemplo ilustrativo es Benidorm, donde se ha descrito con detalle la influencia de élites político-empresariales y la estructura de toma de decisiones (Gaviria et al., 1977; Iribas, 2000). En paralelo, la literatura sobre participación comunitaria en turismo ha resaltado las tensiones inherentes entre discursos de inclusión y dinámicas de poder que tienden a reproducir la exclusión (Tosun, 2000; Blackstock, 2005). Estos trabajos muestran que, aunque la retórica participativa aparece en numerosos planes turísticos, en la práctica persisten marcos decisorios jerárquicos que limitan el impacto real de las comunidades locales. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para el análisis de destinos residenciales donde la diversidad de actores —autóctonos, nuevos residentes y turistas— complejiza aún más los procesos de gobernanza.

Estos enfoques críticos a la planificación turística convencional han sido impulsados por trabajos pioneros como *Hosts and Guests* de Valene Smith (1977), que cuestionaron los efectos del turismo sobre las comunidades locales. En España, los análisis tempranos sobre expansión turística, compra de suelo por extranjeros e impactos socioterritoriales en litorales mediterráneos ofrecieron un andamiaje crítico comparable (Gaviria, 1976; Jurdao Arrones, 1979). En el litoral alicantino, los procesos de urbanización turística y sus efectos territoriales quedaron tempranamente documentados, aportando claves para comprender la evolución posterior del modelo (Vera-Rebollo, 1987). Más recientemente, Ivars-Baidal y Vera-Rebollo (2019) han analizado cómo la planificación turística en España ha evolucionado hacia enfoques vinculados a la planificación turística inteligente, destacando la importancia de integrar la sostenibilidad, la innovación y la accesibilidad en los procesos de planificación.

A diferencia de las concepciones positivistas que entienden la planificación como un proceso objetivo y neutral, los estudios críticos desde la sociología del turismo muestran cómo distintos actores —gubernamentales, corporativos y sociedad civil—, cada uno con sus propios intereses en la gestión y políticas de los destinos turísticos, compiten por influir en el proceso de decisión en el que se enmarca la planificación (García-Andreu, 2014). En esta línea, se evidencia que el conocimiento generado y aplicado en los procesos de planificación es socialmente construido (Dredge & Jenkins, 2011) mediante la influencia e intervención de los actores implicados, desafiando la noción de neutralidad que acompaña al discurso tecnocrático (Ashworth & Tunbridge, 2004). La planificación se desarrolla en un socio-espacio de conflicto (Aledo et al., 2018) en el que la diferencia de capitales (Bourdieu, 2008) es un factor fundamental en la construcción del discurso y, por lo tanto, tiene implicaciones profundas para la práctica del planeamiento turístico. Desde esta óptica, los avances recientes en el ámbito de los DTI (Destinos Turísticos Inteligentes) aportan una nueva dimensión a la gobernanza introduciendo dispositivos de información y gestión que pueden mejorar el conocimiento en los procesos de planificación (Ivars-Baidal & Vera-Rebollo, 2019; Ivars-Baidal et al., 2019). En el caso español, Ivars-Baidal et al. (2023) muestran que el enfoque smart incorpora infraestructuras de información y procedimientos de gestión que refuerzan la toma de decisiones basada en datos, impulsando los mecanismos de participación y mejorando la gobernanza. Esto sugiere que la incorporación de herramientas digitales puede ampliar capacidades para la transparencia en la gestión del destino y la deliberación pública.

La movilidad residencial hacia el Mediterráneo europeo, especialmente en España, proporciona asimismo un trasfondo socio-demográfico clave para entender la evolución de estos destinos (Casado-Díaz, 2006; O'Reilly, 2000; Williams et al., 1997). Este patrón migratorio no sólo reconfigura la demanda de servicios y la estructura demográfica, sino que también incide en los equilibrios de poder locales y en las agendas de planificación. La adecuada gestión de los procesos de planificación es crucial para la definición del modelo de desarrollo del destino así como para determinar cómo se distribuyen los beneficios y perjuicios que la actividad turística genera en el ámbito local.

3. Metodología

Desde sus inicios, la sociología del turismo ha abordado el turismo como un fenómeno complejo, y no como una suma de elementos aislados (Cohen, 1979) promoviendo un análisis del turismo como un fenómeno dinámico, en constante transformación y en interacción continua con otros procesos sociales, económicos, culturales y políticos de su entorno. Este aporte resulta clave si lo trasladamos al campo de la planificación, que debe ser entendida como un proceso reflexivo encaminado a generar y direccionar el cambio social (Jamal & Getz, 1995) dentro del sector. De acuerdo con la relación del turismo con el resto de subsistemas que componen la realidad social (Álvarez-Sousa, 2004; Cohen, 1979), los problemas turísticos, entendidos como hechos sociales, se configuran como grupos complejos de causas múltiples que interactúan entre sí, dando lugar a situaciones consideradas problemáticas por distintos grupos de interés (*stakeholders*) que tienen su reflejo en los discursos sociales (Hollinshead, 2006). Estas redes son interpretadas y redefinidas continuamente por los actores locales, reflejando la naturaleza dinámica y constructivista de los problemas turísticos. Ningún fenómeno social, incluido el turismo, puede ser explicado por una sola causa, además, cualquier hecho o fenómeno adquiere la entidad de problema cuando es definido como tal por un grupo o grupos sociales (Hannigan, 1995). En consecuencia, herramientas como el diagnóstico participativo se erigen como un recurso estratégico para abordar esta complejidad social y ofrecer soluciones a la planificación gracias al conocimiento endógeno aportado por los actores locales. A partir de esta ontología constructivista (Dredge & Jamal, 2016), el enfoque metodológico de esta investigación se fundamenta en los valores de los estudios críticos en turismo y aplica una epistemología apoyada en los principios de la ciencia posnormal (Darbellay, 2016; Funtowicz & Ravetz, 1995), incorporando a la comunidad local en el proceso de evaluación mediante el desarrollo de procesos participativos y deliberativos.

La herramienta aplicada en esta investigación para la realización del diagnóstico participativo ha sido los Mapas Causales Colaborativos (en adelante, MCC). Esta herramienta se muestra apropiada para el análisis sistemático de problemas turísticos a nivel local, facilitando la gestión de distintas interpretaciones y perspectivas de los *stakeholders* implicados en el desarrollo turístico (Aledo et al., 2010; Ortiz et al., 2014). Un mapa causal es una subcategoría de mapas cognitivos enfocados en representar el conocimiento colectivo sobre una temática específica a través de relaciones causales (Miles & Huberman, 1994; Weick, 1969). Diversos estudios han aplicado esta metodología para analizar aspectos del turismo: turismo de carretera (Shih, 2006), problemas en regiones turísticas periféricas (Nash, 2006), procesos de selección de destino de la demanda (Woodside, 2009) o competitividad de destinos de turismo de congreso (Latip et al., 2017). También destaca la línea de trabajo iniciada por el profesor A.Aledo en la aplicación de los MCC a la resolución de problemas sociales (Aledo et al., 2010; Aledo et al., 2021; García-Andreu et al., 2015; Mañas-Navarro et al., 2022, 2023; Jimeno et al., 2023; Ortiz et al., 2014). Estos estudios han contribuido a visibilizar los beneficios que la aplicación de esta técnica puede aportar a la investigación social, especialmente en lo referido a la gobernanza y planificación en el ámbito turístico. Implementar MCC ofrece ventajas significativas en el diagnóstico de problemas en destinos turísticos. El proceso de generación del mapa a través de entrevistas semiestructuradas y talleres con *stakeholders* (Jain & Tiwari, 2017) favorece la identificación de problemáticas y promueve una reflexión profunda sobre las causas que las generan (Blaikie et al., 1994). Además, el uso de software de Análisis de Redes Sociales (ARS) permite gestionar gran cantidad de información proporcionando resultados enriquecedores para el diagnóstico y fases de propuesta gracias a visualizaciones detalladas que facilitan la identificación de patrones, tendencias y puntos críticos en el sistema turístico del destino.

El trabajo de campo se ha llevado a cabo en cuatro fases. La primera fase de la investigación se ha centrado en identificar los actores que configuran el socio-espacio turístico de Torrevieja. Para ello se han establecido cinco categorías que agrupan a los actores relevantes del sector turístico local (ver Tabla 1). Es preciso señalar que en la tabla no se señalan de manera más específica los perfiles de las personas entrevistadas con el objetivo de proteger su anonimato. Dado el diseño cualitativo/participativo del estudio, el contexto municipal con roles de alta visibilidad y redes profesionales y sociales interconectadas, la especificidad en los perfiles generaría un riesgo real de identificación indirecta (revelación deductiva).

Las categorías de actores fueron construidas inicialmente mediante una revisión de literatura especializada y ajustadas durante el trabajo de campo conforme al principio de saturación teórica (Emmel, 2013; Navarrete, 2000; Saunders et al., 2018). Esta identificación favorece la inclusión de diferentes intereses y posiciones (Jamal & Getz, 1995) en el diagnóstico así como la incorporación de diversas tipologías de conocimiento, favoreciendo el manejo de la incertidumbre que caracteriza a los sistemas complejos (Farrell & Twining-Ward, 2005).

Tabla 1: Categorías, tipología de actores y n° de entrevistas.

Tejido Empresarial		Medio Ambiente		Sociedad Civil		Institucional		Infraestructuras Y Servicios	
Tipología	N	Tipología	N	Tipología	N	Tipología	N	Tipología	N
• Promotores/as	2	• Gestores/as recursos hídricos	1	• Representantes asoc. vecinos	3	• Responsables políticos	4	• Responsables municipales de movilidad	2
• Gestores/as inmobiliarias	2	• Gestores/as residuos	1	• Representantes sindicales	2	• Agentes de desarrollo local	1	• Responsables empresas de telecomunicaciones	1
• Propietarios/as pisos turísticos	2	• Responsables parques naturales	2	• Representantes asoc. extranjeros/as	2	• Miembros patronatos	2	• Responsables servicios de salud	1
• Representantes sector hotelero	2	• Representantes sector primario	2	• Representantes asoc. ambientalistas	2	• Técnicos/as y concejales/as municipales	4	• Mandos fuerzas y cuerpos de seguridad	2
• Representantes sector restauración	1	• Representantes empresas sector energético	2	• Representantes asoc. culturales	3	• Representantes consulares	1	• Responsables entidades de formación y capacitación	2
• Representantes sector ocio y deporte	1								
• Representantes sector comercio	1								
Total entrevistas	12	Total entrevistas	8	Total entrevistas	12	Total entrevistas	12	Total entrevistas	8

La segunda fase ha estado enfocada en la generación de información sobre la problemática turística local y las relaciones causa-efecto inherentes a esta, con el objetivo de construir MCC. Para ello se han realizado 52 (N) entrevistas semi-estructuradas, siguiendo los principios de saturación teórica de la información y de representatividad socio-estructural (Emmel, 2013; Navarrete, 2000) en las categorías identificadas. Las entrevistas se han centrado en la identificación de problemas clave así como sus causas generadoras mediante un análisis reflexivo-deliberativo.

En la fase tres los MCC se han procesado mediante el software Atlas.ti para construir un único mapa con todas las problemáticas identificadas. La incorporación de nuevas entrevistas ha permitido enriquecer y expandir el MCC ofreciendo mayor profundidad analítica y fortaleciendo la información sobre la problemática turística. Este proceso dinámico ha permitido refinar el MCC, obteniendo un detallado esquema de 134 códigos y 375 interacciones. Posteriormente, se ha analizado el MCC empleando el software de Análisis de Redes Sociales *Gephi* y aplicando varios parámetros analíticos. El uso de *Closeness centrality* (Centralidad de cercanía) ha permitido identificar los nodos con mayor capacidad de influencia en la red (Borgatti, 2006) debido a la calidad de sus conexiones con el resto de nodos. El parámetro *Modularity Class* (Modularidad) se ha utilizado para detectar comunidades dentro de la red, agrupando nodos interrelacionados en clústeres temáticos gracias a la identificación de estructuras subyacentes (Cavallari et al., 2019). Para organizar espacialmente la red se ha utilizado *ForceAtlas2*, algoritmo que equilibra la atracción y repulsión entre nodos, mejorando la visualización y comprensión estructural de la red (Jacomy et al., 2014).

La última fase del trabajo de campo ha consistido en la realización de un taller participativo al que han asistido 61 personas. Se ha realizado una exposición preliminar de los resultados y, posteriormente, se ha trabajado en mesas temáticas definidas por las comunidades emergentes del análisis de los MCC (ver apartado de resultados) con el objetivo de validar y enriquecer los resultados mediante un proceso reflexivo-colaborativo. Tras la labor de integración se ha obtenido un MCC con 144 nodos y 419 interacciones sobre problemáticas del sector turístico de Torreveja.

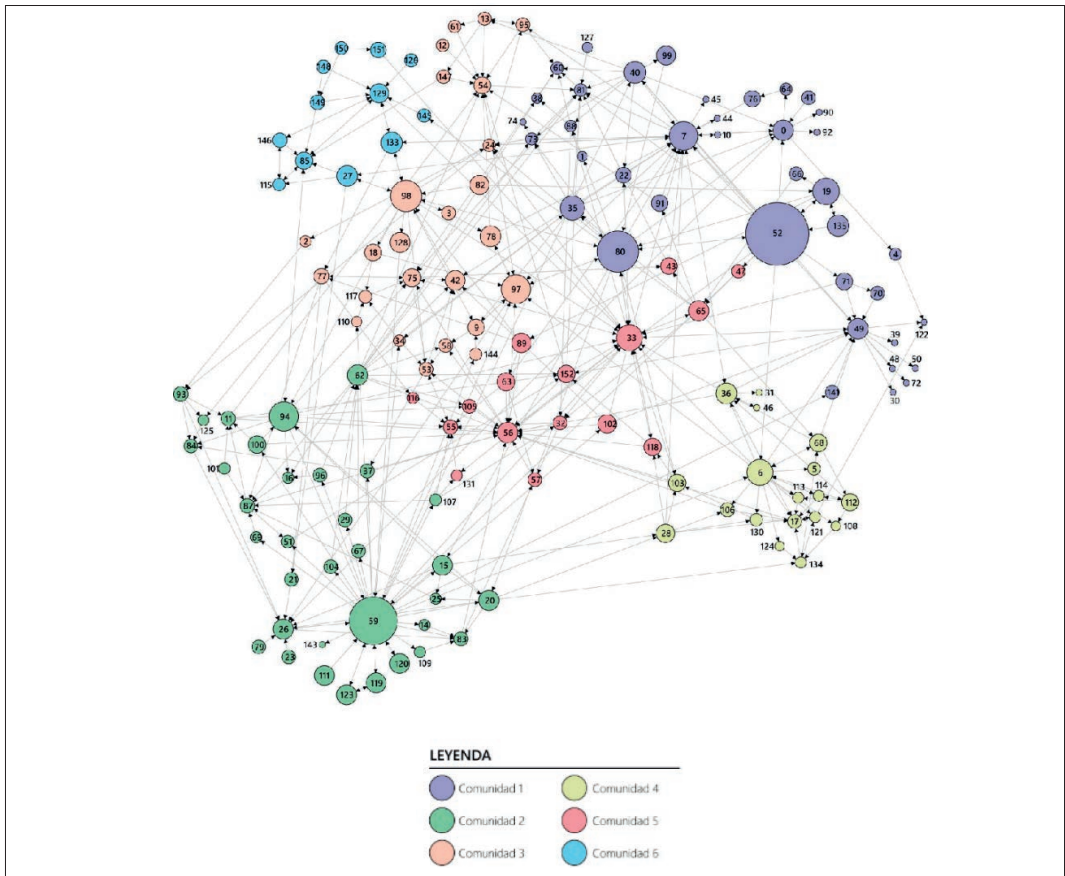
El diseño metodológico de esta investigación permite no solo identificar los problemas del turismo residencial en Torreveja, sino también comprender su proceso generador a partir de las causas subyacentes identificadas por los *stakeholders*. La triangulación de técnicas cualitativas, análisis de red y herramientas participativas permite generar un diagnóstico robusto, con capacidad para integrar la complejidad del fenómeno y de proporcionar información estratégica para favorecer la toma de decisiones en el ámbito de la planificación turística.

4. Resultados

En este apartado se presentan los principales hallazgos derivados del diagnóstico participativo del sector turístico de Torreveja, basados en el análisis del MCC obtenido de las entrevistas y del taller participativo. En la Figura 1 se muestra el MCC resultante tras el análisis realizado con el software

Gephi, empleando el parámetro de distribución *ForceAtlas2* que organiza la dispersión de los nodos. Visualmente, la Figura 1 muestra cuatro elementos: a) los nodos, codificados con números que identifican el problema (listado en material complementario); b) las aristas, que representan las relaciones de causa → efecto; c) el tamaño de los nodos, según su índice de centralidad (*Closeness centrality*) (Ver anexo para más detalle) y, por lo tanto, su influencia sobre el conjunto de la red; y d) el color de los nodos, que señala las comunidades temáticas definidas mediante el parámetro *Modularity Class*.

Figura 1: Mapa Causal Colaborativo.



A continuación, se exponen los principales resultados del análisis organizado por cada una de las seis comunidades temáticas identificadas. El análisis de la red de problemas a partir de comunidades temáticas responde a una lógica coherente con los enfoques relacionales en turismo (Aledo et al., 2013; Ortiz et al., 2014), que enfatizan la necesidad de superar visiones fragmentadas y reconocer la interdependencia de los impactos. Los clústeres detectados permiten agrupar problemáticas densamente conectadas, lo que facilita su interpretación contextualizada y resalta la naturaleza sistémica de los procesos. La jerarquización mediante centralidad añade un criterio objetivo para priorizar ámbitos de intervención, ofreciendo una herramienta útil para la planificación turística participativa. Además, abordar el análisis por comunidades o clústeres temáticos favorece la exposición de los resultados y permite analizar exhaustivamente las relaciones. La denominación de las comunidades viene determinada por las temáticas a las que hacen referencia los principales nodos de cada comunidad. No obstante, antes de avanzar al análisis temático, abordamos brevemente el análisis de la red en su conjunto.

Analizando la red en su conjunto, podemos identificar de manera bastante clara cuáles son los nodos con mayor influencia en el sistema (nodos con mayor tamaño). Estos nodos permiten comprender el proceso generativo de los problemas identificados en el diagnóstico turístico de Torrevieja y, al mismo tiempo, señalan las principales ventanas de actuación desde las que orientar intervenciones con capacidad multiplicadora, ya que concentran una elevada capacidad de irradiación sobre el resto de la red.

El nodo con mayor centralidad es *gestión política cortoplacista (52)*. En la práctica, su centralidad en la red nos indica que el predominio de decisiones a corto plazo condiciona de manera transversal la planificación urbana, económica, ambiental y social del municipio. En consecuencia, el cortoplacismo político se convierte en un factor generador de dinámicas estructurales que, además, son difíciles de revertir si no se altera ese horizonte de gestión.

Muy próximos en la red se ubican *polarización hacia el sector inmobiliario de baja calidad (80)* y *dinero fácil por la construcción y especulación del suelo (19)*. Ambos nodos muestran cómo la búsqueda de beneficios inmediatos en torno al ladrillo desplaza recursos y atención hacia un modelo desequilibrado. Su centralidad en la red indica que no se trata de efectos aislados, sino de engranajes que reconfiguran, de forma indirecta, la mayoría de las trayectorias de problemas detectados: desde la forma urbana hasta el mercado turístico.

La red también sitúa en posiciones centrales a *ineficiencia en la gestión del municipio (59)* y *suburbanización; ciudad radial, sin conexión entre urbanizaciones (94)*. La primera sintetiza la debilidad institucional para responder a las dinámicas que el propio modelo genera; la segunda, las consecuencias territoriales de un crecimiento disperso. Que ambos nodos sean centrales significa que la incapacidad de gestión y la fragmentación urbana no son externalidades menores, sino piezas que transmiten efectos a muchos otros ámbitos, amplificando los déficits del sistema.

El patrón turístico queda representado por *turismo de segundas residencias (98)* y *turismo de baja calidad (97)*, dos nodos cercanos que evidencian cómo la dependencia residencial y la oferta de bajo valor se refuerzan mutuamente. A este binomio se suma *déficit de productos turísticos alternativos (7)*, un nodo clave para entender la falta de diversificación: su centralidad refleja que la ausencia de alternativas no solo limita la demanda, sino que conecta con problemas urbanos, económicos y sociales.

Finalmente, la red sitúa en posiciones destacadas a *déficit de políticas ambientales y de protección del patrimonio (6)* y *falta de crecimiento integral de la ciudad: identidad y querencia por el territorio (33)*. Ambos condensan el plano ambiental y simbólico del modelo, y su centralidad muestra que la sostenibilidad ecológica y la cohesión comunitaria no son dimensiones periféricas, sino nodos estrechamente vinculados al funcionamiento del sistema turístico-residencial.

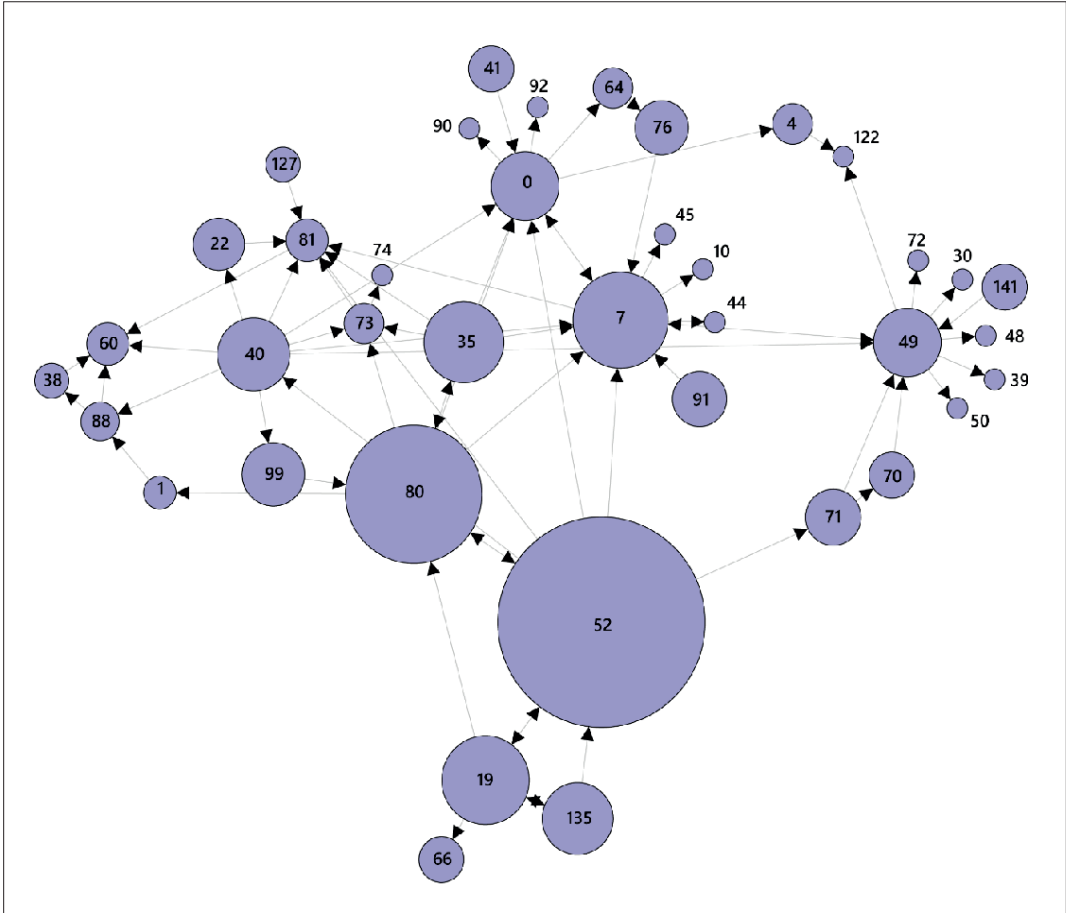
En conjunto, la lectura de los principales nodos de la red permite comprender cómo los problemas no operan de manera aislada, sino como parte de un entramado en el que ciertos puntos actúan como núcleos de propagación. A su vez, estos mismos nodos señalan con claridad los lugares donde resulta más estratégico intervenir, ya que modificar su dinámica altera con rapidez el conjunto de la red. A continuación, este análisis global se desagregará en comunidades temáticas, lo que permitirá profundizar en cada área y en las conexiones específicas que configuran la compleja realidad socio-turística de Torrevieja.

El análisis de esta comunidad confirma que el modelo económico de Torrevieja ha estado fuertemente condicionado por una estrategia de desarrollo centrada en la construcción y venta de viviendas, relegando otros sectores productivos y generando vulnerabilidades estructurales. Este patrón de crecimiento ha sido impulsado por una *gestión política cortoplacista (52)*, un nodo clave en la red que evidencia cómo la falta de planificación a medio y largo plazo ha llevado a una toma de decisiones orientada a la rentabilidad inmediata. El cortoplacismo en la gestión política ha creado un escenario favorable para *la especulación del suelo para ganar dinero fácil (19)*, un nodo que refleja cómo la compra-venta de terrenos se ha convertido en una fuente rápida de beneficios, sin considerar su impacto ambiental ni el equilibrio urbano y social del municipio. Al mismo tiempo, esta lógica especulativa y la prioridad de la urbanización como motor económico han favorecido la *polarización hacia el sector inmobiliario de baja calidad (80)*, caracterizado por la construcción acelerada de viviendas sin una planificación estratégica que garantice la sostenibilidad del territorio.

Esta focalización de la planificación socioeconómica en el desarrollo inmobiliario ha tenido un impacto directo en otros sectores económicos, monopolizando la inversión y derivando en la *ausencia de grandes promotores en proyectos alternativos (35)*. Esta concentración de capital en el mercado inmobiliario ha desincentivado la diversificación económica, impactando negativamente en otros sectores, por ejemplo, en el *abandono del sector económico pesquero y náutico (0)*. Por último, el rápido crecimiento

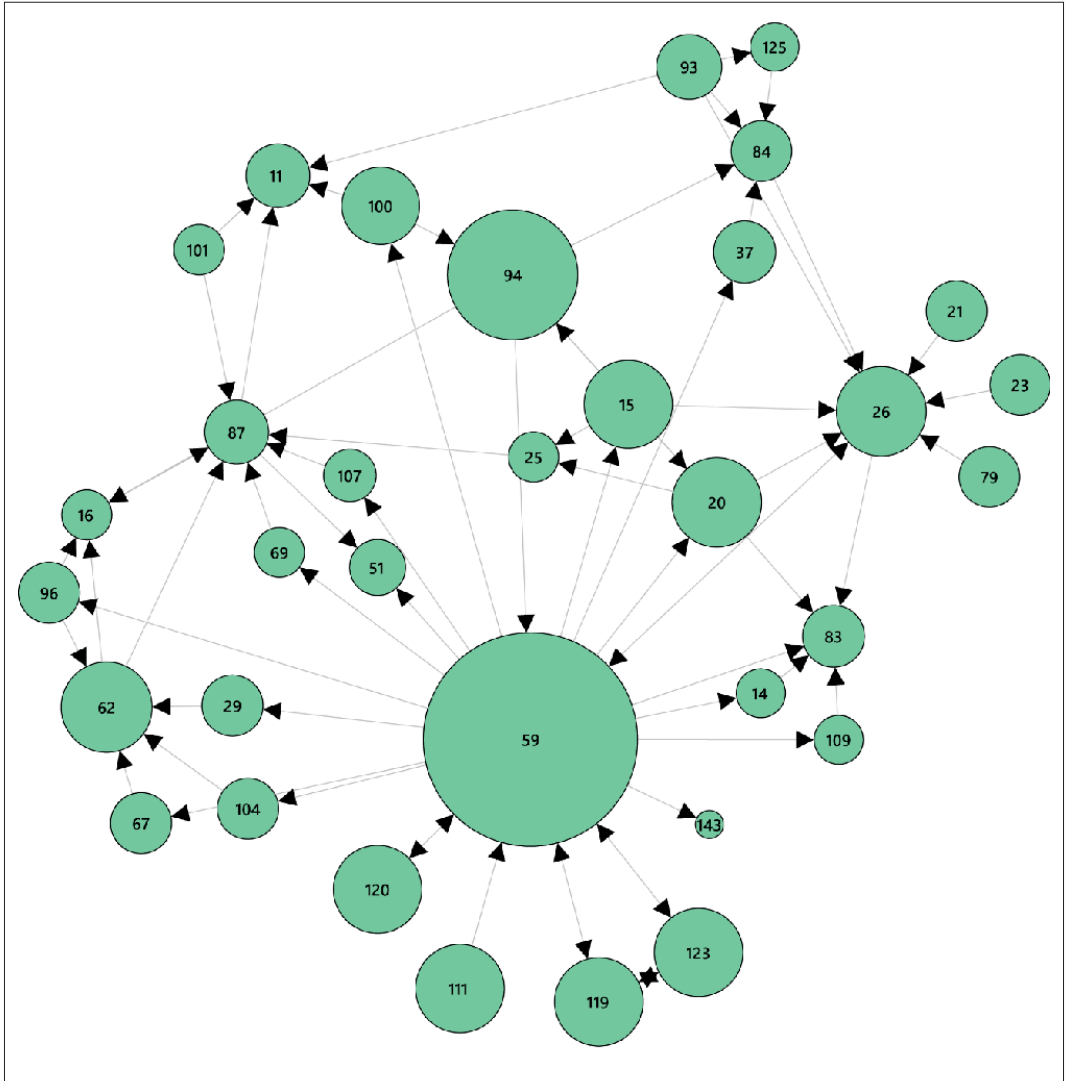
inmobiliario asociado a una construcción de baja calidad ha generado problemas de índole urbanística en *infraestructuras básicas: alcantarillado, gestión del agua, residuos... (135)*, aspectos que se abordarán en la siguiente comunidad.

Figura 2: Comunidad 1: Monocultivo inmobiliario.



El análisis de esta comunidad permite la visibilización de impactos indirectos de las políticas centradas en el desarrollo inmobiliario del territorio y cómo las problemáticas identificadas no operan de forma aislada, sino que están interconectadas en un sistema de relaciones que refuerza la dependencia del modelo inmobiliario. Se muestra cómo la política de planificación orientada a la rentabilidad a corto plazo ha actuado como un factor generador del modelo de monocultivo inmobiliario y cómo este, a su vez, ha desencadenado impactos negativos en la estructura económica, la inversión en sectores alternativos y la calidad de las infraestructuras urbanas que, en última instancia, aumentan la vulnerabilidad de la población local. Este patrón de especialización inmobiliaria refuerza diagnósticos previos sobre turismo residencial en la Costa Blanca (Aledo, 2016; Mazón, 2006), donde la dependencia del binomio construcción-turismo aumenta la vulnerabilidad socioeconómica y limita la capacidad de adaptación de los destinos. El análisis actual amplía esta perspectiva al mostrar que el cortoplacismo político opera como nodo central que intensifica esa dependencia y convierte la especulación del suelo en el engranaje estructural de la vulnerabilidad del modelo.

Figura 3: Comunidad 2: El urbanismo fragmentado.

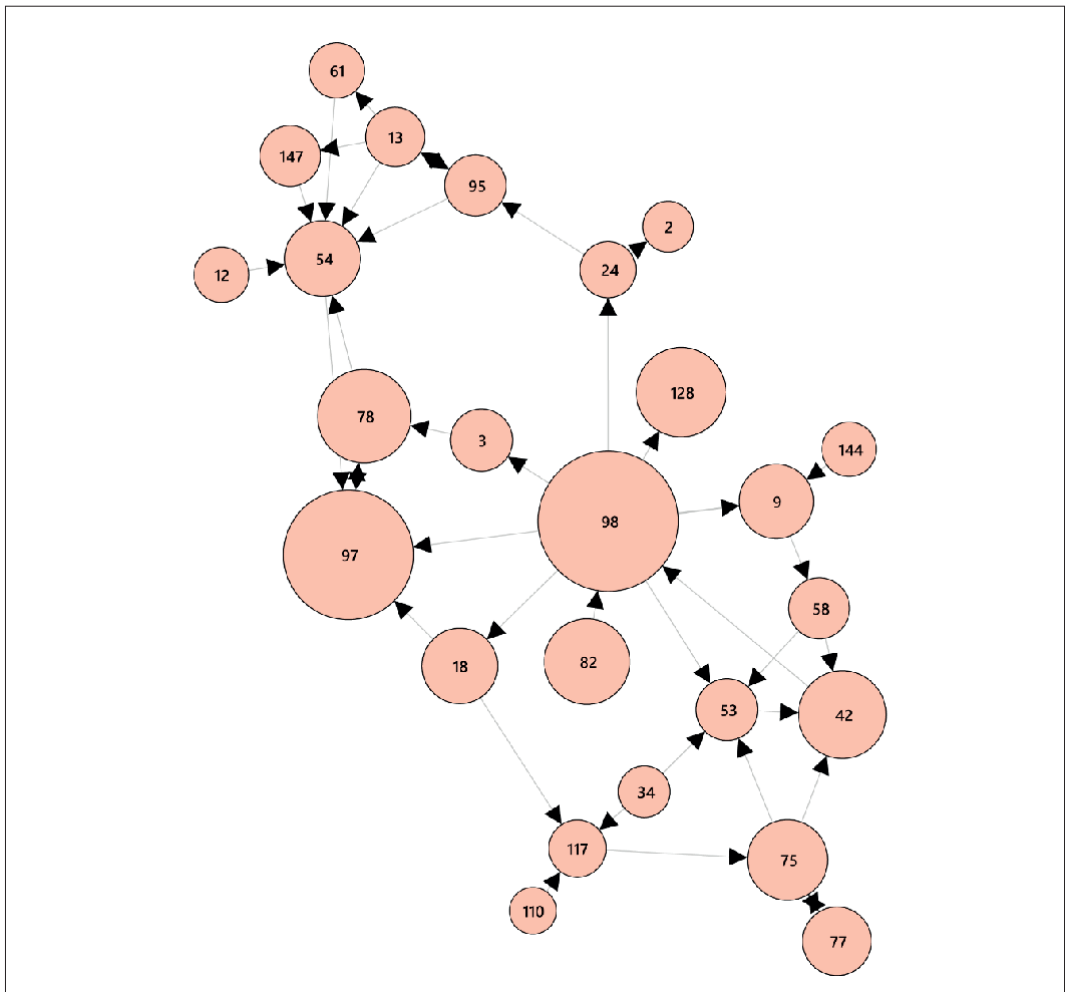


Esta comunidad refleja cómo el modelo de urbanización expansivo de Torre vieja ha generado una estructura territorial fragmentada y dispersa, dificultando la cohesión social y la prestación eficiente de servicios públicos. Mientras que la comunidad anterior analizaba la relación entre las decisiones político-inmobiliarias y su impacto en la estructura económica, esta comunidad pone el foco en las consecuencias urbanísticas de este modelo, evidenciando cómo el modelo de planificación segmentada ha llevado a una configuración del territorio marcada por la desconexión entre urbanizaciones, la suburbanización descontrolada y las problemáticas en infraestructuras de movilidad.

El nodo central de la comunidad es la *ineficiencia en la gestión del municipio (59)*, señalada por los actores locales como la principal causa de los problemas urbanísticos. La deficiente administración, estrechamente relacionada con una planificación inadecuada, ha dado lugar a un crecimiento disperso, caracterizado por la *suburbanización y dificultad de conexión entre urbanizaciones (94)* y la *dispersión urbanizadora (20)*, ambos nodos de alta centralidad en la red. Esta expansión ha sido impulsada por la lógica especulativa del mercado inmobiliario, que ha priorizado el desarrollo

de urbanizaciones periféricas mediante un *crecimiento urbano acelerado* (15) sin garantizar una infraestructura adecuada que conecte estas áreas con el centro urbano. Como consecuencia, esta estructura urbana fragmentada genera un *déficit de mantenimientos de las urbanizaciones y calles* (37) en algunas áreas, así como problemas de *demanda de suministros* (84). Los nodos centrales también muestran problemáticas en la movilidad interna, representada en el nodo de *conexión de transportes deficitaria* (62). Por otra parte, servicios esenciales como el sanitario experimentan dificultades de acceso debido a la *sobrepoblación del municipio en verano* (93), directamente relacionada con la actividad turística, que genera problemas de acceso a un *casco urbano saturado* (11), donde se concentran los principales servicios, y la dificultad de acceso al servicio sanitario debido al *colapso del hospital en verano* (125). El análisis de la comunidad también señala que estas problemáticas son consecuencia de una *estructura municipal saturada y empobrecida* (26), con dificultad para gestionar de manera eficiente los desafíos derivados del crecimiento descontrolado. Este déficit de gestión se ve agravado por la *falta de personal municipal* (111) y la *falta de comunicación y cooperación entre partidos políticos* (120), limitando la aplicación de medidas correctoras que mitiguen las problemáticas derivadas del urbanismo fragmentado.

Figura 4: Comunidad 3: Turismo residencial.



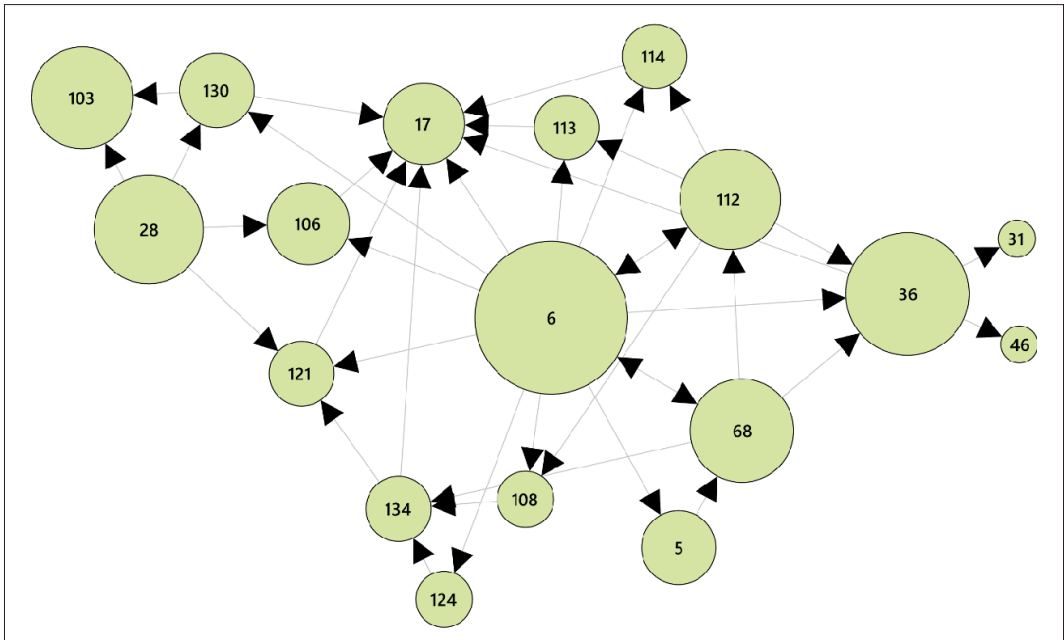
El valor del MCC en el análisis de esta comunidad radica en su capacidad para visualizar la interconexión entre problemas urbanísticos, político-administrativos y de infraestructuras y servicios, permitiendo comprender cómo las dinámicas de gestión municipal han influido en la configuración territorial de Torrevieja. Este análisis también permite identificar cómo la falta de planificación ha generado barreras estructurales que afectan la cohesión social, algo que en estudios convencionales no siempre se visibiliza. La dispersión urbana y la falta de conectividad impactan directamente en la calidad de vida de los residentes, creando desigualdades en el acceso a servicios y aumentando la dependencia del automóvil. Tal y como señalaron Vera-Rebollo (1987) y Tribe (2006), estos efectos responden a una planificación fragmentada y tecnocrática. El análisis actual amplía esa perspectiva al mostrar que la fragmentación no constituye únicamente una ineficiencia espacial, sino que opera como un mecanismo que refuerza desigualdades de acceso y compromete la cohesión comunitaria.

El análisis de esta comunidad revela cómo el modelo de desarrollo urbanístico de Torrevieja ha condicionado la estructura y dinámica de su sector turístico. A diferencia de otros destinos con una oferta diversificada, en Torrevieja el turismo está fuertemente vinculado al mercado inmobiliario, generando una dependencia estructural del *turismo de segundas residencias* (98), ampliamente documentado en la literatura sobre turismo residencial. Uno de los principales impactos de este modelo es la *estacionalidad* (24), que responde a la fuerte dependencia del *atractivo sol y playa* (82) como principal motivador de la demanda turística. La marcada concentración de visitantes en los meses estivales genera un desequilibrio económico en la ciudad, la actividad comercial y turística se dispara en verano pero se reduce en invierno, dificultando la sostenibilidad del tejido empresarial local. Esta fluctuación afecta particularmente a sectores como la hostelería y el comercio, problema que se refleja en el nodo *hostelería y comercio local empobrecidos* (54), que evidencia la dificultad de los negocios locales para mantener su actividad fuera de la temporada alta. Además, los actores locales identifican otra problemática destacada: la *baja calidad del turismo* (97), que hace referencia a una oferta que no busca la excelencia en términos de calidad y que acaba atrayendo a un perfil de visitante con menos poder adquisitivo, realidad que recoge el nodo *poco gasto del turista* (78).

El análisis de esta comunidad permite conectar las dinámicas urbanísticas con los problemas estructurales del turismo. Mientras que en estudios tradicionales problemas como la estacionalidad o la baja diversificación económica pueden ser abordados como problemas aislados, este enfoque muestra que estos problemas son consecuencia directa de un modelo de desarrollo que ha condicionado la evolución turística de la ciudad. En esta línea, Hall y Müller (2004) ya advirtieron que la dependencia de las segundas residencias constituye una fuente de vulnerabilidad para los destinos, al generar estacionalidad y bajo gasto turístico. Además, la falta de planificación para atraer otros tipos de visitantes ha perpetuado un modelo dependiente de la propiedad de vivienda, limitando la capacidad de adaptación del destino ante cambios en la demanda turística. El análisis de redes permite visualizar cómo estos impactos no solo afectan la rentabilidad del sector, sino que también generan efectos colaterales en la economía y el empleo local.

El análisis de esta comunidad muestra que el déficit planificador y la primacía otorgada al desarrollo inmobiliario han generado efectos negativos en la protección del entorno natural de Torrevieja. El análisis de red muestra la relación entre la expansión urbanística descontrolada y la degradación ambiental, destacando la ausencia de estrategias efectivas para la conservación y la gestión de los recursos medioambientales.

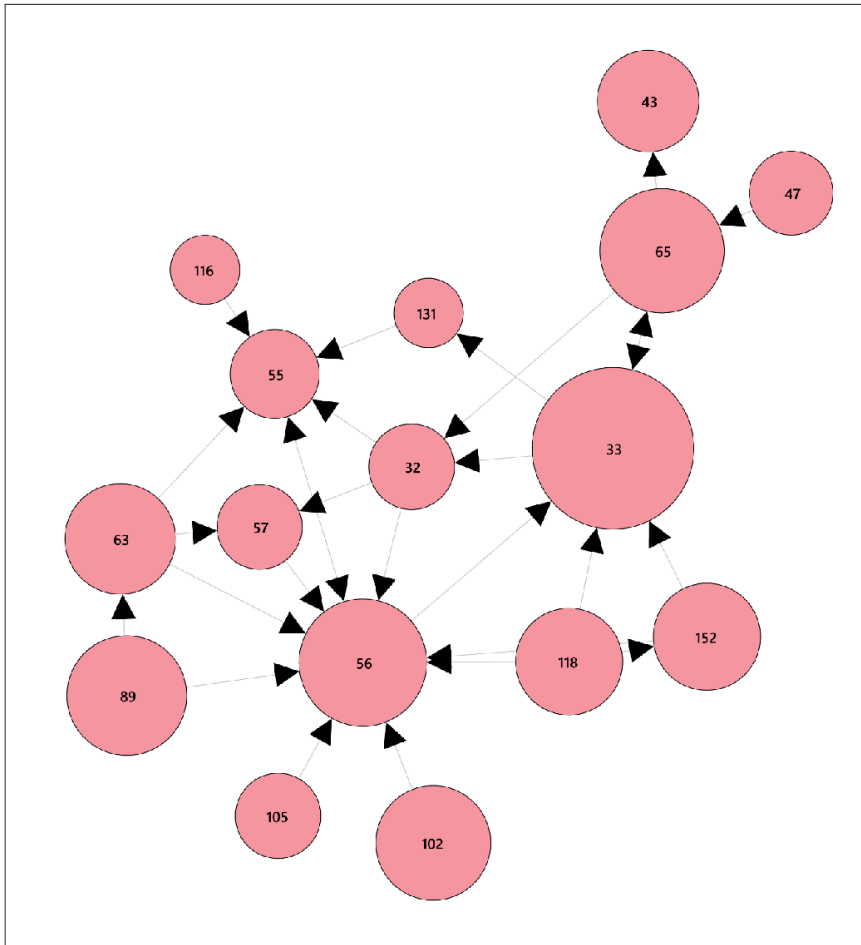
El nodo central de la comunidad es el *déficit de políticas ambientales y de protección del patrimonio* (6), que sintetiza la falta de planificación e inversión en la conservación de los espacios naturales y del activo cultural del municipio. Este nodo está estrechamente relacionado con el *déficit de infraestructuras y zonas verdes* (36 y 103), lo que indica que la expansión urbanística no ha ido acompañada de una provisión adecuada de espacios públicos de recreo para la ciudadanía. Uno de los factores clave que han impulsado esta situación es la *fragocitación del terreno* (28), reflejando cómo el crecimiento expansivo del urbanismo residencial ha ocupado suelo sin considerar criterios de sostenibilidad o protección ambiental. A su vez, la *falta de compromiso y sensibilización por los problemas culturales y patrimoniales* (68) refuerza esta tendencia, evidenciando una menor atención a la protección del entorno en comparación con la promoción inmobiliaria y turística. Otro nodo clave en esta comunidad es el *déficit de presupuestos en la conservación del patrimonio natural* (112), que muestra cómo la falta de asignación de recursos ha limitado la implementación de programas de restauración y conservación ambiental. Este conjunto de problemáticas han provocado daños *naturales irreversibles* (17) debido a las importantes transformaciones ecosistémicas derivadas de la actividad urbana intensiva y del déficit de estrategias mitigadoras.

Figura 5: Comunidad 4: La naturaleza desatendida.

El principal aporte del análisis de red en esta comunidad radica en su capacidad para conectar las dinámicas del desarrollo urbano con sus impactos ambientales. Este enfoque permite visualizar cómo estos fenómenos están interconectados dentro de un sistema en el que se ha priorizado la urbanización frente a la sostenibilidad. Además, este análisis señala que la problemática ambiental no es solo el resultado de la presión inmobiliaria, sino también de un marco institucional deficitario en la protección del medio ambiente. La degradación ambiental vinculada al turismo residencial ya había sido advertida por Aledo (2008), destacando el consumo intensivo de suelo y la presión sobre los ecosistemas locales. No obstante, el análisis actual amplía esta mirada al demostrar que el problema no reside solo en el crecimiento urbano, sino en un déficit institucional persistente en la gestión ambiental, que convierte la degradación ecológica en un rasgo estructural del modelo.

En esta comunidad la falta de una identidad colectiva clara y el deterioro de la imagen de la ciudad emergen como elementos centrales en el diagnóstico, evidenciando cómo los impactos del crecimiento inmobiliario trascienden lo material y afectan la cohesión social y el sentido de pertenencia de la población.

El nodo central es la *falta de crecimiento integral de la ciudad (33)*, señalando el déficit de un desarrollo equilibrado que abarque no solo la expansión urbana y económica, sino también la construcción de una identidad colectiva. Esta carencia está fuertemente vinculada a la *degradación de la imagen de la ciudad (56)*, nodo que refleja cómo la percepción sobre Torrevieja ha sido afectada por el propio modelo de crecimiento. Uno de los factores que refuerza esta percepción negativa es la *mentalidad individualista, apática, sin empatía (65)*, que los actores locales manifiestan sobre la sociedad torrevejense. La configuración de la ciudad como un espacio predominantemente ocupado por segundas residencias ha limitado la construcción de un tejido social sólido, generando una población estacional con poca implicación en la vida comunitaria. Otro aspecto clave es la inestabilidad en la construcción de la imagen turística de la ciudad. Los *cambios continuos en la "marca" Torrevieja (102)* han dificultado la consolidación de una identidad reconocible, limitando la proyección de una narrativa coherente más allá de su carácter de destino de sol y playa. Este problema se ve agravado por el *tratamiento informativo negativo por parte de la prensa (63)*, que refuerza una imagen deteriorada del municipio, afectando su atractivo turístico y residencial.

Figura 6: Comunidad 5: Identidad e imagen de Torrevieja.

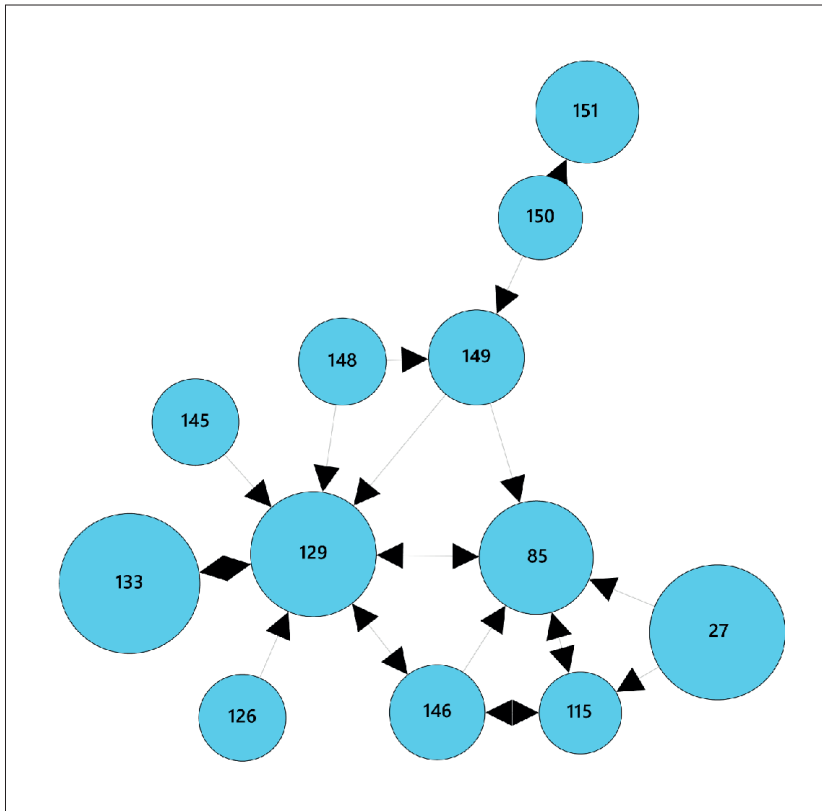
El análisis de red evidencia en esta comunidad su capacidad para visibilizar problemáticas que, al no estar directamente vinculadas a indicadores económicos o urbanísticos, suelen quedar excluidas de los diagnósticos tradicionales. Mientras que los análisis convencionales tienden a centrarse en el crecimiento del sector turístico o la evolución del mercado inmobiliario, esta red revela cómo los efectos simbólicos del modelo de desarrollo están relacionados con la identidad y el sentido de pertenencia de la población. Además, el análisis permite conectar las percepciones de los actores locales con dinámicas estructurales, mostrando que la falta de cohesión social y la degradación de la imagen de la ciudad no son fenómenos aislados, sino consecuencias de un modelo territorial basado en la fragmentación y la residencia temporal. La crisis identitaria que atraviesan los destinos residenciales conecta con la tesis de la fragmentación en enclaves mediterráneos de O'Reilly (2000). El análisis actual matiza esta relación al mostrar que dicha fragilidad no es únicamente discursiva, sino que se enraíza en la lógica del turismo residencial: la estacionalidad poblacional y la debilidad del tejido social erosionan de forma conjunta la cohesión comunitaria y el posicionamiento del destino.

Esta comunidad revela que el modelo turístico-residencial de Torrevieja ha generado tensiones en la convivencia entre los distintos grupos que conforman la población local y flotante, influyendo también en la construcción del tejido social y en la percepción del "otro" dentro del espacio urbano.

Los nodos centrales son *turistas internacionales* (133), *turistas nacionales* (27), *población autóctona* y *nuevos residentes* (129), lo que sugiere que la coexistencia de estos grupos es un punto de tensión

recurrente en el discurso de los actores locales. Uno de los principales factores que explica las tensiones es la percepción de los nuevos residentes de que el *control económico y político lo ejercen los autóctonos (150)*, lo que genera una sensación de exclusión en la toma de decisiones y refuerza la *ausencia de participación política (151)* por parte de ciertos sectores de la población. Por otro lado, desde la perspectiva de la población autóctona, se percibe una *visión negativa del turismo (126)*, vinculada a la ocupación estacional de la ciudad y a la transformación del territorio en función de las necesidades del visitante. La sensación de que la identidad local se diluye ante la presión del turismo residencial genera malestar y acentúa la separación entre los diferentes grupos. Esta falta de representación contribuye a la *carencia identitaria (149)*, según la cual muchos residentes no terminan de integrarse plenamente en la comunidad ni de desarrollar un sentido de pertenencia hacia la ciudad. Esta dinámica se ve intensificada por la *formación de colonias por parte de los nuevos residentes (86)*, que tienden a agruparse en determinadas zonas sin establecer un vínculo sólido con la población autóctona, reforzando la segmentación social y territorial. Un elemento clave en las tensiones es el *déficit de comunicación entre las partes (146)*, limitando la construcción de un espacio de diálogo y comprensión mutua. Esta falta de interacción dificulta el *encaje intercultural (145)*, mermando la potencialidad de la diversidad como una oportunidad para el enriquecimiento social y cultural del municipio.

Figura 7: Comunidad 6: Tensiones entre autóctonos, nuevos residentes y turistas ocasionales.



El análisis de esta comunidad pone de manifiesto una problemática que en muchas ocasiones queda invisibilizada en los estudios sobre impactos del turismo: las dinámicas de convivencia y la fragmentación social derivadas del modelo turístico-residencial. El análisis de redes pone de relieve que las tensiones sociales no son únicamente un problema de percepción individual, sino el resultado de un sistema

en el que la segmentación residencial, la falta de representación política y la escasez de espacios de comunicación han generado una estructura social dividida. Las tensiones entre residentes locales y población extranjera coinciden con lo documentado por Casado-Díaz (2006) y O'Reilly (2000) acerca de los riesgos de segmentación social en destinos turísticos residenciales. El análisis actual profundiza este planteamiento al mostrar que dichas tensiones se consolidan como nodos estructurales de la red, sostenidos por la ausencia de participación política y la falta de canales de diálogo, que perpetúan la existencia de comunidades paralelas.

En conjunto, los seis clústeres detallan patrones conocidos de especialización turístico-residencial y los sitúan en una arquitectura relacional donde la política de corto plazo, la fragmentación urbanística y el déficit institucional ambiental emergen como nodos que amplifican vulnerabilidades. Esta lectura en red permite pasar de listados de impactos a mecanismos –bloqueos estructurales, engranajes de desigualdad y fallas de integración social–, ofreciendo una heurística operativa para priorizar intervenciones en la gobernanza local.

5. Discusión y conclusiones

Este artículo ha ofrecido una mirada integral al modelo turístico-residencial de Torre Vieja a partir de la construcción participativa de un diagnóstico basado en Mapas Causales Colaborativos. El análisis realizado ha permitido identificar relaciones que suelen quedar invisibilizadas en los estudios tradicionales sobre turismo y planificación, fuertemente condicionados por el enfoque *business as usual* que tienden a resaltar los beneficios del desarrollo económico y a invisibilizar los impactos socioambientales que padecen los destinos (Tribe, 2008).

Los hallazgos obtenidos indagan de manera relacional en cómo la gobernanza municipal ha influido en la configuración del modelo turístico-residencial y en la generación de problemas asociados a este modelo. El análisis de la Comunidad 1 (Monocultivo inmobiliario) ha mostrado cómo el cortoplacismo en la gestión política ha favorecido un modelo de desarrollo basado en la especulación del suelo y la concentración de la inversión en la construcción, en detrimento de otros sectores económicos. Esta pauta es coherente con diagnósticos clásicos en la Costa Blanca que describen la convergencia de intereses político-empresariales, la concentración de capacidades de decisión y la orientación del crecimiento urbano-turístico hacia la edificabilidad como objetivo dominante (Gaviria et al., 1977).

Esta estrategia ha generado una dependencia estructural del turismo de segunda residencia, condicionando la estacionalidad de la actividad económica y la precarización del empleo, tal como se ha evidenciado en la Comunidad 3 (Turismo residencial). Esa dependencia se inscribe en un trasfondo descrito por la literatura mediterránea sobre adquisición de suelo por población extranjera y transformaciones socio-económicas locales (Jurdao Arrones, 1979; Williams et al., 1997).

Además, el análisis de redes ha contribuido a establecer conexiones entre las decisiones políticas y los problemas urbanos y ambientales, demostrando que la expansión descontrolada no solo ha modificado la estructura socioeconómica de la ciudad, sino que también ha generado un déficit de infraestructuras y un impacto negativo en el medio natural, como ha mostrado la Comunidad 4 (La naturaleza desatendida). Esta evidencia dialoga con descripciones tempranas del litoral alicantino sobre urbanización turística e impactos territoriales (Vera-Rebollo, 1987).

El trabajo realizado ha puesto de manifiesto que el modelo turístico-residencial no es una realidad homogénea, sino un campo de tensiones y múltiples interpretaciones. La red de problemas construida muestra cómo se cruzan dinámicas políticas, urbanísticas, económicas, sociales y culturales, revelando realidades que los marcos tecnocráticos, positivistas y desarrollistas tienden a silenciar. Por ejemplo, un aspecto fundamental revelado en esta investigación es la fragmentación socioterritorial resultante de un urbanismo expansivo sin planificación integral. En la Comunidad 2 (El urbanismo fragmentado), se ha demostrado cómo la dispersión de urbanizaciones ha dificultado la movilidad interna y ha limitado el acceso equitativo a los servicios públicos. Este patrón es congruente con la literatura del litoral alicantino sobre expansión dispersa y déficits de infraestructura en fases de crecimiento acelerado (Vera-Rebollo, 1987). Además, el análisis ha hecho visible cómo esta fragmentación no se limita solo a un problema de infraestructura, sino que también tiene implicaciones en la cohesión social y en la percepción de la ciudad por parte de sus habitantes, cuestiones señaladas en estudios sobre enclaves mediterráneos con alta presencia de nuevos residentes donde se muestran la segmentación residencial y los bajos niveles de interacción entre grupos nacionales, con efectos sobre la cohesión social (O'Reilly, 2000; Casado-Díaz, 2006).

La participación de diversos actores en el proceso de diagnóstico ha ampliado la comunidad de evaluadores, incorporando saberes y visiones que normalmente quedan excluidos de los espacios formales de planificación. Estas voces han aportado no solo nuevas perspectivas sobre los problemas, sino también formas alternativas de entender cómo afectan al territorio, enriqueciendo así la construcción colectiva del conocimiento. Un ejemplo de esta contribución es la Comunidad 5 (Identidad e imagen de Torreveja), que ha puesto de manifiesto la falta de un proyecto identitario cohesionado y cómo la degradación de la imagen de la ciudad ha sido un factor que contribuye al desarraigo de la población. Impactos vinculados a procesos de (re)construcción identitaria en comunidades con nuevos residentes y a la articulación de espacios de vida “transnacionales”, que tiene su reflejo en las representaciones del lugar y en la pertenencia de sus pobladores/as (O’Reilly, 2000; Williams et al., 1997).

Al mismo tiempo, en la Comunidad 6 (Tensiones entre autóctonos, nuevos residentes y turistas ocasionales), se han identificado las dificultades de convivencia derivadas de un modelo urbano que segmenta el espacio y limita las interacciones entre los distintos grupos sociales, hallazgos que dialogan con descripciones clásicas de baja integración y comunidades paralelas en enclaves con alta presencia de residentes internacionales (Casado-Díaz, 2006; O’Reilly, 2000).

La percepción de exclusión por parte de los nuevos residentes y la falta de representación en la toma de decisiones refuerzan la idea de que el modelo de planificación segmentada y gobernanza *top-down* ha contribuido a consolidar barreras sociales que afectan la integración y la participación ciudadana. En este sentido, la ausencia de canales efectivos de participación y la concentración decisoria remiten a patrones de larga duración en la Costa Blanca (Gaviria et al., 1977). Estos hallazgos resaltan la importancia de considerar las percepciones locales como parte esencial en la evaluación de los problemas y en la búsqueda de soluciones.

El análisis de red ha posibilitado superar la visión aislada de los problemas, facilitando la construcción de un entramado relacional que conecta problemas entre sí, revelando patrones estructurales invisibilizados por diagnósticos convencionales y otorgando mayor profundidad al análisis. Esta herramienta ha demostrado ser especialmente útil para detectar nodos clave del sistema turístico y, con ello, identificar ventanas de actuación relevantes para la gobernanza. Nodos como *gestión política cortoplacista (52)*, *ineficiencia en la gestión del municipio (59)*, *turismo de segundas residencias (98)*, *déficit de políticas ambientales y de protección del patrimonio (6)* o *falta de crecimiento integral de la ciudad (33)*, destacan por su capacidad de influencia en el conjunto de la red, lo que los convierte en puntos estratégicos para diseñar intervenciones que aborden la resolución de problemas. Actuar sobre estos nodos permite maximizar el impacto positivo, ya que sus conexiones con otros problemas de la red potencian la eficacia de las acciones emprendidas. De esta manera, el estudio no solo proporciona una comprensión más profunda de las dinámicas del modelo turístico-residencial, sino que, a través de la desagregación relacional de los problemas, facilita la identificación de los elementos prioritarios: aquellos nodos con mayor efecto multiplicador. Este enfoque contribuye de forma significativa al diseño de estrategias de gobernanza turística más eficaces a nivel local.

En el contexto actual de los destinos residenciales, los MCC pueden integrarse de forma operativa en la fase de diagnóstico del planeamiento urbano como dispositivo participativo que explicita relaciones causales percibidas y ayuda a priorizar ámbitos de intervención (gobernanza, movilidad, dotaciones, paisaje urbano) y en procesos de redacción o modificación de instrumentos (p. ej., PGOU, planes especiales o modificaciones puntuales), orientando ajustes y modificaciones coherentes con las necesidades detectadas por los actores locales. Esta función es coherente con la planificación turística inteligente en España, que plantea articular gobernanza, sostenibilidad, innovación/tecnología y accesibilidad dentro de los procesos ordinarios de planificación (Ivars-Baidal & Vera-Rebollo, 2019). Además, la literatura reciente muestra que la planificación “smart” se apoya en instrumentos que fortalecen la coordinación entre áreas municipales y la toma de decisiones basada en conocimiento compartido y trazabilidad de impactos percibidos (Ivars-Baidal et al., 2023). En ese marco, los MCC complementan el giro digital y organizativo de los destinos al estructurar conocimiento participativo que puede ser incorporado por las organizaciones de gestión del destino en la definición de líneas de actuación y en la contrastación pública de propuestas (Ivars-Baidal et al., 2019). Esta lectura encaja con las metodologías DTI (Destinos Turísticos Inteligentes) de la Comunitat Valenciana (CV) y sus adaptaciones al ámbito provincial (Costa Blanca), donde se enfatiza la conexión entre diagnóstico participativo, gobernanza multinivel y planes de acción territoriales (Verdú Marín & Giner Sánchez, 2022). En consecuencia, los MCC aportan una base procedimental para la gestión moderna del destino, alineada con las guías de implantación DTI-CV, al incorporar la voz de los actores en las fases de diagnóstico y diseño del plan urbano-turístico y en los mecanismos de seguimiento de la gestión del destino (Ivars-Baidal et al., 2017), y al apoyar rutinas de

gobernanza colaborativa y trazabilidad de las decisiones (Ivars-Baidal & Vera-Rebollo, 2019; Ivars-Baidal et al., 2023). De forma operativa, los nodos de alta centralidad identificados pueden traducirse en líneas de actuación prioritaria (p. ej., reglas anti-cortoplacismo en programación de inversiones, corredores de conexión urbana para reducir fragmentación, presupuestos plurianuales de restauración ambiental) y en indicadores trazables (p. ej., variación de centralidad de los nodos objetivo) para seguimiento de la implementación.

En síntesis, este trabajo demuestra que el turismo residencial no puede ser planificado ni evaluado únicamente desde una lógica economicista o urbanística. Requiere, por el contrario, marcos de análisis más participativos, integradores y críticos que sitúen los impactos en red, incorporen múltiples voces y prioricen la sostenibilidad social del desarrollo turístico. A pesar de los aportes realizados, esta investigación presenta algunas limitaciones. La red de problemas ha sido construida a partir de una muestra localizada en un solo destino, lo que sugiere la necesidad de ampliar el estudio a otros municipios turísticos-residenciales con características similares para contrastar y enriquecer los resultados. Asimismo, futuras investigaciones podrían profundizar en el seguimiento temporal de los MCC para analizar la evolución de los problemas identificados y evaluar el impacto de las intervenciones implementadas. También sería relevante explorar con mayor detalle los mecanismos de gobernanza participativa que permitan incorporar estos diagnósticos en procesos reales de planificación y toma de decisiones a nivel local.

En conclusión, los hallazgos de este estudio sugieren que el modelo turístico-residencial de Torrevieja debe entenderse como un fenómeno multidimensional que requiere un enfoque de planificación más participativo y holístico. La implementación de metodologías como los MCC ofrece un camino para repensar la gobernanza del turismo residencial, incorporando la voz de los actores locales, generando un espacio de deliberación que contrarreste la dinámica vertical del modelo *top-down* y visibilizando de manera relacional los impactos estructurales que este modelo ha generado a lo largo del tiempo.

Bibliografía

- Aledo, A. (2008). De la tierra al suelo: La transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial. *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 729, 99–113. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2553322>
- Aledo, A. (2016). Turismo residencial y vulnerabilidad en el interior del Levante español. In *Turismo residencial y gentrificación rural* (pp. 37- 60). PASOS. http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita_16_Definitivo_e-book.pdf#page=39
- Aledo, A. (2018). El socio-espacio de conflicto. Un marco conceptual para el análisis de los conflictos asociados a riesgos tecnológicos. *Riesgos, gobernanza y conflictos socioambientales*, 43-68. https://macroamb.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/12/libro_riesgos_gobernanzas-conflictos-compressed.pdf#page=43
- Aledo, A., & Mazón, T. (2005). Los límites del turismo residencial: El caso de Torrevieja. *Estudios Turísticos*, 165, 77–95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2138686>
- Aledo, A., García, H., & Ortiz, G. (2010). Análisis de mapas causales de impactos del turismo residencial. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (20), 61-86. <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297125195003.pdf>
- Aledo, A., Loloum, T., Ortiz, G., & García-Andreu, H. (2013). El turismo residencial internacional en el nordeste de Brasil / International Residential Tourism on the Northeast of Brazil. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.142.3>
- Aledo, A., Ortiz, G., Mañas-Navarro, J. J., Climent-Gil, E., & Vallejos-Romero, A. (2021). Incorporating supra-local social structure into social impact assessment using causal network analysis. *Environmental Impact Assessment Review*, 89, 106604. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2021.106604>
- Allam, Z., Bibri, S. E., & Sharpe, S. A. (2022). The Rising Impacts of the COVID-19 Pandemic and the Russia-Ukraine War: Energy Transition, Climate Justice, Global Inequality, and Supply Chain Disruption. *Resources*, 11(11), 99. <https://doi.org/10.3390/resources11110099>
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2004). Whose tourist-historic city? Localizing the global and globalizing the local. En: Hall, C. Michael; Williams, Allan M. y Lew, Alan A. (Eds.). *A companion to tourism*. Malden: Blackwell.
- Ateljevic, I., Morgan, N., & Pritchard, A. (2013). *The critical turn in tourism studies: Creating an academy of hope* (Vol. 22). Abingdon: Routledge.

- Bianchi, R. V. (2002). Towards a new political economy of global tourism. En: Sharpley, Richard y Telfer, David J. (Eds.). *Tourism & Development: Concepts and Issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Bianchi, R. V. (2009). The 'critical turn' in tourism studies: A radical critique. *Tourism Geographies*, 11(4): 484-504.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community-based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi005>
- Blaikie, P, Cannon, T, Davis, I y Wisner, B (1994). *At Risk: Natural Hazards, People's Vulnerability and Disasters*. Londres: Routledge.
- Borgatti, S. P., & Everett, M. G. (2006). A graph-theoretic perspective on centrality. *Social Networks*, 28(4), 466-484. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2005.11.005>
- Bourdieu, P. (2008). *El sentido práctico*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Burriel de Orueta, A., & Fernández-Fernández, R. (2023). La urbanización del litoral mediterráneo español: impactos socioeconómicos y ambientales. *Revista de Estudios Urbanos y Territoriales*, 45(2), 123-145. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9581854>
- Buzási, A., & Csizovszky, A. (2023). *Urban sustainability and resilience: What the literature tells us about "lock-ins"?* *Ambio*, 52(3), 616-630. <https://doi.org/10.1007/s13280-022-01817-w>
- Casado-Díaz, M. A. (2006). Retiring to Spain: An analysis of differences among North European nationals. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32(8), 1321-1339. <https://doi.org/10.1080/13691830600928714>
- Cavallari, S., Cambria, E., Cai, H., Chang, K., & Zheng, V. W. (2019). Embedding both finite and infinite communities on graphs. *IEEE Computational Intelligence Magazine*, 14(3), 39-50. <https://doi.org/10.1109/MCI.2019.2914212>
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18-35. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90092-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90092-6)
- Cuadrado-Roura, J. R., & López-Morales, J. M. (2023). El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española. *Revista de Estudios Turísticos*, 200, 19-38. <https://doi.org/10.61520/et.2002014.1182>
- Darbellay, F. (2016). From disciplinarity to postdisciplinarity: Tourism studies dedisciplined. *Tourism Analysis*, 21(4), 363-372. <https://doi.org/10.3727/108354216X14682432740006>
- Dredge, D., & Jamal, T. (2016). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285-297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>
- Dredge, D., Jenkins, J., & Whitford, M. (2011). Tourism Policy and planning: Historical development and contemporary challenges. En: Dredge, Dianne y Jenkins, John (Eds.). *Stories of Practice: Tourism Planning and Policy*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Emmel, Nick (2013). *Sampling and choosing cases in qualitative research: A realist approach*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Farrell, B., & Twining-Ward, L. (2005). Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 109-122. <https://doi.org/10.1080/09669580508668462>
- Fernández-Muñoz, S., & Barrado, D. A. (2011). El desarrollo turístico-inmobiliario de la España mediterránea e insular frente a sus referentes internacionales (Florida y la Costa Azul): Un análisis comparado. *Cuadernos de Turismo*, 27(27), 373-402. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140011>
- Fernández-Navarrete, D. (2016). La crisis económica española: una gran operación especulativa con graves consecuencias. *Estudios Internacionales (Santiago)*, 48(183), 119-151. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2016.39883>
- García-Andreu, H. (2014). El círculo vicioso del turismo residencial: análisis de los factores locales del boom inmobiliario español. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 395-408. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.028>
- García-Andreu, H., Ortiz, G., & Aledo, A. (2015). Causal maps and indirect influences analysis in the diagnosis of second-home tourism impacts. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 501-510. <https://doi.org/10.1002/jtr.2022>
- Gaviria, M. (1974). *España a go-go: Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Turner. Enlace: https://books.google.com/books/about/Espa%C3%B1a_a_go_go_turismo_charter_y_neocol.html?id=xa9NzweACAAJ
- Gaviria, M. (1976). *El turismo de invierno y el asentamiento de extranjeros en la provincia de Alicante*. Instituto de Estudios Alicantinos.
- Gaviria, M., Iribas, J. M., Sabbah, F., & Sanz Arranz, J. R. (1977). *Benidorm, ciudad nueva* (2 vols.). Editora Nacional. Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=1006518>

- Getz, D. (1993). Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research*, 20(3): 583-600. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90011-q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90011-q)
- Gunn, Clare A. (1993). *Tourism Planning: Basics, concepts and cases* (3rd Ed.). Washington: Francis & Taylor. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003061656/tourism-planning-turgut-var-clare-gunn>
- Hall, C. M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: A public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4), 274-289. <https://doi.org/10.1080/09669589908667340>
- Hall, C. M., & Müller, D. K. (Eds.). (2004). *Tourism, mobility and second homes: Between elite landscape and common ground*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781873150825>
- Hall, Colin M. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Chichester: John Wiley. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/19951800176>
- Hannigan, J. A. (1995). *Environmental sociology: A social constructionist perspective*. New York: Routledge.
- Hollinshead, K. (2006). The shift to constructivism in social inquiry: Some pointers for tourism studies. *Tourism Recreation Research*, 31(2), 43-58. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081244>
- Huete, R. (2008). Tendencias del turismo residencial: El caso del Mediterráneo español. *El Periplo Sustentable*, (14), 65-87. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i14.943>
- Huete, R., Mantecón, A., & Mazón, T. (2008). ¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial? *Cuadernos de Turismo*, 22, 101-121. <https://doi.org/10.6018/turismo.22.58171>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Iribas, J. M. (2000). Benidorm, manual de uso. En W. Maas (Ed.), *Costa Ibérica: Hacia la ciudad del ocio* (pp. 108-119).
- Ivars-Baidal, J. A., & Vera-Rebollo, J. F. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 1-31. <https://doi.org/10.21138/bage.2765>
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., & Femenia-Serra, F. (2017). *Guía de implantación de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana*. INVAT-TUR. Enlace: https://invattur.es/uploads/entorno_37/ficheros/62690c9e305de2073297352.pdf
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Giner-Soriano, R. (2023). Smart city and smart destination planning: Examining instruments and perceived impacts in Spain. *Cities*, 137, 104266. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104266>
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J.-N., & Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
- Ivars-Baidal, J. A., Rodríguez-Sánchez, I., & Vera-Rebollo, J. F. (2013). The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain). *Tourism Management*, 34, 184-195. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.009>
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jain, D., & Tiwari, G. (2017). Sustainable mobility indicators for Indian cities: Selection methodology and application. *Ecological Indicators*, 79, 310-322. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2017.04.009>
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jimeno, I., Aledo, A., & Ortuño-Padilla, A. (2022). Impactos del fenómeno Airbnb en destinos turístico-residenciales: un diagnóstico desde los actores locales. En G. Ortiz Noguera, A. Aledo Tur, & J. A. Domínguez Gómez (Coords.), *Impacto social y desarrollo: Contribuciones y retos desde la experiencia iberoamericana* (pp. 207-231). Universitat d'Alacant. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/132059/1/Jimeno_et_al_Impactos-fenomeno-Airbnb-destinos-turistico-residenciales.pdf
- Jurdao Arrones, F. (1979). *España en venta: Compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Ayuso. Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=239534>
- Jurdao Arrones, F. (1992). Los mitos del turismo (pp. 15-89). Endymion España.
- Keogh, B. (1990). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 449-465. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90009-G](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90009-G)
- Lalicic, L., & Önder, I. (2018). Residents' involvement in urban tourism planning: Opportunities from a smart city perspective. *Sustainability*, 10(6), 1852. <https://doi.org/10.3390/su10061852>

- Latip, Hamrila A.; Lim, Suzie S. Y. y Ahmad-Hajazi, Mohd U. (2017). Convention tourism destination competitiveness assessment of Malaysia: a qualitative analysis using porter diamond model. En: *Proceeding of the ASEAN Tourism Research Conference*. Taylor's University: Malaysia.
- Leiper, N. (1990). Partial industrialization of tourism systems. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 600–602. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90007-A](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90007-A)
- Li, W. J. (2006). Community decisionmaking: Participation in development. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.07.003>
- Mantecón, A. (2017). El turismo residencial no existe: Revisión de un concepto y crítica de su función ideológica. *Cuadernos de Turismo*, (40), 405–422. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.312541>
- Mañas-Navarro, J. J., Aledo, A., Ortiz, G., & Cortina-Segarra, J. (2023). Unravelling social barriers in ecological restoration decision-making: A network analysis approach. *Land Degradation & Development*, 34(16), 4897–4911. <https://doi.org/10.1002/ldr.4817>
- Mañas-Navarro, J. J., Jimeno, I., Aledo, A., & Ortiz, G. (2022). Diagnóstico integral de problemas e impactos mediante mapas causales colaborativos y análisis de red: El caso de Rolândia (Paraná, Brasil). En G. Ortiz Noguera, A. Aledo Tur, & J. A. Domínguez Gómez (Coords.), *Impacto social y desarrollo: Contribuciones y retos desde la experiencia iberoamericana* (pp. 179–206). Universitat d'Alacant. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/132058/1/Manas-Navarro_et_al_Diagnostico-integral-de-problemas-e-impactos.pdf
- Mazón, T. (2006). Inquiring into residential tourism: The Costa Blanca case. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3(2), 89–97. <https://doi.org/10.1080/14790530600938276>
- Mazón, T., & Huete, R. (2005). Turismo residencial en el litoral alicantino: Los casos de Denia, Altea, Benidorm, Santa Pola y Torreveja. *Turismo Residencial y Cambio Social: Nuevas Perspectivas Teóricas y Empíricas*, 105–138. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/14088>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. B., Such-Devesa, M. J., & Perles-Ribes, J. F. (2019). Tourist environment and online reputation as a generator of added value in the sharing economy: The case of Airbnb in urban and sun-and-beach holiday destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 53–66. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.10.002>
- Müller, D. K. (2002). Second homes in Sweden: Patterns and issues. *Tourism Geographies*, 4(4), 389–405.
- Muñoz-Mazón, A. I. (2012). Análisis relacional de sistemas turísticos: un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística. *Tourism & Management Studies*, 8(8), 55–64. <https://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/363>
- Nash, R. (2006). Causal network methodology: Tourism research applications. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 918–938. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.003>
- Navarrete, J. M. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones sociales*, 4(5): 165-180.
- Navascués, R. V., Castiñeira, C. J. B., Hernández, M. H., & Cantos, J. O. (2023). Territorial planning in times of crisis (2008–2022): Paradigm shift and re-growth on the coast of Alicante (Spain). *BAGE: Boletín de la Asociación Española de Geografía*, (99), 5. <https://doi.org/10.21138/bage.3516>
- O'Reilly, K. (2000). *The British on the Costa del Sol: Transnational identities and local communities*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203495407>
- Olcina, J., & Vera-Rebollo, J. F. (2023). Políticas públicas de planificación territorial en la Comunidad Valenciana. Luces y sombras. *Cuadernos de Geografía de La Universitat de València*, 0(110), 129. <https://doi.org/10.7203/cguv.110.25183>
- Ortiz, G., Aledo, A., & García-Andreu, H. (2014). La participación ciudadana como instrumento para la planificación e investigación social en turismo. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 4(2), 13–39. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/47695>
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566–591. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00010-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00010-6)
- Rodríguez, J.A. (1995): *Análisis estructural y de redes*. CIS. Madrid. (2000) «El círculo del poder: La estructura social del poder económico en la España de los noventa», en *Sistema*, 158.
- Rodríguez-López, J. (2017). Las viviendas que pudieron hundir la economía española. La caída del mercado de vivienda y sus consecuencias. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 35(1), 71–99. <https://doi.org/10.5209/crla.54984>
- Romero, J. (2010). Construcción residencial y gobierno del territorio en España: De la burbuja especulativa a la recesión. Causas y consecuencias. *Cuadernos Geográficos*, 47(47), 17–46. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v47i0.2004>

- Royo, S. (2020). *The causes and legacy of the Great Recession in Spain*. En D. Muro & I. Lago (Eds.), *The Oxford Handbook of Spanish Politics* (pp. 116–131). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198826934.013.8>
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893–1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>
- Shih, H. Y. (2006). Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, 27(5), 1029–1039. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.09.006>
- Shone, M. C., & Memon, P. A. (2008). Tourism, planning and governance: Critical perspectives on the governance of tourism in New Zealand. *Tourism Geographies*, 10(4), 374–398. <https://doi.org/10.1080/14616680802434159>
- Smith, V. L. (1977). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Sorensen, A. (2015). *Taking path dependence seriously: An historical institutionalist research agenda in planning history*. *Planning Perspectives*, 30(1), 17–38. <https://doi.org/10.1080/02665433.2013.874299>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360–381. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.11.001>
- Tribe, J. (2008). *Tourism: A critical business*. *Journal of Travel Research*, 46(3), 245–255.
- Vera-Rebollo, J. F. (1987). *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*. Diputación Provincial de Alicante/Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert. Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=237938>
- Verdú Marín, J., & Giner Sánchez, D. (2022). Adaptación de la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana al ámbito provincial: El caso de Costa Blanca. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 16(2), 135–154. <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.2.8929>
- Vidal, S. P., & Hernández, A. B. (2023). Pandemia en el mercado de la vivienda española. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 63–90. <https://doi.org/10.17561/ree.n2.2023.7831>
- Weick, Karl E. (1969). *The Social Psychology of Organizing*. New York: McGraw-Hill.
- Williams, A. M., King, R., & Warnes, A. M. (1997). A place in the sun: International retirement migration from northern to southern Europe. *European Urban and Regional Studies*, 4(2), 115–134. <https://doi.org/10.1177/096977649700400202>
- Woodside, A. G. (2009). Applying systems thinking to sustainable golf tourism. *Journal of Travel Research*, 48(2), 205–214. <https://doi.org/10.1177/0047287509332331>

Recibido: 21/04/2025

Reenviado: 13/10/2025

Aceptado: 13/10/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Turismo comunitario y agricultura agroecológica en la Amazonía ecuatoriana: Un análisis de cointegración

Marco Omar Vizúete Montero* Maritza Chaglla-Cango**

Rita Lara-Vásquez*** Hilter Figueroa Saavedra****

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador)

Resumen: Este estudio analiza la relación de cointegración entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica en las provincias amazónicas de Orellana y Sucumbíos, Ecuador durante el periodo 2010 – 2023. Utilizando un enfoque cuantitativo longitudinal basada en modelos de cointegración de Johansen, se analizaron 390 unidades productivas mediante análisis de series temporales. Los resultados revelan la existencia de dos vectores de cointegración estadísticamente significativas, confirmando relaciones de equilibrio a largo plazo entre ambas actividades económicas. El turismo comunitario demostró mayor capacidad de ajuste (coeficientes de -1.0766 y 1.2611), actuando como mecanismo principal de equilibrio del sistema. Mientras tanto la agricultura agroecológica presentó comportamiento estacionario ($p=0.0153$), mientras que el turismo comunitario mostró dinámicas evolutivas no estacionarias. Los factores ambientales exhibieron alta significancia estadística ($p<0.001$), confirmando su papel fundamental como variable de control. Estos hallazgos proporcionan evidencia empírica sobre la viabilidad de modelos de desarrollo sostenible que integren conservación ambiental y diversificación económica en territorios amazónicos.

Palabras clave: Agroecología; Cointegración econométrica; Estabilidad ecológica; Sistemas socioecológicos; Planificación territorial.

Community-based tourism and agroecological agriculture in the Ecuadorian Amazon: A cointegration analysis

Abstract: This study analyses the cointegration relationship between community tourism and agroecological agriculture in the Amazonian provinces of Orellana and Sucumbíos, Ecuador over the period 2010 - 2023. Using a longitudinal quantitative approach based on Johansen cointegration models, 390 productive units were analysed through time series analysis. The results reveal the existence of two statistically significant cointegration vectors, confirming long-term equilibrium relationships between both economic activities. Community tourism showed greater adjustment capacity (coefficients of -1.0766 and 1.2611), acting as the main mechanism of equilibrium within the system. Meanwhile, agroecological agriculture presented stationary behavior ($p=0.0153$), and community tourism revealed non-stationary evolutionary dynamics. Environmental factors exhibited high statistical significance ($p<0.001$), confirming their fundamental role as a control variable. These findings provide empirical evidence on the viability of sustainable development models that integrate environmental conservation and economic diversification in Amazonian territories.

Keywords: Agroecology; Econometric cointegration; Ecological stability; Socioecological systems; Territorial planning.

* <https://orcid.org/0000-0001-8272-419X>; E-mail: marco.vizúete@epoch.edu.ec

** <https://orcid.org/0000-0002-5331-4615>; Email: maritza.chaglla@epoch.edu.ec

*** <https://orcid.org/0000-0001-7810-0667>; E-mail: rita.lara@epoch.edu.ec

**** <https://orcid.org/0000-0002-1717-319X>; E-mail: hilter.figueroa@epoch.edu.ec

Cite: Vizúete Montero, M. O.; Chaglla-Cango, M.; Lara-Vásquez, R. & Figueroa Saavedra, H. (2026). Turismo comunitario y agricultura agroecológica en la Amazonía ecuatoriana: Un análisis de cointegración. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 485-498. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.031>.

1. Introducción

La cohesión existente entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica representa una oportunidad estratégica para alcanzar un desarrollo socioeconómico integral en la región Amazónica ecuatoriana, la cual se caracteriza por poseer una extraordinaria biodiversidad y riquezas pluriculturales (Cabanilla, 2018). Este vínculo se ha fortalecido de forma continua durante las últimas décadas, constituyéndose en un modelo alternativo que busca alcanzar el equilibrio y la resiliencia entre la conservación ambiental y el desarrollo económico local (López et al., 2024).

En este contexto, la región Amazónica ecuatoriana, particularmente en las provincias de Orellana y Sucumbíos, enfrenta el desafío de generar medios de subsistencia resilientes que permitan la conservación de sus ecosistemas considerados especialmente frágiles, así como preservar y emplear conocimientos ancestrales (Auqui, 2023). Esta realidad territorial se caracteriza por la presencia de comunidades indígenas y mestizas que han desarrollado, a lo largo de generaciones, sistemas de manejo integrado del territorio que combinan prácticas tradicionales con innovaciones locales adaptadas a las condiciones específicas del ecosistema amazónico.

El turismo comunitario, entendido como una forma de gestión turística en la cual la comunidad local mantiene el control sobre sus actividades y territorio, tal como lo señalan Enríquez et al. (2023), ha emergido como una estrategia prometedora para diversificar y fortalecer las economías locales. Paralelamente, prácticas agroecológicas han ganado relevancia en la última década como sistemas productivos resilientes fundamentados en principios agroecológicos contemporáneos (Prieto, 2021).

No obstante, la comprensión de las interrelaciones a largo plazo entre estos sectores resulta limitada en contexto de la realidad cotidiana de la población amazónica ecuatoriana, donde las dinámicas socioecológicas son complejas y dinámicas (Barros et al., 2024). Esta limitación se acentúa por la ausencia de marcos metodológicos que permitan analizar de manera integral la sinergia y complementariedades entre ambas actividades económicas, especialmente considerando las particularidades socioculturales y ecológicas de la región amazónica.

A pesar del creciente interés por implementar el turismo comunitario como estrategia de desarrollo rural, existen vacíos significativos en la literatura sobre su relación con la agricultura agroecológica y su impacto en la economía de las comunidades amazónicas del Ecuador (Loor et al., 2018). Las investigaciones previas han analizado estos sectores de manera independiente, sin embargo, la interdependencia entre ambas variables (turismo comunitario y la agricultura agroecológica) ha sido escasamente estudiada desde la perspectiva de la utilización de modelos econométricos (Olmos et al., 2025).

Adicionalmente, no se han aplicado métodos de cointegración para identificar las interacciones estructurales entre ambas actividades, lo cual limita el entendimiento profundo de su impacto temporal (Barros et al., 2024). Esta carencia metodológica es particularmente relevante considerando que ambas actividades económicas presentan características de complementariedad estacional, aprovechamiento comparativo de recursos naturales y culturales, y potenciales efectos sinérgicos en la generación de ingresos diversificados para las familias rurales amazónicas.

Un aspecto fundamental que se ha consolidado progresivamente es el reconocimiento del turismo comunitario como una estrategia de desarrollo sostenible en diversas partes del mundo, estas actividades han generado ingresos económicos sustanciales en las comunidades, sin comprometer los recursos naturales (Azwindini, 2024). En el Ecuador, existen experiencias exitosas de este tipo principalmente en las provincias de la Amazonía ecuatoriana, como Orellana y Sucumbíos, las cuales han demostrado que estas prácticas incrementan la autonomía de las comunidades y fortalecen la identidad cultural (Mullo et al., 2019).

Paralelamente, las prácticas agroecológicas han sido promovidas como una alternativa sostenible a los sistemas convencionales, especialmente considerando las condiciones edafológicas de la Amazonía ecuatoriana, contribuyendo significativamente a la seguridad alimentaria (Vizúete et al., 2023). En este sentido, la integración de ambas actividades representa una oportunidad única para el desarrollo de sistemas económicos diversificados que aprovechan las ventajas comparativas del territorio amazónico, incluyendo la riqueza biológica, diversidad cultural y conocimientos tradicionales de manejo del territorio.

La importancia de esta investigación radica en la necesidad urgente de comprender las dinámicas económicas integradas que permitan a las comunidades amazónicas desarrollar estrategias de subsistemas resilientes frente a los desafíos actuales del cambio climático, la presión sobre los recursos naturales y la necesidad de generar alternativas económicas sostenibles. En este contexto, el análisis de cointegración entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica se presenta como una herramienta fundamental

para identificar patrones de interacción que puedan orientar políticas públicas y estrategias de desarrollo territorial más efectivas.

Por tanto, este estudio no solo contribuirá a la literatura académica, sino que también brindará herramientas fundamentales para la formulación de estrategias locales que promuevan la sostenibilidad económica y ambiental en las comunidades amazónicas.

El objetivo general de esta investigación fue analizar la relación a largo plazo entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica en las provincias de Orellana y Sucumbíos de la Amazonía ecuatoriana. Específicamente se plantea: (a) identificar la existencia de vectores de cointegración entre ambas actividades económicas, (b) determinar los mecanismos de ajuste dinámico, y (c) evaluar la influencia de variables ambientales y de control en la estabilidad del sistema. Para ello se aplicó un enfoque cuantitativo y longitudinal fundamentado en modelos de cointegración (Castillo et al., 2016). Se utilizaron datos del periodo comprendido entre 2010 y 2023 en las provincias mencionadas, lo cual permitió determinar patrones de interdependencia económica y estabilidad en ambas actividades (López et al., 2024).

Los resultados obtenidos permitirán formular recomendaciones de políticas públicas para fortalecer el turismo comunitario y las prácticas agroecológicas en la agricultura, garantizando así un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación de los recursos naturales. Así mismo, este estudio contribuirá al desarrollo de marcos conceptuales y metodológicos que puedan ser replicados en otras regiones con características socio ecológicas similares, ampliando el alcance y la aplicabilidad de los hallazgos obtenidos.

La hipótesis central de este estudio sostiene que existe una relación de cointegración significativa entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica, en la que ambas actividades presentan mecanismos de equilibrio de largo plazo y respuesta dinámica a factores estructurales y ambientales.

2. Metodología

2.1. Diseño y lugar de estudio

El diseño de esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo y longitudinal, con alcance correlacional explicativo, el cual resulta apropiado para examinar la relación a largo plazo entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica en la región Amazónica ecuatoriana. Para el análisis de esta relación se empleó el método de cointegración, seguido de la metodología desarrollada por Johansen (1991). Este enfoque metodológico permitió identificar vínculos estructurales y dinámicos entre ambas actividades a lo largo del tiempo y determinar la existencia de relaciones de equilibrio a largo plazo (Cáceres et al., 2024).

La selección del método de cointegración de Johansen se fundamenta en su capacidad para manejar múltiples variables no estacionarias y detectar múltiples relaciones de cointegración simultáneamente, lo cual es particularmente relevante en sistemas económicos complejos como el analizado (Catalán, 2021). Adicionalmente, este método permite la estimación de un modelo de corrección de errores vectoriales (VECM), proporcionando la información sobre la velocidad de ajuste hacia el equilibrio a largo plazo (Cancino, 2021).

El periodo de estudio abarcó desde el año 2010 hasta 2023, utilizando datos recopilados en intervalos trimestrales que totalizaron 56 observaciones por variable. Este marco temporal fue seleccionado para capturar tendencias y fluctuaciones estacionales que reflejen los efectos sostenibles y las dinámicas de estas actividades. La extensión temporal de 14 años permite cumplir con los requisitos mínimos para análisis de cointegración, que sugieren al menos 50 observaciones para obtener resultados estadísticamente robustos (Salinas et al., 2025).

Este estudio se llevó a cabo en las provincias amazónicas de Orellana y Sucumbíos, ubicadas geográficamente entre las coordenadas 0°27'0''S y 76°59'0''y 0°5'0''N y 76°52'0''O respectivamente. Estas provincias fueron seleccionadas por ser consideradas como áreas estratégicas ricas en recursos naturales y por desarrollar activamente programas de turismo comunitario y agroecología, lo que las convierte en ideales para un análisis profundo de la integración entre estos sectores. Esta elección metodológica se alinea con los criterios de selección propuestos en estudios similares realizados por Mora et al. (2019) y responden a los principios de muestreo territorial para estudios en ecosistemas amazónicos establecidos por (Prieto, 2021).

Para garantizar la validez externa de los resultados, la selección de estas provincias también consideró criterios de homogeneidad ecológica y sociocultural, así como la presencia consolidada de organizaciones

comunitarias con experiencia en turismo comunitario y prácticas agroecológicas certificadas (Huillca y Miranda, 2024).

2.2. Población y muestra

La población objetivo estuvo conformada por comunidades indígenas de la región Amazónica ecuatoriana que implementan simultáneamente turismo comunitario y agricultura agroecológica. El marco muestral se construyó a partir del Registro Nacional de Turismo Comunitario del Ministerio de Turismo del Ecuador y del Catastro de Productores Agroecológicos del Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria (INIAP) (MINTUR, 2024; INIAP, 2023).

La metodología de muestreo probabilística estratificada por provincia, aplicando posteriormente un muestreo sistemático aleatorio en cada estrato, de modo que cada región geográfica y contexto cultural recibiera una representación equitativa en la muestra. El cálculo del tamaño muestral se realizó aplicando la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95%, un margen de error del $\pm 5\%$ y una proporción esperada del 50% para maximizar el tamaño muestral (Roco et al., 2021).

Siguiendo estos criterios estadísticos, se seleccionaron 180 emprendimientos de turismo comunitario y 240 unidades de producción agrícola agroecológica, totalizando 390 unidades de análisis. Este tamaño muestral supera el mínimo requerido para análisis multivariados complejos, el cual se estima en 200 observaciones para garantizar validez estadística con niveles adecuados de potencia y control de error Tipo I López H (2024).

Los criterios de inclusión establecidos fueron: (a) comunidades con al menos tres años de experiencia en turismo comunitario, (b) implementación de prácticas agroecológicas certificadas o en proceso de certificación, (c) disponibilidad de registros económicos y productivos consistentes, y (d) consentimiento informado para participar en el estudio (Cabanilla, 2018).

En esta metodología se fundamenta en los principios y recomendaciones de Mansur et al. (2017), quienes proponen estrategias de muestreo específico para estudios en la Amazonía, garantizando la representatividad y la viabilidad de las prácticas socioeconómicas regionales. Adicionalmente, se consideran las directrices metodológicas para investigación participativa en comunidades indígenas establecidas por Shrestha et al. (2025) y los protocolos éticos para investigaciones en territorios ancestrales definidos por Castillo et al. (2016).

2.3. Instrumento de recolección de datos

Para la recolección sistemática de información, se desarrolló un sistema de instrumentos múltiples que incluye: encuestas estructuradas, entrevistas semiestructuradas, registros económicos estandarizados y fichas de observación directa. Este enfoque metodológico mixto permitió triangular la información y aumentar la validez y confiabilidad de los datos recopilados (Saras, 2023).

Las encuestas estructuradas fueron diseñadas siguiendo las escalas válidas de medición de sostenibilidad turística López (2024) y los indicadores de transición ecológica propuesta por (Altieri y Nicholls, 2005). Los instrumentos fueron sometidos a validación de contenido por un panel de cinco expertos en turismo sustentable y agroecología, y posteriormente se realizó una prueba piloto con 30 unidades de análisis para evaluar la confiabilidad de alfa de Cronbach >0.85 (Reyes y Patlán, 2024).

Dentro del análisis referente a los factores que influyen en el turismo comunitario y a la agricultura agroecológica en la región Amazónica ecuatoriana de las provincias de Orellana y Sucumbíos, se identificaron variables dependientes, independientes y de control, las cuales desempeñan un papel fundamental en la modelización y comprensión de sostenibilidad y el desarrollo turístico en el contexto agrícola.

2.4. Definición operacional de las variables

Las variables de estudio se operacionalizaron siguiendo los criterios de medición establecidos en la literatura especializada y considerando las particularidades del contexto amazónico ecuatoriano.

Entre las variables dependientes, se consideraron los ingresos del turismo comunitario, los cuales midieron el impacto económico generado por esta actividad en las provincias amazónicas expresados en dólares americanos por trimestre y ajustados por inflación utilizando el índice de precios al Consumidor del Banco Central del Ecuador (BCE, 2025). Adicionalmente, se incluyeron indicadores de sostenibilidad económica como la diversificación de ingresos y la distribución equitativa de beneficios dentro de las comunidades (Huillca y Miranda, 2024).

Las variables independientes incluyeron la superficie cultivada bajo prácticas agroecológicas, medida en hectáreas y certificada según estándares del Sistema de Garantía Participativa del Ecuador, y la demanda turística, medida a través del número de visitantes registrado mensualmente en los emprendimientos comunitarios. Se incorporaron también variables relacionadas con la calidad de los servicios turísticos, medida a través del índice de satisfacción del visitante, y la productividad agroecológica expresadas en términos de rendimiento por hectárea y diversidad de cultivos (Vizuete et al., 2023).

Las variables de control incluyeron la estacionalidad, operacionalizada mediante factores ambientales como precipitación y temperatura obtenidas de las estaciones meteorológicas del INAMHI, y del desarrollo económico local, medido en términos de Producto Interno Bruto per cápita provincial e índices de pobreza por necesidades básicas insatisfechas (INEC, 2025).

Se incorporaron además variables de control adicionales consideradas críticas en la literatura: (a) capital social comunitario, medido a través del Índice de Cohesión Social Comunitaria Pedroni (2002), y (b) capacidad institucional, evaluada mediante indicadores de gobernanza local y participación comunitaria Gurgel et al. (2022), y (c) accesibilidad territorial, medida en términos de distancia a centros urbanos y calidad de infraestructura vial (Cherian y Natarajamurthy, 2024).

Esta clasificación y operacionalización permitió evaluar las relaciones estructurales y dinámicas entre las variables, identificando los mecanismos de ajuste hacia el equilibrio mediante modelos de cointegración y corrección de errores. La selección y definición de variables se fundamentó en la metodología establecida por Pedroni (2002) para análisis de cointegración en paneles heterogéneos y en los marcos conceptuales de evaluación de sostenibilidad en turismo comunitario desarrollados por (Aguirre y Mestanza, 2022).

2.5. Análisis de los datos

El análisis estadístico se realizó mediante un enfoque de cointegración multivariada, el cual permitió evaluar la relación a largo plazo entre el turismo comunitario y las prácticas agroecológicas en la región Amazónica ecuatoriana bajo estudio. El protocolo de análisis siguió una secuencia metodológica rigurosa establecida en cinco etapas principales (Laurente y Machaca, 2019).

En la primera etapa, se realizó un análisis exploratorio de datos. Se realizó un análisis descriptivo exhaustivo incluyendo medidas de tendencia central, dispersión y distribución. Se evalúa la presencia de valores atípicos mediante el método de Tukey y se aplicaron transformaciones logarítmicas cuando fue necesario para estabilizar la varianza (Sánchez y García, 2025).

Dentro de la segunda etapa, se realizaron pruebas de estacionalidad. Inicialmente, se aplicaron pruebas de estacionariedad como la prueba de Dickey-Fuller Aumentada (ADF) y la prueba de Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS), con la finalidad de verificar la presencia de raíces unitarias y determinar el orden de integración de cada serie temporal. Se complementó el análisis con pruebas de cambio estructural de Perron (1999) para detectar posibles quiebres en las series que pudieran afectar los resultados de cointegración.

La tercera etapa, es el análisis de cointegración. Posteriormente, se empleó la prueba de Johansen y Juselius (1990) con la finalidad de identificar la existencia y el número de vectores de cointegración de largo plazo. Se estimaron tanto el modelo de máxima verosimilitud con tendencia restringida como el modelo sin restricciones, evaluando los estadísticos de traza y de máximo valor propio (Chanquey et al., 2021).

La cuarta etapa, se realizó la estimación del modelo VECM. Confirmada la existencia de cointegración, se estimó un modelo de VECM (Vector Error Correction Model), que permitió analizar el ajuste dinámico de las variables hacia el equilibrio a largo plazo y estimar los coeficientes de velocidad de ajuste (Salinas et al., 2025). Se evaluó la estabilidad del modelo mediante análisis de las raíces características y se realizaron las pruebas de exclusión de variables para confirmar la significancia de cada variable en el sistema.

La quinta etapa, fue el diagnóstico del modelo. Finalmente se evaluó la calidad del ajuste mediante el análisis de residuos aplicando pruebas de autocorrelación de Ljung-Box, heterocedasticidad de White y normalidad de Jarque-Bera, garantizando así la validez y robustez del modelo estimado (Batchelor et al., 2007).

Para complementar el análisis principal, se implementaron técnicas adicionales de robustez incluyendo: (a) análisis de cointegración con cambios estructurales mediante el método Gregory-Hansen (1996), (b) estimación de modelos ARDL (Autoregressive Distributed Lag), como método alternativo de cointegración

(Laurente y Machaca, 2019), y (c) análisis de funciones de impulso-respuesta para evaluar la dinámica temporal de los shocks entre variables (Shrestha et al., 2025).

Todos los análisis estadísticos se ejecutaron empleando el software RStudio versión 4.4.e complementando con los paquetes especializados “urca” para pruebas de cointegración, “vars” para modelos VAR/VECM, y “tsDyn” para análisis de series temporales no lineales. La metodología empleada sigue las mejores prácticas establecidas por (Wooldridge, 2018), para análisis econométrico en el contexto Latinoamericano y las directrices metodológicas para estudios de cointegración en sistemas económicos complejos propuestos por (Maldonado et al., 2020).

3. Resultados

Los resultados de los análisis de estacionalidad mediante la prueba de Dickey Fuller Aumentada (ADF) se presenta en la Tabla 1. Los hallazgos revelan comportamientos diferentes de estacionariedad entre las variables analizadas. Las variables de agricultura agroecológica (A), desarrollo económico (D) y factores ambientales (F), resultaron estacionarias, dado que sus valores p son menores a 0.05 ($p < 0.05$), lo cual señala que mantiene una media y varianza constantes en el tiempo, cumpliendo con los supuestos de estacionariedad débil requeridos para el análisis econométrico (Novales, 2011).

En contraste, las variables turismo comunitario (T), estacionalidad (S), y demanda turística (D_T) presentaron valores p superiores a 0.05 ($p > 0.05$), indicando la presencia de raíces unitarias y, por tanto, un comportamiento no estacionario. Esta característica sugiere la existencia de tendencias estocásticas o patrones temporales persistentes en estas series, lo cual es consistente con la naturaleza evolutiva de los sistemas turísticos comunitarios que tienden a mostrar crecimiento y desarrollo progresivo a largo tiempo (Barros et al., 2024).

Tabla 1: Resultados de la prueba de Dickey – Fuller Aumentada.

Variable	Dicker. Fuller	Valor. P	Resultado
T (Turismo comunitario)	-2.8141	0.2564	No estacionario
A (Agricultura agroecológica)	-4.1473	0.0153	Estacionaria
S (Estacionalidad)	-3.2586	0.0938	No estacionario
D (Desarrollo económico)	-3.6488	0.0433	Estacionaria
D_T (Demanda turística)	-1.8802	0.6198	No estacionario
F (Factores ambientales)	-3.8512	0.0279	Estacionaria

La presencia de variables con diferentes ordenes de integración [I(0) e I(1)] justifica la aplicación del método de cointegración de Johansen, ya que permite identificar relaciones de equilibrio de largo plazo entre variables no estacionarias (Rodríguez et al., 2013). Esta característica es particularmente relevante en sistemas económicos complejos como el analizado, donde las actividades económicas pueden mostrar patrones de crecimiento divergentes en el corto plazo, pero convergentes equilibrios de largo plazo (Azwindini, 2024).

Por otro lado, el análisis de autocorrelación mediante la prueba de Ljung-Box (Tabla 2) evaluó la dependencia temporal de los residuos, aspecto crítico para la validez de las inferencias estadísticas. Los resultados indican que las variables de turismo comunitario (T), agricultura agroecológica (A), estacionalidad (S), desarrollo económico (D), y demanda turística (D_T) presentan p valores superiores al nivel de significancia convencional ($\alpha=0.05$), lo cual confirma la ausencia de autocorrelación significativa en los residuos y valida la especificación del modelo.

Sin embargo, las variables factores ambientales (F) exhibe una autocorrelación significativa con un ($p=0.0000$), evidenciando una dependencia temporal sustancial en esta variable. Esta característica sugiere que los factores ambientales siguen patrones estacionales o cíclicos marcados, lo cual es

consistente con la literatura sobre viabilidad climática en ecosistemas amazónicos, dónde los patrones de precipitación y temperatura muestra alta persistencia temporal (Vizuete et al., 2023)..

Tabla 2: Resultados de la prueba de autocorrección de Ljung-Box.

Variable	Estadístico	P-valor	Interpretación
T (Turismo comunitario)	18.6259	0.0980	Sin autocorrelación significativa
A (Agricultura agroecológica)	9.5212	0.6579	Sin autocorrelación significativa
S (Estacionalidad)	14.4701	0.2717	Sin autocorrelación significativa
D (Desarrollo económico)	12.5744	0.4007	Sin autocorrelación significativa
D_T (Demanda turística)	10.1669	0.6013	Sin autocorrelación significativa
F (Factores ambientales)	26.9011	0.0000	Autocorrelación significativa

Dentro de la evaluación de la normalidad de los residuos, se realizó la prueba de Jarque -Bera (Tabla 3) evaluó el cumplimiento del supuesto de normalidad de la distribución de los residuos, aspecto fundamental para la validez de las inferencias estadísticas en modelos de cointegración. Los resultados son satisfactorios, ya que todas las variables presentan un p-valor superior al 0.05 confirmando que no se puede rechazar la hipótesis nula de normalidad al nivel de significancia del 5%.

Esta confirmación indica que los estimadores del modelo son consistentes y eficientes bajo el supuesto de normalidad asíntota, validando la aplicación de técnicas de inferencia estadística convencionales. La normalidad de los residuos es particularmente importante en el contexto del modelo VECM, ya que garantiza la validez de las pruebas de hipótesis y los intervalos de confianza calculados.

Tabla 3: Resultados de la prueba de normalidad de Jarque - Bera

Variable	Estadístico	P-valor	Distribuciones
T (Turismo comunitario)	0.2000	0.9049	Normal
A (Agricultura agroecológica)	1.2838	0.5263	Normal
S (Estacionalidad)	2.1437	0.3424	Normal
D (Desarrollo económico)	1.1871	0.5524	Normal
D_T (Demanda turística)	1.2876	0.5253	Normal
F (Factores ambientales)	1.1883	0.5520	Normal

Los resultados del modelo VECM (Tabla 4) proporcionan evidencia robusta sobre la existencia de relaciones de equilibrio a largo plazo entre las variables del sistema económico analizado. El análisis revela la presencia de dos vectores de cointegración estadísticamente significativos, lo cual indica la existencia de dos relaciones de equilibrio de largo plazo independientes entre las variables del sistema.

El turismo comunitario exhibe coeficientes de ajuste de magnitud considerable (-1.766 en el primer vector y 1.2611 en el segundo vector de cointegración), lo cual sugiere que esta variable desempeña un papel central en los mecanismos de ajuste hacia el equilibrio de largo plazo. La magnitud y signos opuestos de estos coeficientes indican que el turismo comunitario actúa como variable de ajuste principal, respondiendo activamente a desafíos del equilibrio en ambas relaciones de cointegración.

La agricultura agroecológica presenta una relación de equilibrio moderada, con coeficientes de 0.1461 y -0.8331 respectivamente. La diferencia en magnitud entre ambos coeficientes sugiere que la agricultura agroecológica contribuye de manera diferenciada a cada relación de equilibrio, de forma débil en la primera relación (0.1461) y de manera más sustancial en la segunda (-0.8331). Esta asimetría podría reflejar la existencia de diferentes canales de transmisión entre ambas actividades económicas.

Las variables de desarrollo económico y demanda turística muestran coeficientes de ajuste de menor magnitud, indicando ajustes más graduales hacia el equilibrio de largo plazo. Esta característica es consistente con la naturaleza de las variables, que tienden a mostrar mayor inercia en sus procesos de ajuste debido a factores estructurales e institucionales.

Tabla 4: Coeficientes de ajuste del modelo VECM

Variable	Valor de cointegración 1	Valor de cointegración 2	Velocidad de ajuste	Significancia estadística
T (Turismo comunitario)	-1.0766 ***	1.2611***	Alta	P<0.01
A (Agricultura agroecológica)	0.1461 *	-0.8331***	Moderada alta	P<0.05; p<0.01
S (Estacionalidad)	0.0004	0.0003	Muy baja	No significativo
D (Desarrollo económico)	-0.0795**	-0.4758***	Baja moderada	P<0.05; p<0.01
D_T (Demanda turística)	-0.0091	-0.2299**	Baja	No sig.; p<0.01
F (Factores ambientales)	0.0007	-0.0005	Muy baja	No significativo

***p<0.01; * p<0.05; p<0.10

Los resultados obtenidos proporcionan evidencia empírica robusta sobre la existencia de una relación de equilibrio a largo plazo entre el turismo comunitario y la agricultura agroecológica en la región amazónica ecuatoriana. Esta relación de cointegración sugiere que, a pesar de posibles divergencias en el corto plazo, ambas actividades económicas tienden a moverse conjuntamente hacia un equilibrio común en el largo plazo, validando la hipótesis de complementariedad económica entre estas actividades.

La magnitud significativa de los coeficientes de ajuste del turismo comunitario indica que esta actividad actúa como el principal mecanismo de equilibrio del sistema, sugiriendo mayor flexibilidad y capacidad de respuesta a choques económicos. Esta característica es consistente con la literatura sobre turismo rural, que destaca la mayor elasticidad de la demanda turística comparada con actividades agrícolas tradicionales (Escobar et al., 2022).

Los factores ambientales, aunque muestran coeficientes de ajustes pequeños en el modelo VECM, presentan una dinámica temporal significativa que debe considerarse en la planificación territorial. La persistencia temporal observada en esta variable sugiere que los choques ambientales (ambientales, estacionales) tienen efectos duraderos sobre el sistema económico analizado, lo cual es consistente con la literatura sobre vulnerabilidad climática en ecosistemas amazónicos (Vizuet et al., 2024).

4. Discusión

Los resultados obtenidos en este trabajo investigativo permitieron identificar aspectos importantes de las percepciones que tiene la población agricultura y turistas sobre la dinámica del turismo comunitario y las prácticas agrícolas agroecológicas en la región amazónica ecuatoriana. En primer término, la cointegración de variables predice la existencia de relaciones a largo plazo entre las variables estudiadas, lo cual tiene incumbencia directa con las políticas públicas, así como para las estrategias de desarrollo sostenible y resiliente en la región.

En este contexto, el análisis de estacionalidad y de sostenibilidad evidenció que la agricultura agroecológica (A) mantiene un comportamiento estable ($p=0.0153$), reflejando una adaptación coherente con los ciclos naturales del entorno amazónico Huatucu y Robles (2025), quienes encontraron patrones similares en sistemas agroecológicos Amazónicas. Esta estacionalidad en los sistemas agroecológicos

puede explicarse por la sincronización de las prácticas agrícolas con los ciclos naturales de la Amazonía, lo cual es fundamental para mantener la biodiversidad funcional y los servicios ecosistémicos (Altieri y Nicholls, 2005).

Por otra parte, la no estacionalidad del Turismo comunitario (T) con un $(p=0.2564)$ sugiere una dinámica evolutiva. Estos resultados son consistentes con lo aportado por Dai y Chen (2025) sobre el impacto de las experiencias de alojamiento en casas de familias comunitarias. La naturaleza no estacional del turismo comunitario refleja la capacidad adaptativa de las comunidades locales para diversificar sus actividades económicas más allá de los patrones estacionales tradicionales, aspectos que han sido documentado como una estrategia de resiliencia socioeconómica (Gurgel et al., 2022).

En relación con la integración económica y ambiental, el coeficiente de cointegración del modelo VECM mostró una relación significativa entre las variables estudiadas. El turismo comunitario presentó coeficiente de -1.0766 y 1.2611 . Estos resultados respaldan la teoría de integración económica ambiental propuesta por Tasbirul et al. (2024). Los coeficientes negativos y positivos indican una relación de equilibrio a largo plazo con mecanismos de corrección de errores, sugiriendo que las desviaciones del equilibrio son corregidas gradualmente (López et al., 2024). Esta integración se fortalece con la estacionalidad del Desarrollo económico (D) con un $(p=0.0279)$ resultados que coinciden con los observados en el estudio de (Maulida et al., 2024).

Respecto a los factores ambientales y la sostenibilidad, la modelación econométrica estimo la existencia de significancia en la autocorrelación en los Factores ambientales (F), alcanzado un $(p<0.001)$. Este valor refleja una estabilidad ecológica, valores que son concordantes con los reportados por (Chanquey et al., 2021) investigación que hace énfasis a la resiliencia de los sistemas socio ecológicos.

Hay que resaltar que el turismo comunitario tiene una relación directa con aspectos económicos y de sostenibilidad, esta evaluación alcanzó una estacionalidad con un $(p=0.0279)$ indicando una estacionalidad en el crecimiento económico local. Este valor refleja una estabilidad ecológica, concordante con los estudios reportados por Dai y Chen (2025), investigación que enfatiza la resiliencia de los sistemas socioecológicos. La alta significancia estadística de los factores ambientales sugiere que estos constituyen el fundamento sobre del cual se desarrollan tanto las actividades agroecológicas como el turismo comunitario, actuando como variables de control que determinan la sostenibilidad a largo plazo del sistema (Altieri y Nicholls, 2005).

Es importante resaltar que el turismo comunitario tiene una relación directa con aspectos económicos y de sostenibilidad. Esta evaluación alcanzó una estacionalidad con un $(p=0.0279)$ indicando estacionalidad en el crecimiento económico local. Este resultado es concordante con los estudios realizados por Cherian y Natarajamurthy (2024), que indican patrones de crecimiento económico estable en comunidades que integran la agricultura agroecológica y el turismo.

La estacionalidad económica puede interpretarse como una ventaja competitiva, ya que permite a las comunidades planificar sus actividades productivas de manera complementaria, optimizando el uso de recurso humano y naturales durante diferentes periodos del año (Maldonado et al., 2020). Por tanto, la relación entre el desarrollo económico y los factores ambientales alcanzan un coeficiente de (-0.4758) . Este valor sugiere la necesidad de aplicar un balance cuidadoso, como lo señala (Cherian y Natarajamurthy, 2024).

Vale la pena destacar la relación entre la demanda turística y su adaptabilidad. Dentro de los análisis econométricos se obtuvo una, no estacionalidad en la demanda turística (D_T), lo cual refleja la dinámica existente en el sector turístico. Estos resultados coinciden con los estudios de Shrestha et al. (2025) sobre la volatilidad del turismo comunitario. Sin embargo, la normalidad en su distribución (Jarque – Bera $p=0.5253$) sugiere patrones predecibles que, según Countess et al. (2025), pueden contribuir a una mejor planificación estratégica en esta variable. La no estacionalidad de la demanda turística, paradójicamente, puede representar una fortaleza del turismo comunitario, ya que sugiere una demanda más estable y menos dependiente de factores estacionales externos, lo cual es crucial para la planificación financiera y operativa de las comunidades (Batchelor et al., 2007).

En cuanto a las consideraciones de las políticas públicas, la normalidad en la distribución de todas las variables (test de Jarque – Bera) sugiere que los modelos predictivos tendrán confiabilidad para la planificación de las políticas públicas en las provincias Sucumbíos y Orellana. Este hallazgo es relevante considerando las observaciones que hace Gurgel et al. (2022) sobre la importancia de los datos confiables en la formulación y sistematización de las políticas públicas para alcanzar la resiliencia dentro del desarrollo sostenible. La normalidad de los datos implica que los instrumentos de política pueden ser diseñados con mayor precisión, permitiendo intervenciones más efectivas y eficientes en el desarrollo territorial (Olmos et al., 2025).

Desde otra perspectiva, este estudio tuvo una limitación la naturaleza temporal de los datos recolectados, razón por la cual se observó la no estacionalidad de las variables como el Turismo comunitario (T) y la Demanda Turística (D_T). Este fenómeno se puede atribuir a los distintos cambios estructurales no considerados en el periodo de estudio. Además, el alcance geográfico constituye otra limitante, pues la investigación se centró en dos de las seis provincias amazónicas del Ecuador, lo que, aunque presenta un estudio valioso, podría limitar la generalización de los resultados a las demás provincias amazónicas, las cuales cuentan con distintos contextos ambientales y socioeconómicos. Es fundamental reconocer que la heterogeneidad espacial y temporal de los sistemas socioecológicos amazónicos requieren enfoques metodológicos que capturen esta complejidad (Shrestha et al., 2025).

En este contexto, se plantean investigaciones futuras en esta línea de investigación. Desde el aspecto metodológico, se podrían incorporar análisis espaciales para examinar patrones geográficos relacionados con el turismo comunitario y la agricultura agroecológica, mediante la utilización de los Sistemas de Información Geográfica (SIG). También se podría considerar el enfoque participativo, donde se integre a la población para que contribuya con sus conocimientos ancestrales.

Adicionalmente, se sugiere la implementación de estudios longitudinales que permitan capturar la dinámica temporal de estos sistemas, así como el desarrollo de indicadores compuestos que integren las dimensiones sociales, económica y ambientales de manera más holística (Mora et al., 2019). La importancia de metodologías mixtas que combinen análisis cuantitativos con enfoques etnográficos podría proporcionar una comprensión más profunda de los mecanismos causales que subyacen en las relaciones identificadas (Wooldridge, 2018).

Finalmente, es crucial reconocer que la integración exitosa entre turismo comunitario y la agricultura agroecológica en la amazonia ecuatoriana requiere de un marco institucional sólido que facilite la gobernanza colaborativa, el intercambio de conocimientos y la distribución equitativa de beneficios. Los resultados de este estudio contribuyen al cuerpo de conocimientos sobre desarrollo sostenible en territorios amazónicos, proporcionando evidencia empírica que puedan orientar tanto la formulación de políticas públicas como estrategias de intervención comunitaria (Enriquez et al., 2023; Huatuco y Robles, 2025).

5. Conclusiones

El presente trabajo de investigación permitió identificar y analizar las relaciones a largo plazo las variables de turismo comunitario y la agricultura agroecológica en las provincias del norte de la Amazonia ecuatoriana (Orellana y Sucumbíos), las principales conclusiones revelan:

Del estudio evidencian una relación significativa y estable a largo plazo entre las actividades del turismo comunitario y la agricultura agroecológica, indicando que ambas actividades pueden coexistir y fortalecerse mutuamente. Esta complementariedad contribuye al desarrollo socioeconómico sostenible en la región amazónica, validada por los mecanismos de equilibrio detectados.

En cuanto al impacto económico y ambiental, las actividades del turismo comunitario demostraron tener un efecto positivo en la generación de recursos económicos sin comprometer los recursos ecosistémicos. Por su parte, las actividades de agricultura agroecológica contribuyen a garantizar la seguridad alimentaria mientras conservan el ambiente en condiciones óptimas, fortaleciendo así la resiliencia de las comunidades locales. Esta complementariedad evidencia que es posible generar valor económico mediante la conservación del capital natural, confirmando la viabilidad de modelos de desarrollo que integren productividad y sostenibilidad ambiental.

Además, los factores ambientales desempeñan un papel fundamental en la dinámica de todas las actividades estudiadas. La modelación econométrica reveló la existencia de significancia estadística en la autocorrelación de estos factores, de lo cual se deduce la existencia de una estabilidad ecológica que se debe considerar para la planificación y gestión de proyectos de desarrollo comunitario. La alta significancia ($p < 0.001$) indica que los factores ambientales actúan como variables de control que determinan la capacidad de carga del territorio para sostener ambas actividades productivas de manera sostenible.

Respecto a la normalidad de los datos, esta establece la existencia de una distribución normal de las variables, lo que consideran que los modelos predictivos utilizados son confiables para la planificación de las políticas públicas. No obstante, la no estacionalidad de algunas variables (turismo comunitario y demanda turística) sugiere la necesidad de realizar ajustes en futuros análisis para considerar cambios estructurales no contemplados en el periodo de estudio. La normalidad de los datos proporciona robustez

estadística a los hallazgos, mientras que la no estacionalidad observada puede indicar la presencia de dinámicas complejas que requieren metodologías econométricas más sofisticadas.

Por tanto, es importante reconocer que una de las limitaciones consistió en haber centrado este estudio en únicamente dos provincias de las seis que conforman la región amazónica, lo que limita la generalización de los resultados. No obstante, dada la similitud ecológica y socioeconómica de otras provincias amazónicas y regiones latinoamericanas, los resultados pueden ser útiles como referencia comparativa en contextos afines. En consecuencia, se recomienda realizar futuras investigaciones que incorporen análisis espaciales y enfoques participativos integrando el conocimiento ancestral de las comunidades locales. Esto permitirá obtener una visión más completa y representativa del sistema socioecológico amazónico.

Esta investigación aporta evidencia empírica sobre la viabilidad de modelos de desarrollo que integren conservación y actividades productivas en contextos amazónicos. Los hallazgos contribuyen al debate sobre alternativas de desarrollo en territorios indígenas y rurales, demostrando que es posible generar bienestar socioeconómico mediante el fortalecimiento de prácticas productivas culturalmente apropiadas y ambientalmente sostenible.

Finalmente, los resultados amplían la comprensión sobre la aplicabilidad de la teoría de cointegración con el análisis de sistemas territoriales complejos, abriendo nuevas líneas de investigación en econometría aplicada a estudios socioambientales y proporcionando herramientas metodológicas para el análisis de sistemas socioecológicos en regiones de alta biodiversidad. Estos hallazgos refuerzan postulados teóricos sobre la complementariedad económica entre sectores rurales y permiten contrastar resultados con investigaciones en territorios amazónicos de Perú, Bolivia y Colombia, ampliando así el alcance comparativo del estudio.

6. Agradecimientos

Se agradece a los líderes y líderes de las diferentes comunidades de las provincias de Orellana y Sucumbíos, quienes nos brindaron hospitalidad e información de su diario vivir y experiencias dentro del desarrollo del turismo comunitario, como también de las actividades agrícolas bajo prácticas agroecológicas.

7. Financiación

Ese trabajo de investigación no recibió financiamiento.

8. Conflictos de interés

Los actores afirman que no existe conflictos de interés relacionados con la investigación actual. Por tanto, no se han recibido fondos de empresa comerciales ni vínculos personales o profesionales que pudieran afectar los hallazgos o a la interpretación de los datos de estudio. Los hallazgos se basan en un análisis riguroso y objetivo de los datos recopilados.

Referencias bibliográficas

- Huillca, J., & Miranda, L. (2024). Sostenibilidad de la producción de quinua en las comunidades andinas de Anta, Cusco - Perú antes de la pandemia. *Idesia (Arica)*, 42(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/s0718-34292024000400012>
- Aguirre, S., & Mestanza, C. (2022). Indicadores de sostenibilidad turística enfocados al turismo comunitario: Caso de estudio Comunidad Kichwa “Shayari”, Sucumbíos-Ecuador. *Green World Journal*, 5(2), 1 - 16. <https://doi.org/https://doi.org/10.53313/gwj51017>
- Altieri, M., & Nicholls, C. (2005). *Agroecology and the Search for a Truly Sustainable Agriculture* (Primera ed.). México, México. <https://www.agroeco.org/doc/agroecology-engl-PNUMA.pdf>

- Auqui, E. (2023). Amazonian ethnoterritorial struggles and the incorporation of relational ontologies in the fight against extractivism and the ecological crisis. [https://www.scielo.br/j/ha/a/FpkJNlyrDHNSjGfQZXLtkjP/?format=pdf&lang=es\(66\)](https://www.scielo.br/j/ha/a/FpkJNlyrDHNSjGfQZXLtkjP/?format=pdf&lang=es(66)). <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1806-9983e660403>
- Azwindini, I. (2024). Sustainable tourism development activities and planning systems in Vhembe district, Limpopo province, South Africa: A comprehensive eco-touristic and sustainability perspective. *Revista de investigación científica de Golfo Árabe*, 42(4), 1832 - 1848. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/AGJSR-04-2023-0140>
- Barros, C., Garaicoa, F., & León, K. (2024). Desarrollo del turismo comunitario en la Amazonía ecuatoriana; análisis de los beneficios sociales para las comunidades indígenas de Ecuador. *Revista latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*, 5(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3023>
- Batchelor, R., Alizadeh, A., & Visvikis, I. (2007). Forecasting spot and forward prices in the international freight market. *International Journal of Forecasting*, 23(1), 101-114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2006.07.004>
- BCE. (2025). *LA economía ecuatoriana reportó una contracción anual de 2,0 % en 2024*. Banco Central del Ecuador, Quito - Ecuador. <https://www.bce.fin.ec/la-economia-ecuatoriana-reporto-una-contraccion-anual-de-20-en-2024/>
- Cabanilla, E. (2018). Community tourism in Latin America, a concept in development. *Siembra*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>
- Cáceres, J., Rurush, R., & Castillo, J. (2024). Exportaciones, Inversión y Empleo y su Relación con el Crecimiento Económico del Perú, 1980–2021. *Estudios y perspectivas*, 4(1), 2530 - 2546. <https://doi.org/https://doi.org/10.61384/r.c.a..v4i1.212>
- Cancino, S. (2021). Estimación de la respuesta de la oferta de durazno en Colombia utilizando un modelo vectorial de corrección de errores. *Entramado*, 17(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.7243>
- Castillo, E., Herrera, G., & Zambrano, D. (2016). Impacto Económico del Turismo en la Economía Del Ecuador. *Anais brasileiros: Estudos turísticos*, 6(2). <https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3142/1125>
- Catalán, H. (2021). Fundamentales macroeconómicos del tipo de cambio. evidencia de cointegración. *Cuadernos de Economía*, 40(83). <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v40n83.82607>
- Chanquey, Y., Lagos, N., & Llanco, C. (2021). Análisis del crecimiento económico en función del turismo en Chile, periodo 2000-2018. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100034>
- Cherian, A., & Natarajamurthy, P. (2024). The Socio-Cultural Impact of Rural Tourism in India: A Regional Analysis with Special Reference to Kerala in the Context of the Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of lifestyle & SDG Review*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe03408>
- Countess, D., Thick, P., & Pastor, m. (2025). The sustainability of Community-based sustainability through resilience thinking: the case of Yunguilla (Ecuador). 71, 5-31. <https://doi.org/10.5565/rev/day.907>
- Dai, Q., & Chen, J. (2025). Assessing the impact of community-based homestay experiences on tourist loyalty in sustainable rural tourism development. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-84075-y>
- Enriquez, M., Herrera, R., Samaniego, W., & Calderón, K. (2023). Amazonian agrotourism of the Saquifranca farm and its value chain. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 33(62). <https://doi.org/https://doi.org/10.24836/es.v33i62.1367>
- Escobar, J., Pérez, L., Charris, A., Criollo, I., & Pérez, O. (2022). La investigación sobre turismo de negocios: un análisis bibliométrico de publicaciones en scopus. *Clío América*, 16(32), 870– 886. <https://doi.org/http://org/10.21676/23897848.5028>
- Gurgel, M., Irving, M., & Oliveira, E. (2022). Descodificando las Narrativas de las Políticas Públicas de Turismo en Brasil: una lectura crítica sobre el turismo comunitario (TC). *Gestión turística*(16). <https://doi.org/https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2094>
- Huatuco, G., & Robles, B. (2025). Resilience strategies for coping with community tourism disruptions in Puno, Perú. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1 - 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1377>
- INEC. (2025). *Boletín técnico N° 01-2025 - IPC*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Quito - Ecuador. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2025/Enero/Boletin_tecnico_01-2025-IPC.pdf

- INIAP. (2023). *Catastro de productores agroecológicos*. Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria, Quito - Ecuador.
- Johansen, S. (1991). Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models. *Econometrica*, 59(6), 1551-1580. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2938278>
- Laurente, L., & Machaca, D. (2019). Probando la condición Marshall-Lerner y Curva-J para el Perú: un análisis de cointegración multivariada. *LAJED*, 17(32), 169 - 188. <https://doi.org/https://doi.org/10.35319/lajed.201932402>
- Lloor, L., Alemán, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 9(1), 97-108. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195
- López, V. (2024). Impactos del turismo desde la percepción ciudadana: Desarrollo y validación de una escala para su medición. *Revista de ciencias sociales*, XXX, 361 -379. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9645075>
- López, C., Yaulema, L., Flores, E., & Vega, R. (2024). Análisis de la participación del turismo en los ingresos nacionales ecuatoriano durante el período 2012-2023. *Aula Virtual*, 5(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11121898>
- López, H. (2024). Modelos econométricos para predecir el crecimiento económico de América Latina. *Polo del conocimiento*, 9(1), 1 - 23. <https://doi.org/10.23857/pc.v9i1>
- Maldonado, C., Rama, M., Noboa, P., & Álvarez, J. (2020). Community-Based Tourism in Ecuador: Community Ventures of the Provincial and Cantonal Networks. *Sustainability*, 12, 1 - 30. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3390/su12156256>
- Mansur, E., Brondizio, E., Roy, S., de Miranda, P., Soares, A., & Newton, A. (2017). Adapting to urban challenges in the Amazon: flood risk and infrastructure deficiencies in Belém, Brazil. *Regional Environmental Change*, 18, 1411 - 1426. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10113-017-1269-3>
- Maulida, D., Puspita, N., Efri, M., Kastaman, R., Iwan, K., & Neng, T. (2024). Integrating life cycle assessment and multi criteria decision making analysis towards sustainable cocoa production system in Indonesia: An environmental, economic, and social impact perspective. *Heliyon*, 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38630>
- MINTUR. (2024). *Desinos turísticos sostenibles*. Registro Nacional de Turismo Comunitario del Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito. <https://claude.ai/chat/09315eb2-bb1b-4cd9-832f-4aa20d8680dd>
- Mora, J., Yamova, O., & Murtuzaliev, T. (2019). Community-Based Tourism as the Leading Approach to the Rural Development. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 503–510. https://doi.org/doi.org/10.1007/978-3-030-15495-0_51
- Mullo, E., Vera, V., & Guillén, S. (2019). The development of community tourism in Ecuador: necessary reflections. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178 - 183. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000200178
- Novales, A. (2011). *Econometría* (Segunda ed.). <https://econometriai.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/04/econometr2a1a-2c2a6-ed-2000-alfonso-novales-mcgraw-hill.pdf>
- Olmos, E., Velarde, M., & Almendarez, M. (2025). Perception of tourism service quality in the Magical Town of El Fuerte, Sinaloa: an econometric evaluation of ordered choice. *RECIEN. La Salle*, 16(63), 1-37. <https://doi.org/http://doi.org/10.26457/recein.2025.3991>
- Pedroni, P. (2002). Critical Values for Cointegration Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors. *Oxford Bulletin*, 61. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1468-0084.0610s1653>
- Prieto, Ó. (2021). Intercultural Environmental Education as alternative to holistic thinking formation: a study case in the Ecuadorian Amazon. *Revista Andina de Educación*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312816.2021.4.2.9>
- Reyes, J., & Patlán, J. (2024). Instrumentos y escalas para medir la cultura organizacional: una revisión sistemática de la literatura en el período 2013-2023. *Psicogente*, 27(52), 1 - 24. <https://doi.org/https://doi.org/10.17081/psico.27.52.674>
- Roco, Á., Hernández, M., & Silva, O. (2021). ¿Cuál es el tamaño muestral adecuado para validar un cuestionario? *Nutrición Hospitalaria*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20960/nh.03633>
- Rodríguez, D., Vemegas, F., & Lima, V. (2013). La ley de Wagner versus la hipótesis keynesiana: el caso de México, 1950-2009. *Investigación Económica*, 72, 69-98. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1667\(13\)72587-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1667(13)72587-6)
- Salinas, J., Preciado, J., & Guerrero, E. (2025). Análisis de cointegración del índice de precios al consumidor y los salarios nominales en Ecuador. *Journal of economic and social science research*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n2/198>

- Sánchez, I., & García, R. (2025). Cointegración y causalidad de las actividades económicas en Chihuahua, 1980-2024. *Inter - Acciones*, 3(5), 35 -56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.15475538>
- Saras, E. (2023). Técnicas e instrumentos de investigación en la actividad investigativa. *Revista educación*, 21(21), 8 - 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9141207>
- Shrestha, E., Krishna, K., & Shrestha, M. (2025). Reimagining community-based indigenous tourism: Insights from the traditional knowledge of indigenous Newars of Nepal. *Tourism Management*, 108. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105110>
- Tasbirul, I., Sikandar, A., & Muhammad, W. (2024). Economic and environmental impact assessment of renewable energy integration: A review and future research directions. *Cleaner Energy Systems*(9), 1 - 57. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cles.2024.100162>
- Vizúete, M., Ariza, A., Barreno, N., Figueroa, H., Porras, A., & Aguilar, Y. (2024). Land suitability of coffee cultivation under climate change influence in the Ecuadorian Amazon. *Geography, environment, sustainability*, 17(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24057/2071-9388-2024-2969>
- Vizúete, M., Figueroa, H., Barbarú, A., Zapata, H., Herrera, H., & Moya, W. (2023). Physio-edaphoclimatic factors show optimal soil suitability for three tropical crops in the Ecuadorian Amazon. *Scientia Agricola*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1678-992X-2022-0214>
- Wooldridge, J. (2018). *Introducción a la econometría: Un enfoque moderno*. Cengage learning. <https://herioscarlanda.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/10/wooldridge-2009-introduccion3b3n-a-la-econometria3ada-un-enfoque-moderno.pdf>

Recibido: 31/05/2025
Reenviado: 11/08/2025
Aceptado: 11/08/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Dinámicas relacionales del turismo en espacios rurales en Villa de Leyva, Boyacá, Colombia

Yesika Alejandra Ayala Suarez*

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (Colombia)

Yesid Vicente Aranda Camacho**

Universidad Nacional de Colombia (Colombia)

Resumen: Fortalecer las dinámicas permite potencializar capacidades y fomentar la participación activa de los actores a fin de avanzar en su consolidación de cara a aportar al desarrollo territorial. El objetivo de la investigación es comprender las dinámicas relacionales profundizando en el análisis de variables estructurales de capital social y relacional entre las redes de actores vinculados a actividades turísticas en el municipio de Villa de Leyva, Boyacá. Se empleó un enfoque mixto, incorporando análisis descriptivo, de redes sociales, y de densidad geográfica. Los resultados indican redes de actores heterogéneos, con vínculos unidireccionales y baja reciprocidad en las relaciones entre los actores que se vinculan a las actividades turísticas. Esto conduce a bajas capacidades de gestión y planeación, y fenómenos free rider. Conocer las características de los actores del ecosistema turístico permite aprovechar sosteniblemente los recursos del territorio e integrar los actores locales para generar beneficios sociales, económicos, equitativos y sostenibles.

Palabras clave: Capital social; Desarrollo rural; Actores locales; Participación activa; Gestión.

Relational dynamics of tourism in rural areas in Villa de Leyva, Boyacá, Colombia

Abstract: Strengthening existing dynamics and promoting local skills allows for the active participation of rural stakeholders and for them to consolidate in order to contribute to territorial development. The objective of the research is to understand the relational dynamics by deepening the analysis of structural variables of social and relational capital among the networks of active agents linked to tourism activities in the municipality of Villa de Leyva, Boyacá. A mixed approach was used, incorporating descriptive analysis, social network analysis and geographic density analysis. The results indicate heterogeneous networks of stakeholders, with unidirectional links and scarce interaction. This leads to weak management and planning capacities and the so-called phenomenon of free rider. Knowing the characteristics of the agents in the tourism ecosystem makes it possible to take sustainable advantage of the territory's resources and integrate local actors to generate sustainable social, economic benefits for all.

Keywords: Social capital; Rural development; Local stakeholders; Active participation; Management.

Dinâmicas relacionais do turismo em áreas rurais em Villa de Leyva, Boyacá, Colômbia

Resumo: O fortalecimento das dinâmicas relacionais do turismo permite potencializar capacidades e promover a participação ativa dos atores, avançando a sua consolidação para contribuir para o desenvolvimento territorial. O objetivo da pesquisa é compreender as dinâmicas relacionais, aprofundando a análise das variáveis estruturais de capital social e relacional entre as redes de atores vinculados às atividades turísticas no município de Villa de Leyva, Boyacá. Foi utilizada uma abordagem mista, incorporando análise descritiva, análise de redes sociais e análise de densidade geográfica. Os resultados

* <https://orcid.org/0000-0003-0682-9699>; E-mail: yeayalas@unal.edu.co

** <https://orcid.org/0000-0003-2844-2639>; E-mail: yvarandac@unal.edu.co

Cite: Suarez, Y. A. A. & Camacho, Y. V. A. (2026). Dinámicas relacionales del turismo en espacios rurales en Villa de Leyva, Boyacá, Colombia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 499-516. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.032>.

ndicam redes de atores heterogêneas, com vínculos unidirecionais e baixa reciprocidade nas relações entre os atores envolvidos nas atividades turísticas. Isso leva a baixas capacidades de gestão e planejamento, além de fenômenos de “free rider”. Conhecer as características dos atores do ecossistema turístico possibilita aproveitar de forma sustentável os recursos do território e integrar os atores locais para gerar benefícios sociais, econômicos, equitativos e sustentáveis.

Palavras-Chave: Capital social; Desenvolvimento rural; Atores locais; Participação ativa; Gestão.

1. Introducción

La importancia del desarrollo en el ámbito turístico radica en su capacidad para mejorar aspectos económicos y sociales de las comunidades locales con respeto por el entorno que lo rodea. El fortalecimiento de capacidades para el óptimo desarrollo turístico explica la importancia de fomentar y robustecer relaciones entre los actores que conforman el ecosistema. Esto permite la participación activa en las decisiones y acción colectiva que mejora las condiciones del territorio donde la actividad económica se desarrolla (Cruz y Pulido-Fernández, 2012; Merinero y Pulido, 2009; Cortes-Leal y Aranda 2017; Villate y Aranda, 2020).

Analizar las dinámicas relacionales requiere identificar los actores y grupos de interés que estos configuran, para estudiar adecuadamente las conductas que asumen en el marco del sistema turístico y el territorio. Esto tiene como propósito maximizar las capacidades políticas y sociales que influyen en el desarrollo de la actividad económica que se estudia (Boisier, 2004). Por su parte Serrat (2009) planea que el análisis de dinámicas territoriales permite evidenciar la circulación de información y generar alternativas para los flujos de conocimiento, procesos de aprendizaje e innovación; lo anterior permite la colaboración entre actores, profundizar en la comprensión de los niveles de poder y posibilidades para la participación efectiva e involucramiento de los actores.

Para profundizar en el análisis de dinámicas relacionales se ha empleado el análisis de redes sociales -ARS-, método utilizado en el campo de las ciencias sociales que viene consolidándose en el campo científico desde los años setenta del siglo pasado, y se centra en los actores y las relaciones que se producen entre ellos. Esto permite entender cómo se configuran las estructuras sociales que permiten la coordinación, circulación de recursos entre actores. Autores como Freeman (2012); Grossetti (2009) Verd Peric & Martí Olivé (1999) señalan cómo el ARS posee estrategias secuenciales y organizadas en la investigación del análisis de redes sociales dado que:

- 1) Se fundamenta en la existencia de lazos que se vinculan con los actores sociales.
- 2) Se basa en información empírica sistemática
- 3) Uso grafos que representan la estructura que adopta la red en función de la posición que adquieren los nodos en la red.
- 4) Uso de modelos matemáticos y computacionales

En el ámbito turístico las dinámicas relacionales son fundamentales, ya que, si son equilibradas y tienen una participación amplia y horizontal pueden contribuir al logro de procesos de acción colectiva que promuevan la consolidación y el desarrollo territorial. Analizar las dinámicas relacionales entre grupos de interés que configuran las ofertas territoriales de actividades, productos y servicios turísticos permite profundizar en la comprensión de cómo los actores coordinan y cooperan en el desarrollo de la actividad, permitiendo aprovechar las proximidades (geográficas y organizativas) que hace posible el desarrollo de acciones colectivas mutuamente beneficiosas en las que se avanza en la inclusión de los actores locales a estas iniciativas (Ostrom, 2010).

Este artículo tiene como propósito analizar las dinámicas relacionales son el uso de variables estructurales de capital social y relacional en la red de actores y grupos vinculados a las actividades turísticas en el municipio de Villa de Leyva, en el departamento de Boyacá - Colombia. La estructura del artículo comprende la presente introducción, seguida de la sección de materiales y métodos. En un tercer lugar, se presenta la discusión de los resultados y finalmente, las referencias bibliográficas utilizadas para el desarrollo del artículo.

2. Métodos y estudio de caso

La metodología seguida para el logro del objetivo fue de enfoque mixto de tipo descriptivo con elementos de descripción y exploración, se aborda mediante el estudio de caso de la actividad turística en espacios rurales en el municipio Villa de Leyva, Boyacá.

En una primera fase se consultó con fuentes de información secundaria a fin de identificar los actores vinculados al desarrollo de actividades de turismo en espacios rurales en el municipio, se realizó consulta a bases de datos y sistemas de información de la Cámara de Comercio de Boyacá y del Ministerio de comercio, industria y turismo de Colombia (MinCit, 2023). Para complementar la identificación de actores se empleó muestreo por conveniencia, siguiendo la técnica de bola de nieve, para lo cual se aplicaron encuestas con informantes clave, que correspondían a actores locales (comunidad local), actores externos (personas que se insertan en el territorio) y actores institucionales (organizaciones públicas y privadas) que desarrollan o apoyan la actividad turística en espacios rurales en el municipio de Villa de Leyva,

En una segunda fase, a fin de profundizar en el análisis de las dinámicas relacionales entre los actores que se vinculan a las actividades de turismo en espacios rurales en el municipio, se realizaron 57 observaciones, aplicando un instrumento entrevista a profundidad, el cual estuvo compuesto por diez (10) preguntas que indagaban acerca de los vínculos, el tipo de relacionamiento empleando variables de capital social y el grado de intensidad por medio de escala de Likert. Para determinar cómo se generan los relacionamientos entre los actores vinculados en el desarrollo de la actividad turística, se definieron elementos para el diseño de la red, como se evidencia en la Tabla 1. Se establecieron cuatro tipos de relacionamientos en función de las particularidades de los roles que declaran los consultados del Turismo en Espacios Rurales (TER).

Tabla 1: Tipo de relacionamiento entre actores

Tipo de Relacionamiento	Descripción
Compañeros	Con quienes realiza actividades cotidianas.
Informantes	Con quien comparte información técnica, económica, política que concierne a la actividad económica
Interlocutores	Con quienes se reúnen para discutir y generar espacios de política de Turismo en espacios rurales.
Cooperantes	Con quienes realizan actividades dirigidas a la producción y comercialización.

Fuente: Elaboración propia, basado en (Novoa Alvarez, 2020)

Para profundizar en el análisis de las relaciones se utilizaron tres atributos que permiten comprender a partir de variables estructurantes del capital social, y analizar las relaciones de los actores en torno: confianza, cooperación y reciprocidad. Los actores consultados evaluaron en que grado manifestaban la existencia de estos atributos y en qué forma determinaban su relacionamiento con los actores que identificaban; en la Tabla 2 se presentan las preguntas orientadoras que permitió a los consultados identificar la intensidad de las relaciones según las variables de capital social empleadas.

El procesamiento de datos se realizó con el software Ucinet versión 6.759 y NetDraw 2.179, que permiten reconocer características más estructurales de las redes entre actores (Borgatti et al., 2002) y presentarlas de manera gráfica.

Por último, para establecer las proximidades geográficas de los actores tanto locales como externos al territorio, se utilizó sistemas de información geográfica (SIG) y se establecieron densidades de proximidad mediante la función Kernel con el software ArcGIS 10.8. Este método evalúa la cercanía de las iniciativas de TER a partir de la posición geográfica de cada punto, para ajustar una superficie suavizada a cada punto, donde la concentración de actores se relaciona con el mayor valor superficial, reduciéndose a medida que se aleja del punto (Díaz Cuevas & Fernández Tabales, 2023).

En el análisis de los datos y para comprender la estructura de la red, el software Ucinet cuenta con medidas que permiten cuantificar las propiedades de la red, sus nodos y evaluar las dinámicas relaciones

sociales. Si bien, es importante que estas medidas se analicen de manera simultánea y no de forma separada, lo anterior, permite una mayor comprensión del fenómeno (G. Cruz & Pulido-Fernández, 2012).

Tabla 2: Variables de capital social empleadas

Variables de Capital Social	Descripción / escala de preferencia de los vínculos predominantes
Confianza	<p>Las relaciones de confianza entre los miembros de las iniciativas, organizaciones e instituciones (IOI) se distinguen por:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No confía en nadie. 2. Tan solo se confía en familiares o personas con las que tiene algún parentesco. 3. Confía en los amigos cercanos o con quienes tiene proximidad (vereda). 4. Confía en los demás miembros de las (IOI) de turismo en espacios rurales de su municipio. 5. Confía en los miembros de las (IOI) de turismo en espacios rurales de Villa de Leyva -Boyacá
Cooperación	<p>Los miembros de las IOI integran activamente en actividades de la organización y se compromete con acciones que conllevan al fortalecimiento de esta.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se integra a las actividades programadas por las IOI. 2. Se integra a las actividades de las IOI, pero no participa. 3. Se integra a las actividades de las IOI y propone acciones; pero no se compromete. 4. Se integra a las actividades de las IOI, propone acciones y se compromete de manera parcial para ayudar a su ejecución. 5. Se integra a las actividades de las IOI, propone acciones y se compromete para ayudar a su ejecución.
Reciprocidad	<p>Capacidad de los miembros de las IOI para establecer relaciones recíprocas se caracteriza por:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una cultura de individualismo y bajo nivel de reciprocidad entre los individuos del territorio. 2. Los miembros de las organizaciones tienen capacidades de reciprocidad, pero solo en las relaciones que establecen con personas que pertenecen a su núcleo social más próximo (familia, vereda). 3. Los miembros de las organizaciones tienen capacidades de reciprocidad, pero se dificulta en las relaciones que establecen con personas que no pertenecen a su organización o municipio. 4. Los miembros de las organizaciones tienen capacidades de reciprocidad, pero solo cuando perciben un beneficio de por medio. 5. En general la población del occidente de Boyacá se distingue por su capacidad de ser recíprocos en las relaciones que establecen

Fuente: Elaboración propia

A partir de los datos relacionales obtenidos, el software permite elaborar una matriz de adyacencia, que soporta de forma matemática información real de las relaciones entre los actores (Quiroga, 2003). El método de análisis para la red fue dirigido, y los indicadores reticulares de la red que expresan la estructura formal de la red de relaciones empleados fueron: la densidad de la red, centralidad de grado (*centrality degree*), centralidad de cercanía (*closeness centrality*) y centralidad de intermediación (*betweenness centrality*). La tabla 3 presenta las medidas de los datos reticulares empleadas para analizar los datos del caso aplicado al municipio de Villa de Leyva, Boyacá.

Tabla 3: Medidas de los datos reticulares empleadas para analizar los datos de ARS

Estadístico	Estimación	Interpretación
Tamaño de la red	Número de nodos y grafos	Entre más grande es la red menor son los grados de confianza.
Densidad de la red	$Den = L*100/ n(n - 1)$, donde L es el número de vínculos y n el número de nodos.	Indica la cantidad de relaciones que se producen en función del total de miembros que hacen parte de la red, así como su intensidad.
Centralidad	, donde =1, si el actor i y el actor j están vinculados.	Expresa cuando un actor es más representativo que otro de acuerdo con la cantidad de relaciones que este posee.
Intermediación	, donde el camino más corto entre el actor j y el actor k, y el camino más corto entre el actor j y el actor k que contiene al actor i.	Mide la frecuencia con la que un actor y/o institución se conecta con un par de actores. Indica el grado de intermediación entre los actores que hacen parte de la red.
Cercanía	, donde es el camino más corto entre el actor j y el actor i.	Mide la distancia de cada actor con respecto al resto de actores. Indica proximidad entre los actores de la red.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Cortés-Leal & Aranda-Camacho, 2017; Cruz & Pulido-Fernández, 2012; Rodríguez & Fernández, 2009; Vargas Vázquez & Rodríguez Herrera, 2014)

El proceso metodológico de la investigación se resume en la Tabla 4 que se presenta a continuación:

Tabla 4: Metodología de la Investigación

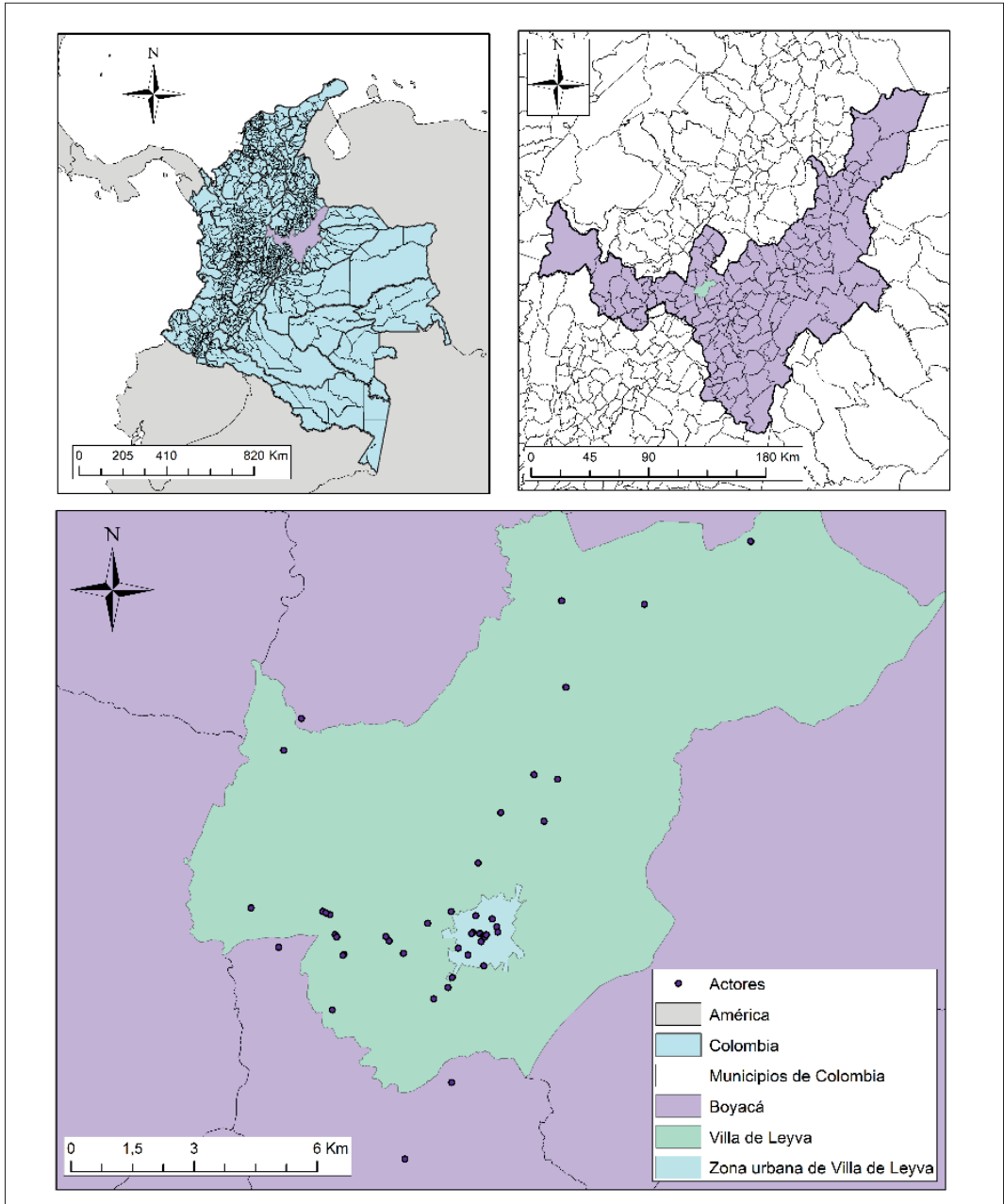
Etapas	Técnicas
Selección de grupos de interés vinculados al desarrollo de la actividad turística	Revisión de información secundaria
Identificación de instituciones de apoyo	Revisión de información secundaria e informantes clave.
Recolección de datos	Cuestionarios aplicados a actores locales e instituciones de apoyo.
Análisis de la estructura de la red Elaboración de grafos de las redes sociales Estimación de la densidad de la red Medidas de centralidad (cohesión, cercanía, intermediación).	Abordaje cuantitativo con los programas Ucinet 6. Y NetDraw 2.
Análisis de los contenidos de las relaciones sociales de variables estructurantes de capital social relacional (confianza, cooperación y reciprocidad).	Abordaje cualitativo a partir de la elaboración de matrices de datos y revisión de información secundaria.
Análisis de la densidad de proximidad espacial de los actores de Turismo en Espacios Rurales en el municipio de Villa de Leyva.	Abordaje mixto mediante el uso de Sistemas de Información Geográfica (SIG) y estadística espacial.

Fuente: Elaboración propia

2.1. Zona de Estudio

El municipio de Villa de Leyva, Boyacá pertenece a la Provincia de Ricaurte en la subregión denominada vertiente y Valle de Moniquirá, conocida según la denominación muisca, como el Alto Valle de Saquencipá (Alcaldía Municipal, 2022). Los límites del municipio son: al norte con los municipios de Arcabuco y Gachantivá; al Sur con el municipio de Sáchica; al Oriente con el municipio de Chíquiza y al Occidente con los municipios de Santa Sofía y Sutamarchán y cuenta con una extensión total de 128 km2 (Alcaldía Municipal, 2023). De acuerdo con la definición de categorías de ruralidad, Villa de Leyva es un municipio intermedio que se caracteriza por tener acceso a diversos bienes y servicios, por su número de habitantes y su densidad poblacional (Departamento Nacional de Planeación, 2014). Así mismo, según la Resolución No. 314 / 2022 de la Unidad administrativa especial de la Contaduría General de la Nación, está categorizado como un municipio de sexta categoría.

Figura 1. Localización geográfica del municipio de Villa de Leyva, Boyacá



Fuente: Elaboración propia, procesamiento de datos ArcGIS

Villa de Leyva fue declarado monumento nacional en 1954, “posee bienes culturales de tipo arquitectónico, arqueológico, paleontológico, ambiental, documental y manifestaciones populares” (Therrien, 1999, p. 175). El municipio fue habitado desde la época prehispánica por los muisca en el altiplano cundiboyacense, posee innumerables vestigios arqueológicos, el lugar arqueológico de mayor predominancia

es el Parque Arqueológico de Monquirá, cuenta con un amplio número de esculturas de piedra de forma fálica, que componen el observatorio solar muisca, donde se infiere que la sociedad se fundó hace más de 2.000 años. Según investigadores, en la época prehispánica el territorio fue habitado por los Muisca, ya en la conquista y colonia su densidad poblacional aumentó, lo que significó un alto poblamiento que se concentró en el norte del altiplano cundiboyacense frente a todo el país.

Los recursos naturales de Villa de Leyva son ricos y variados, el territorio cuenta con páramos y lagunas los que se relacionaban a la cosmología del pueblo Muisca; para ellos, el origen de la humanidad era la laguna de Iguaque (Buelvas Díaz, 2020). A su vez cuenta con recursos y patrimonios especiales que despiertan la atención e interés de diversos tipos de turistas, especialmente para el turismo científico y académico por su riqueza arqueológica y de fósiles en el territorio (Red Cultural del Banco de la República, 2023) por lo cual desde 2010 hace parte de la red de pueblos patrimonio del país¹, lo que lo consolida hoy como el principal destino turístico del centro del país (Osorio & Gamboa, 2021).

A pesar de lo anterior, el desarrollo de la actividad turística ha conducido a diferentes problemáticas debido a su inadecuada planificación, estas se pueden resumir en procesos de gentrificación y aculturación, expansión del casco urbano hacia el área rural, escasa capacidad operativa de la administración pública en términos de infraestructura y cuidado del patrimonio (Osorio & Gamboa, 2021). Alvarez Meneses (2020) manifiesta que en Villa de Leyva “el turismo que tradicionalmente era de tipo urbano ahora se expande a las áreas rurales con fines de descanso, acompañado no de una cotidianidad propia del campo sino de una serie de hábitos y costumbres del hombre urbanizado”.

En la figura 1, se presenta la ubicación geográfica del departamento de Boyacá a nivel nacional; la ubicación del municipio de Villa de Leyva a nivel departamental y se presenta el mapa de Villa de Leyva con una serie de puntos que ubican geográficamente los actores locales y extra locales que fueron encuestados en la presente investigación.

3. Discusión de resultados

Los actores encuestados se clasifican en diferentes categorías: aquellos que ejecutan la actividad y los que apoyan el desarrollo de la actividad turística, aunque no necesariamente se encuentren dentro del territorio. A continuación, se presenta el número de actores consultados y la actividad que asumen en el desarrollo de actividades del sistema turístico (Tabla 5).

Tabla 5: Clasificación de los actores consultados

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Restaurante	2	4%
Iniciativa	25	45%
Operador	14	25%
Museo	3	5%
Guía	2	4%
Parque Temático	3	5%
Instituciones locales y de apoyo	7	13%
TOTAL	56	100%

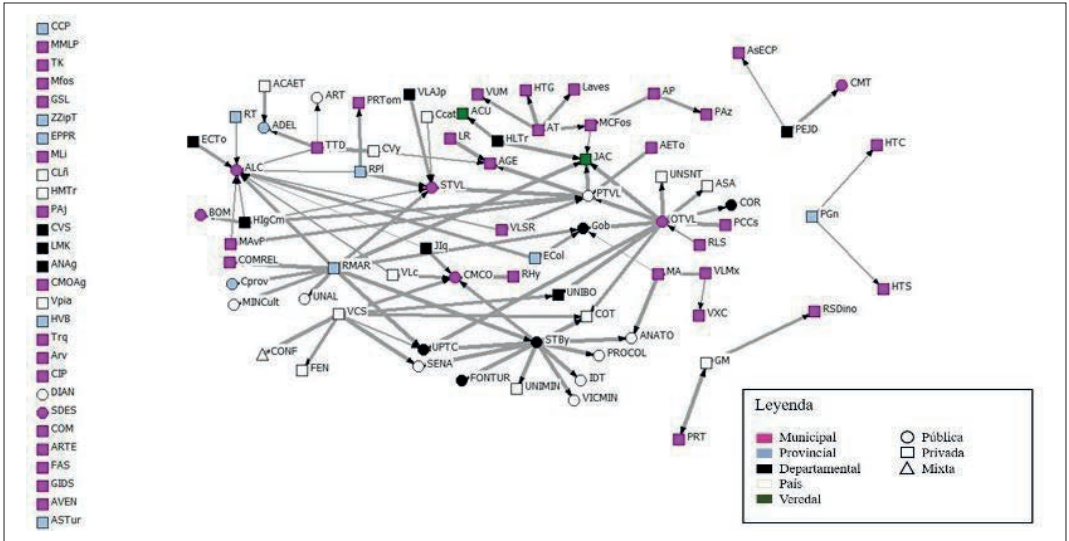
Fuente: Elaboración propia a partir de la información recolectada en campo

3.1. Análisis de Relaciones Sociales

Las categorías de actores: locales, externos e institucionales consultados (57 actores encuestados) para la elaboración de los grafos de las redes analizadas, se representan en sus nodos por medio de shapes, mientras que el tipo de relacionamiento se distingue en los grafos por medio del color; el detalle de cada red se presenta en la leyenda en las figuras 2, 3 y 4.

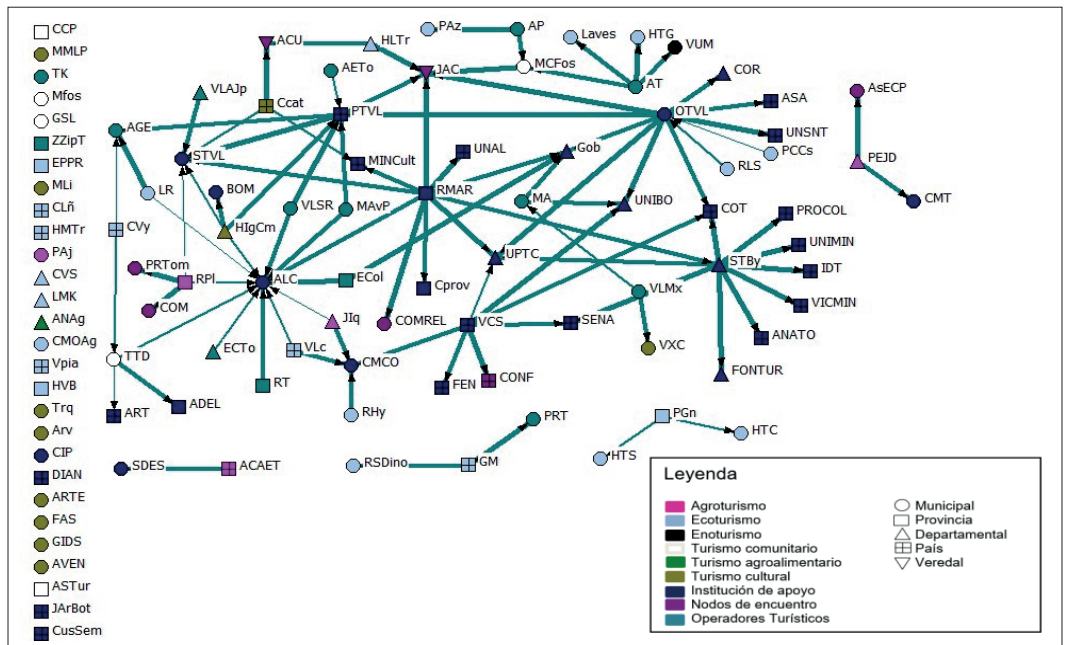
Los grafos que se presentan a continuación representan los atributos de confianza (Figura 2), cooperación (Figura 3) y reciprocidad (Figura 4), en los que se observa el grado de las relaciones por medio de la intensidad de los vínculos, entre más gruesa es la línea mayor es el vínculo declarado por los actores consultados.

Figura 2: Grafo de dinámicas relacionales con base a la confianza manifestada por los nodos de la red de TER en Villa de Leyva, Boyacá



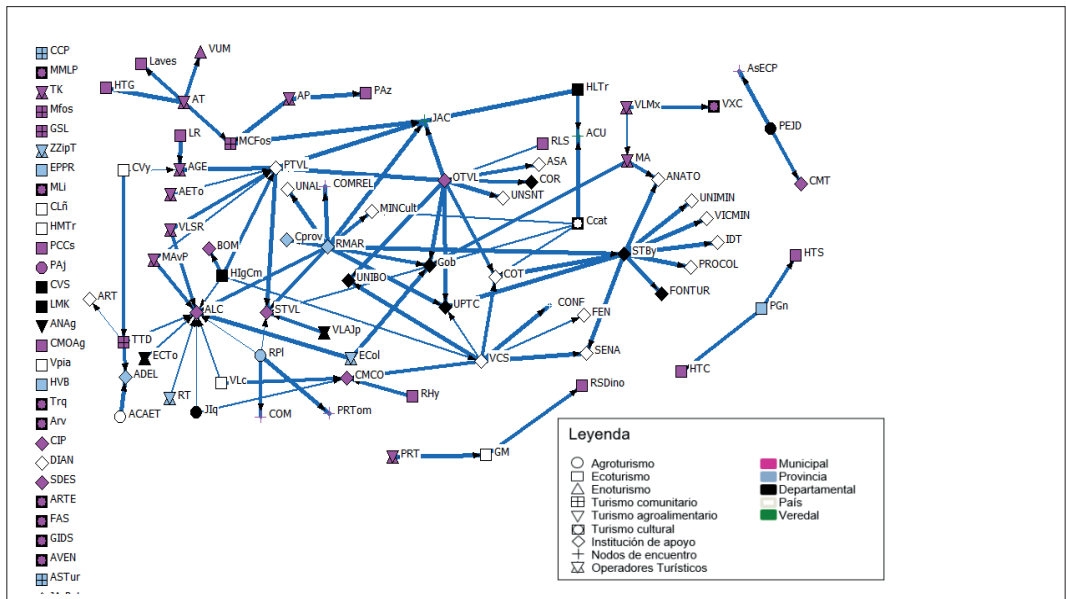
Fuente: Elaboración propia, software NetDraw 6.759

Figura 3: Grafo de dinámicas relacionales con base a la cooperación manifestada por los nodos de la red de TER en Villa de Leyva, Boyacá



Fuente: Elaboración propia, software NetDraw 6.759

Figura 4: Grafo de dinámicas relacionales con base a la reciprocidad manifestada por los nodos de la red de TER en Villa de Leyva, Boyacá



Fuente: Elaboración propia, software NetDraw 6.759

3.1.1. Dimensión y densidad de las redes

En la tabla 6 se presenta la matriz de adyacencia resultante del procesamiento de datos de los indicadores dimensión de la red, densidad y centralidad de grado para cada una de las redes (confianza, cooperación y reciprocidad).

Tabla 6: Indicadores generales de los contenidos relacionales para la red de actores vinculados al desarrollo de actividades de TER en Villa de Leyva, Boyacá

Contenido relacional	Red Confianza	Red Cooperación	Red Reciprocidad
Número de nodos	109	109	109
Número de vínculos	92	94	93
Densidad	0,0078	0,0079	0,0079
Grado de Centralidad	0,08	0,10	0,09
Out-Centralidad	0,08	0,08	0,08
In-Centralidad	0,09	0,10	0,09

Fuente: Elaboración propia, tratamiento de datos con Ucinet

Las dinámicas relacionales de la *red de confianza* (Figura 2) hay un total de 92 vínculos con una densidad de 0,0078, si bien la densidad establece la conectividad de la red, cuando sus resultados son bajos se puede evidenciar una limitación clara en la gestión activa del turismo en el territorio (Velázquez & Aguilar, 2005). En la red de *cooperación* (Figura 3) y *reciprocidad* (Figura 4) se observa un número de vínculos de 94 y 93 respectivamente, para el caso de las densidades se evidencia un valor de 0,0079 para cada una de las redes.

En las redes analizadas destaca la dominancia de actores institucionales que asumen funciones de apoyo, estos se caracterizan por tener un alto grado de poder en las decisiones que toman en torno al turismo. En contraste, los actores que asumen la función de producción de servicios de diversas modalidades de turismo en espacios rurales están desconectados de la red y evidencian bajas dinámicas relacionales con los actores que dominan y toman las decisiones en relación con el turismo. Se observa que se las relaciones se concentran en actores predominantes en la red, las relaciones son marcadamente unidireccionales, con gran número actores que resultan ser nodos sueltos y ruderales, que no manifiestan reconocer relación con los demás actores.

3.1.2. Centralidad de grado en las redes de TER

El grado de centralidad (*Degree centrality*) evidencia el número de actores con los que un actor tiene vínculos. Se divide en grado de salida (*outdegree*) que refleja la suma de las relaciones que cada actor el resto y el grado de entrada (*indegree*) representa las relaciones que fueron referidas hacia un actor (Velázquez & Aguilar, 2005).

En ese sentido, se evidencia que las tres **redes confianza, cooperación y reciprocidad** presentan nodos sueltos que no refieren vínculos con otro actor, esto indica que dentro de la red de actores que apoyan y desarrollan la actividad de TER en Villa de Leyva hay unos que no se reconocen entre sí, siendo nulo el relacionamiento con otros nodos.

En la red **confianza** se encontró el grado de centralidad más bajo del conjunto de redes (0,08). Para el caso del indicador de salida (0,08) donde los actores centrales fueron OTVL de carácter público y municipal, STBy pública y municipal y RMAR provincial privada. El indicador de entrada (0,09), sus actores centrales fueron ALC institución pública municipal, STVL pública municipal, CMCO pública municipal y JAC veredal privada. Se evidencia en esta red una predominancia por actores de la institucionalidad municipal del municipio de Villa de Leyva, pero su intensidad en los grados de confianza es (Figura 2).

La red **cooperación** con un grado de centralidad de (0,10), un grado de salida de (0,08) sus actores centrales fueron RMAR institución de apoyo provincial, STBy institución de apoyo departamental y la OTVL institución de apoyo municipal. El grado de entrada (0,10) sus actores centrales son ALC, STVL institución de apoyo municipal y JAC nodo de encuentro veredal (Figura 3).

Por su parte, la red **reciprocidad** con un grado de centralidad (0,09), un grado de salida de (0,08) los actores centrales fueron RMAR, OTVL, STBy con las mismas características de la red confianza, para el grado de entrada (0,09) los actores centrales fueron ALC institución de apoyo municipal, PTVL institución de apoyo del país y JAC nodo de encuentro veredal. A nivel general, esta medida evidencio la fuerte poder de centralidad que demandan las instituciones de apoyo en el desarrollo y gestión del destino turístico del municipio de Villa de Leyva, salvo dos actores las JAC siendo nodos de encuentro veredales que representan en mayor medida los actores que desarrollan actividades de turismo en el medio rural y RMAR que representan la red de museos del Alto Ricaurte en donde vinculan iniciativas museales del medio rural (Figura 4).

3.1.3. Actores destacados por grado de centralidad

Los actores con mayor centralidad de grado representan una mejor conexión con toda la red, en las tres redes (confianza, cooperación y reciprocidad) están en común los siguientes actores: RMAR, STBy, VCS. Para la red de **confianza, cooperación y reciprocidad** se encontró además la OTVL y PTVL instituciones de apoyo del municipio y del país.

Para el caso del municipio de Villa de Leyva, es importante observar que los actores centrales presentan índices fuertes de centralidad de dos formas de salida y entrada, pero no se generan de forma bidireccional, se puede considerar que más que un liderazgo, en el municipio existe un alto grado de dependencia hacia estos actores centrales y que el relacionamiento no se genera de forma recíproca.

El trabajo de campo evidencio como los actores que desarrollan actividades turísticas referenciaban a instituciones de apoyo, pero al evaluar elementos de confianza, cooperación y reciprocidad no atribuían alto valor según la escala para evaluar la intensidad de la relación, a su vez manifestaban no tener un vínculo tan estrecho con estas instituciones, otros manifestaron tener relaciones con estas instituciones, pero en la mayoría de ocasiones preferían evitarlas o no se sentían incluidos en las decisiones.

Lo anterior, evidencia la existencia de un capital social tipo *linking*, que conduce a una arquitectura para la gobernanza jerárquica, donde pocos actores con condiciones de poder (por ser instituciones de gobierno) toman decisiones de acuerdo con sus expectativas o en procura de ser beneficiadas con las mismas. De manera que los beneficios de la actividad turística en el municipio de Villa de Leyva son

Tabla 7: Actores destacados según medidas de centralidad en redes de confianza, cooperación y reciprocidad

Red	Actor/Nodo destacado	Centralidad de grado	Actor/Nodo destacado	Centralidad de intermediación	Actor/Nodo destacado	Centralidad de cercanía	
Confianza	VCS	0,05	TTD	0,03	STVL	1,03	
	STBy	0,09	MA	0,02	PTVL	0,98	
	RMAR	0,08	GM	0,01	ALC	1,03	
	PTVL	0,03	MCFos	0,02	AGE	1,01	
	OTVL	0,08	STBy	0,08	JAC	1,04	
	OTVL			PTVL	0,15	COT	0,97
				0,19	GOB	0,98	
Cooperación	VCS	0,05	TTD	0,03	STVL	1,03	
	STBy	0,08	MA	0,02	PTVL	0,98	
	RMAR	0,08	GM	0,01	ALC	1,04	
	PTVL	0,02	MCFos	0,02	AGE	1,01	
	OTVL	0,07	STBy	0,07	JAC	1,04	
			PTVL	0,15	COT	0,97	
			OTVL	0,19	GOB	0,98	
Reciprocidad	VCS	0,05	TTD	0,03	STVL	1,02	
	STBy	0,08	MA	0,02	PTVL	0,97	
	RMAR	0,08	GM	0,01	ALC	1,03	
	PTVL	0,03	MCFos	0,02	AGE	1,00	
	OTVL	0,08	VCS	0,06	JAC	1,03	
			STBy	0,07	COT	0,98	
			PTVL	0,14	Gob	0,97	
		OTVL	0,10				

Fuente: Elaboración propia, procesamiento de datos Ucinet

fragmentados y concentrados en pocos actores, lo anterior produce una minimización de la participación y confianza en el resto de los actores que hacen parte de la red, provocando disminución en la acción colectiva y presencia de fenómenos *free rider* en el municipio.

Para Kooiman (2005) la gobernanza jerárquica es una de las más clásicas influenciada por la presencia de la burocracia, con control unilateral, centrado al interior de las redes en función de mecanismos institucionales de redistribución, este tipo de gobernanza presenta desequilibrios a corto plazo y asimetría social, pero se puede sopesar si hay procesos de coordinación y solidaridad.

3.1.4. Actores destacados por centralidad de intermediación

Para este grado algunos actores repiten su centralidad como intermediarios, esto refiere a la frecuencia con la que aparece una institución en el tramo que conecta a otras dos, este grado también indaga sobre como la comunicación ente los actores y como un actor intermedia las comunicaciones con los otros actores, a su vez se consideran los caminos geodésicos (rutas más cortas) que se conectan a los nodos (Velázquez & Aguilar, 2005). Ronald Burt enfoca la calidad de las relaciones en función de la

posibilidad de acceso a la información en entornos lejanos e inaccesibles al individuo per se, manifiesta que los nodos mejor conectados son quienes disfrutan de mayores beneficios (Burt, 2000).

En las redes **confianza, cooperación y reciprocidad** hay actores con grado de intermediación con actores en común *OTVL, PTVL, STBy, TTD MA, McFos*, y *GM*, para el caso de la red **reciprocidad** se encuentra además *VCS*. Se evidencia la preponderancia de centralidad de intermediación de las tres redes en actores del sector público lo que indica una ventaja en el manejo de la información y las comunicaciones respecto al resto de actores que desarrollan actividades de TER en el municipio de Villa de Leyva.

Un hallazgo similar encontró Cruz & Pulido-Fernández (2012) en la investigación realizada en Argentina donde el grado de intermediación beneficio al sector público que permitió tener posición de ventaja respecto a los otros actores que se encontraban en el ecosistema turístico de la ciudad.

3.1.5. Actores destacados por centralidad de cercanía

La última medida de centralidad analizada es la de cercanía, esté indaga la independencia o dependencia de un nodo respecto a otros. Es decir, si un nodo A necesita a B que tan cerca esta de alcanzarlo, donde se evidencia que A es un nodo dependiente y B independiente (Velázquez Álvarez & Aguilar Gallegos, 2005). A mayor grado de cercanía menos necesidad de intermediación (López de Mesa, 2011).

Los actores cercanos poseen características especiales, por ejemplo, pueden ser reconocidos por los demás actores por su antigüedad en el desarrollo de la actividad turística, por su participación política o por ubicaciones geográficas estratégicas. Lo anterior, hace que los demás actores requieran de ellos para ejecutar ciertas acciones que solos no podrían, de manera que se vuelven actores con alto grado de centralidad y con quienes es más fácil recibir información. Coleman (1990), desarrollo el argumento de “la cercanía de las redes sociales”, y manifiesta que hay una relación directamente proporcional entre el grado de interdependencia de los nodos y la densidad de las redes, cuando estas incrementan generan altos niveles de cohesión intragrupo y crea Capital Social.

Para el caso de TER en Villa de Leyva se encuentra que para las tres redes **confianza, cooperación y reciprocidad**, se encuentran los siguientes actores: *ALC, JAC, STVL, AGE, GOB, COT* y *PTVL*. La mayoría de estos actores repiten como centrales en los distintos grados de centralidad de los nodos (grado, intermediación y cercanía). Esto indica que son actores con mayor grado de autonomía respecto a los demás y son cercanos al territorio, se destaca la presencia de las *JAC* en estos escenarios como un actor social y comunitario, sin ánimo de lucro y con presencia veredal.

3.2. Análisis de vínculos relacionales

Para el caso de los vínculos relacionales se abordó mediante un análisis de tipo descriptivo, donde se analizaron características de vínculos que manifestaron los actores encuestados con otros actores con los que se relacionan en el desarrollo de la actividad turística, a continuación, se presenta la Tabla 8 con el resumen de estas características.

Tabla 8: Resumen descriptivo de los vínculos relacionales de los actores

Variables	Elementos	Etiqueta	Cantidad	Porcentaje
Vínculos relacionales	Vinculación con org/inst	Si	26	52%
		No	24	48%
		n	50	100%
	Conoce el tiempo de función	Si	22	79%
		No	6	21%
		n	28	100%
	Tipo de Organización	Pública	12	43%
		Privada	15	54%
		Mixta	1	4%
		n	28	100%
	Ámbito de la organización	Veredal	6	23%
		Municipal	11	42%
		Provincial	5	19%
		Departamental	1	4%
		Nacional	0	0%
		Otra	3	12%
		n	26	100%
	Tipo de Normas	Estatutos	13	59%
		Políticas	3	14%
		Acuerdos verbales	5	23%
		Direccionamiento Estratégico	1	5%
		Otro	0	0%
		n	22	100%
	Sinergia con la ILP	Si	32	64%
		No	18	36%
		n	50	100%
	Trabajo conjunto con la ILP	Si	21	42%
		No	29	58%
		n	50	100%
	Con quien ha entrado en sinergia	Alcaldía	22	35%
Gobernación		7	11%	
Cámara de comercio		6	10%	
Oficina de turismo		7	11%	
Policiá de turismo		7	11%	
Adel		2	3%	
Bomberos		2	3%	
Otras		9	15%	
n		62	100%	
Que políticas/normas que regulan el turismo identifican	Ley general del Turismo	7	12%	
	Cámara de comercio	10	17%	
	RNT	11	19%	
	RUT	2	3%	
	Regulaciones locales	3	5%	
	Decretos	2	3%	
	Políticas departamentales	2	3%	
	Fontur	3	5%	
	Política pública de cultura	2	3%	
	Reservas Naturales	1	2%	
	Normas técnicas sectoriales	1	2%	
	No reconoce	15	25%	
	n	59	100%	

Fuente: Elaboración propia.

El 52% de los actores manifestaron que en algún momento del desarrollo de su actividad si han tenido vínculo con otros actores mientras que el 48% restante no lo ha hecho; el 79% conoce el tiempo de funcionamiento de la organización en la cual se vincula, y sus vínculos fueron principalmente con entidades privadas 54%, que desarrollan sus actividades en el ámbito municipal 42% y que se rigen bajo estatutos 59%.

Para el caso de sus vínculos con la Institucionalidad Local Pública (ILP) se encontró que el 64% de los actores que desarrollan actividades de Turismo en Espacios Rurales en el municipio de Villa de Leyva han entrado en sinergia con la ILP, entendiendo por sinergia como la acción de uno o más actores para desarrollar alguna actividad que de manera individual es difícil de culminar. En términos de trabajo conjunto el 58% no ha tenido esta experiencia con la ILP, las instituciones con quienes han entrado en sinergia son alcaldía 35%, otras 15%, gobernación, oficina y policía de turismo con 11% para cada una respectivamente y otras entidades con un menor porcentaje.

Otro elemento importante fue si reconocían políticas públicas que regularan la actividad turística, en donde el 25% manifestaron no reconocer, el 19% reconoció el RNT; el 17% la cámara de comercio; el 12% la ley general de turismo y en menor porcentaje reconoce normas y políticas sectoriales de alcance municipal y departamental. Este análisis permite evidenciar la existencia y reconocimiento de normas que se tienen en las relaciones, razón que fundamenta la existencia de confianza y reciprocidad en la red.

En cuanto a la homogeneidad y/o heterogeneidad de los elementos de la variable según el Coeficiente de variación (CV) se encontró que la vinculación con organizaciones o instituciones es el elemento con mayor homogeneidad, es decir, es el que menos presenta diferencias. Los elementos trabajo conjunto con la ILP con un CV de 23% y sinergia con la ILP con un CV de 40% presentan una homogeneidad moderada. El restante de los elementos de la variable vínculos relacionales presentan gran heterogeneidad.

En Villa de Leyva existe alto porcentaje de actores que desarrollan su actividad de manera individual, esto habla de redes con bajo grado de cohesión y confianza. Para generar procesos de desarrollo local es necesario fortalecer los vínculos entre los actores, que conduzca a fortalecer el capital social de estas redes. La definición del tipo de capital social (CS) que se genere en estos escenarios facilita o limita el desarrollo turístico y local que se pueden describir a través de las variables de CS (*confianza, cooperación y reciprocidad*) al analizar las formas de asociatividad, el papel de las instituciones, la gestión local y la participación (Barbini, 2007).

El tipo de CS que prevalece en el municipio de Villa de Leyva es vínculos o enlace (*Linking*) se caracteriza por estar presente en grupos laxos, donde prevalece los vínculos verticales a los que acceden grupos con jerarquía de poderes, estatus social y riqueza. Las personas generalmente se conectan a través de recursos políticos y con instituciones económicas teniendo efectos sobre la política social y económica (Abellán López, 2021; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Nardone et al., 2010), son relaciones extra comunitarias que son importantes para el desarrollo de la actividad turística (Cacciutto, 2010). Este tipo de capital social existe en grupos heterogéneos y distantes

En la investigación de Leonardi & García Casal (2018) se evidencia la presencia de capital social (CS) de enlace y los beneficios que trajo a la asociación como la visibilización de esta a través de política pública, empoderamiento, interacción con instituciones de gobierno, la difusión de sus actividades a través de las publicaciones y políticas públicas para la promoción del turismo rural y ayuda financiera recibida desde el gobierno nacional y provincial para participar en eventos en la ciudad de Buenos Aires. Sin embargo, para Forni & Nardone (2006) en el CS de vínculos o enlace es necesario la existencia de CS previo entre los integrantes de la comunidad, para que pueda experimentarse la articulación con otros actores más distantes.

Los enfoques de capital social se han utilizado en estudios sobre el desarrollo, un elemento en común que tiene la literatura de CS es que este se genera y acumula en las relaciones; las que se fundamentan en confianza, cooperación, reciprocidad, normas y valores son las que más consolidado tienen el CS, de manera que las relaciones con estas características pueden contribuir al desarrollo productivo y al fortalecimiento de la democracia (Durston, 2000; Forni et al., 2013).

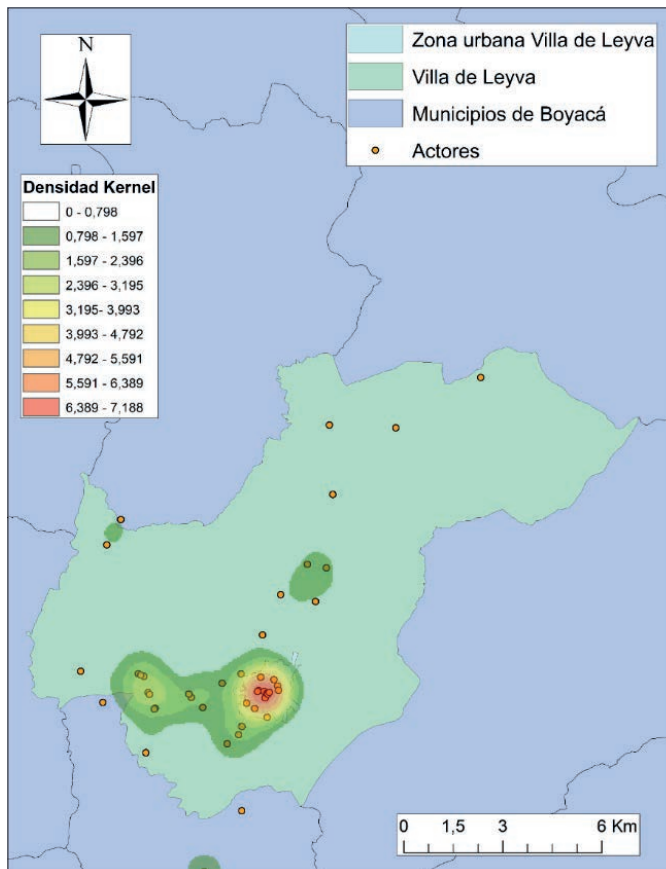
3.3. Análisis de la densidad de proximidad espacial de los actores de TER en el municipio de Villa de Leyva

Con el fin de establecer la concentración de las iniciativas turísticas de TER en el municipio de Villa de Leyva, Boyacá, empleando sistemas de información geográfica y de acuerdo con las densidades de proximidad obtenidas mediante la función Kernel a partir de la posición geográfica de los actores (ArcGIS 10,8) se evaluó la cercanía de las iniciativas de TER, para ajustar una superficie suavizada a cada punto, donde la concentración de actores se relaciona con el mayor valor superficial, reduciéndose a medida que se aleja del punto (Díaz Cuevas & Fernández Tabales, 2023).

En la figura 5, se observa que las mayores densidades se distribuyen en la zona urbana del municipio, para el caso de los operadores turísticos encuestados, estos se ubicaban en esta zona del municipio. Otra densidad significativa se observa en las veredas colindantes con la zona urbana (Monquirá y Sopota), posiblemente por su proximidad geográfica con el lugar emblemático de Villa de Leyva que es su plaza central y con los lugares turísticos más publicitados.

Las densidades disminuyen hacia las veredas correspondientes a El Roble y Salto y la Lavandera en donde se ven procesos de turistificación por actores externos con fuerte poder adquisitivo. El resto de los puntos se reparten a través de la extensión del municipio, en donde se observaron iniciativas turísticas más acordes a las lógicas conceptuales y de desarrollo del Turismo en Espacios Rurales. Se observa una reproducción de mayor intensidad turística en la zona urbana del municipio que se distribuye en las veredas aledañas y se van repartiendo en la extensión del municipio de Villa de Leyva.

Figura 5: Análisis de densidad de Kernel entre actores vinculados al desarrollo de actividades de TER



Fuente: Elaboración propia con procesamiento de datos mediante ArcGIS

Se puede inferir que los actores que tienen mayor nivel de densidad geográfica poseen ventajas para acceder a los actores centrales y generar procesos de trabajo conjunto. Estos actores presentan características como ser parte del gobierno local que por lo general desarrollan sus actividades en la zona urbana del municipio o por ser actores que presentan elementos que hace que los otros lo identifiquen con mayor facilidad, en los grafos de ARS se ve que se caracterizan por ser identificados por un tipo de relacionamiento de cooperantes e informantes. Para los actores que se encuentran a lo largo de la extensión del municipio y que sus densidades

son más bajas tienen dificultades tanto en acceder a información como en general procesos de trabajo conjunto, y de participación en decisiones que afectan o benefician el desarrollo de la actividad.

4. Conclusiones

El análisis de redes sociales (ARS) ha permitido identificar los actores que están vinculados al desarrollo y gestión de la actividad de Turismo en Espacios Rurales (TER) en el municipio de Villa de Leyva. A través de la evaluación de los grados de centralidad, se reconocen los actores centrales, necesarios para los procesos de planificación y gestión territorial. Cuando el resto de los actores de la red identifican los actores centrales, poseen la ventaja de generar procesos efectivos de sinergia que conducen a procesos de gobernanza por parte de los actores locales y una mejor distribución de los beneficios, respetando el medio donde la actividad es ejercida, en este caso el medio rural. Conjuntamente, la participación del resto de actores mejora y da lugar a procesos de inclusión social más amplios.

El ARS permitió profundizar en las dinámicas relacionales que conducen a analizar cómo se están generando los procesos de acción colectiva y tener un panorama de la dinámica social del territorio. Se resalta además la importancia de conocer las interacciones que resultan entre los actores que permitan la construcción de procesos de desarrollo territorial local. Al hablar de dinámicas se relaciona con procesos de cambio constante, de manera que el estudio actual puede describirse como una fotografía que representa el momento presente y es importante realizar ejercicios posteriores que permitan ver los cambios que ha tenido el mapa social.

Para el caso del TER es importante reconocer que este promueve el respeto por el medio en el que se desarrolla, por la salvaguarda de la cultura y tradición campesina, que esta actividad es una alternativa para la mejora de ingresos económicos y bienestar social de las comunidades locales, aprovecha la heterogeneidad del medio rural para generar alternativas pluriactivas y multifuncionales del territorio. Bajo esta lógica es importante reconocer que los actores locales son centrales en el desarrollo de esta actividad, ya que, a través de sus prácticas cotidianas, saberes y elementos identitarios le dan sentido a este tipo de turismo.

La importancia de centrar especial atención a los actores locales radica en el hecho que ellos conocen de primera mano las realidades y particularidades específicas del territorio y en conjunto con las instituciones, nodos de encuentro y diferentes sectores que se integren a la cadena de valor del turismo pueden generar acciones sobre los recursos turísticos del territorio procurando un uso respetuoso y sostenible hacia los mismos. A su vez, la importancia de las redes es que estas apuntan al desarrollo local y a fomentar trabajo conjunto entre la ILP y la comunidad local; fortalecer las redes y la generación de asociaciones permite ventajas en términos de asumir retos y enfrentar situaciones que de manera individual son difíciles de asumir (Forni et al., 2013).

Los resultados apuntan hacia unos niveles de densidad bajos, junto con una dimensión amplia en las redes analizadas, lo cual puede inferir niveles bajos de cohesión en la red. A su vez, se identificó que hay actores centrales que prevalecen en las tres redes analizadas, es decir que estos poseen ventajas significativas respecto a los otros. Estos actores centrales tienen características en común y es la filiación con las instituciones de apoyo y nodos de encuentro, razón que los hace tener mayor influencia en términos de acceso a la información, reconocimiento por trayectoria, ubicación o poder político. Para el caso de las redes de **confianza, cooperación y reciprocidad** se observa como la intensidad de las relaciones de entrada para *ALC* son diversas, pero no alcanzaron el máximo grado y para la *JAC* la intensidad es fuerte en todos los vínculos de entrada.

También se identificó una red de actores heterogéneos, donde las relaciones se concentran en pocos actores, con vínculos unidireccionales, esto habla de la ausencia de reciprocidad en las relaciones que se establecen en el municipio. Donde si bien hay actores que se relacionan, hay otro grupo de ellos que no se relacionan o prefieren no hacerlo, lo que indica un bajo nivel en el desarrollo de acciones colectivas. En ese sentido, el tipo de gobernanza que prevalece en el territorio es de tipo jerárquico.

Una ventaja de profundizar en las dinámicas relacionales es reconocer los actores con mayor grado de centralidad, intermediación y cercanía, el conocimiento de estas características es beneficiosas para generar sinergias que consoliden los vínculos con los actores locales sobre todo con aquellos que cuentan con iniciativas turísticas en el medio rural; aprovechar de manera sostenible los recursos y al mismo tiempo integrarse como actores que tienen objetivos en común y poder generar procesos de acción colectiva, con beneficios sociales, económicos, naturales horizontales y sostenibles.

Villa de Leyva es un destino turístico consolidando, es reconocido por visitantes nacionales e internacionales. Sin embargo, su desarrollo con poca gestión y planeación conduce a que se asemeje a un tipo de turismo masivo y a un agotamiento de recursos por el uso excesivo de estos que conduce a fenómenos *free rider* en el

municipio. Una ventaja competitiva del TER es la preservación del modo de vida del medio rural, sin embargo, en el municipio de Villa de Leyva se ven iniciativas de TER con semejanzas a estilos de vida urbanos que generan un impacto no solo en el paisaje rural, sino en los modos y medios de vida de las poblaciones que habitan este territorio; además de un desplazamiento en la fuerza de trabajo que les permita desarrollar sus capacidades y mejorar su bienestar social, puesto que solo se generan empleos básicos. Lo anterior, limita el desarrollo del turismo en el municipio ya que solo se ve desde una lógica economicista, de beneficios monetarios y se bloquea los beneficios sociales que el TER puede traer a una población.

Los procesos de trabajo conjunto, comunitario y asociativo se presentan y han tenido impacto a escala veredal; no obstante, la incidencia a escala municipal se ve limitada por la colaboración del sector público y privado. La no continuidad en los planes de desarrollo que incorporan acciones para el sector del turismo por lo cambios de gobierno hace que no se haya generado un impacto a mediano plazo. Sin embargo, actores como las juntas de acción comunal han tenido una incidencia a nivel relacional importante, ya que son reconocidos como actores centrales, con altos grados de confianza, cooperación y reciprocidad.

En las dinámicas relacionales está inmerso el Capital Social este permite identificar los elementos sociales que pueden potenciar las capacidades, individuales y colectivas; a su vez las redes tienen un enfoque de tipo territorial que promueven la acción colectiva y los vínculos de confianza, reciprocidad y cooperación se retroalimentan, de manera que la confianza y la reciprocidad se traducen en mayores beneficios de la acción colectiva.

Referencias bibliográficas

- Abellán López, M. Á. (2021). Capital social, redes de confianza y cambio climático. Un enfoque neoinstitucionalista-tecnocrático. *Miriada: Investigación En Ciencias Sociales*, 13(17), 251–269. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8154423>
- Alcaldía Municipal. (n.d.). *Información del Municipio*. Retrieved May 3, 2022, from <https://www.villadeleyva-boyaca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
- Alvarez Meneses, T. (2020). *Transformaciones socioespaciales provocadas por el turismo en Villa de Leyva, Colombia*. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/3174>. <https://doi.org/10.19053/9789586605649.9789586605656>
- Barbini, B. (2007). Desarrollo turístico, actores locales y capital social. Análisis en base a un estudio de caso. *VIII Jornadas Nacionales y II Simposio Internacional de Investigación-Acción En Turismo*, 1–15. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/973>
- Boisier, S. (2004). *DESARROLLO ENDÓGENO: ¿PARA QUÉ?, ¿PARA QUIÉN?*
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for social network analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies,.
- Burt, R. S. (2000). The Network Structure Of Social Capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, 345–423. [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(00\)22009-1](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(00)22009-1)
- Cacciutto, M. (2010). La aplicación de la teoría del capital social a los estudios turísticos. *FACES*, 111–127.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard Univ. Press, Cambridge.
- Cortés, J.A., & Aranda-Camacho, Y. (2017) Dinámicas relacionales para la gestión activa de la actividad turística en el corregimiento de Palomino, Dibulla, Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 14 (79), 16-37. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cdr14-79.drga>.
- Cruz, G. M., & Pulido-Fernández, J. I. (2012). Dinámica relacional interorganizacional para el desarrollo turístico. Los casos de Villa Gesell y Pinamar (Argentina). *Revista de Estudios Regionales*, 94, 167–194.
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). *MISIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CAMPO*.
- Díaz Cuevas, P., & Fernández Tabales, A. (2023). De la función residencial a la función turística en los espacios urbanos: medición de los factores causantes a partir de herramientas digitales. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 99. <https://doi.org/10.21138/bage.3460>
- Durston, J. (2000). ¿Qué es el capital social comunitario? In *municipios.unq.edu.ar*. CEPAL. <https://hdl.handle.net/11362/5969>
- Forni, P., L., C., & Nardone, M. (2013). Las organizaciones en red y la generación de capital social. Implicancias para el desarrollo comunitario. *Miriada: Investigación En Ciencias Sociales*, 4(8), 79–106. <https://p3.entendiste.ar/index.php/miriada/article/view/1415/1798>
- Forni, P., & Nardone, M. (2006). ¿Cómo generar capital social en contextos de exclusión? Experiencias de Organizaciones comunitarias y sus redes sociales. In *IV° Jornadas de Investigación Del IDICSO-USAL. UFBa., March*, 25–27.

- Freeman, L. (2012). El Desarrollo Del Análisis De Redes Sociales: Un Estudio De Sociología De La Ciencia. In *TERRA: Revista de Desarrollo Local* (Issue 6). Palibrio. <https://doi.org/10.7203/terra.6.16997>
- Grossetti, M. (2009). ¿Qué es una relacion social ? : Un conjunto de mediaciones diádicas. *Redes : Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 16(1), 000–0. <https://doi.org/10.5565/REV/REDES.364>
- Kooiman, J. (2005). Gobernar en gobernanza. In *La gobernanza hoy* (Vol. 10, pp. 57–82).
- López de Mesa, J. A. P. (2011). Determinantes de un sistema organizacional en red para el desarrollo rural del turismo en Antioquia (Colombia). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(67), 251–274. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-14502011000200011&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Merinero, R. R., & Pulido, F. J. I. (2009). DESARROLLO TURÍSTICO Y DINÁMICA RELACIONAL. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS PARA LA GESTIÓN ACTIVA DE DESTINOS TURÍSTICOS. *Cuadernos de Turismo*, 23, 173–193.
- Ministerio de Comercio, I. y T. (2023). Centro de Información Turística – CITUR. <http://www.citur.gov.co/>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage Author. *Source: The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>
- Nardone, G., Sisto, R., & Lopolito, A. (2010). Social Capital in the LEADER Initiative: a methodological approach. *Journal of Rural Studies*, 26(1), 63–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2009.09.001>
- Novoa Alvarez, M. J. (2020). *Gobernanza de redes agroalimentarias alternativas: análisis de los mercados de productores con lógicas de transición agroecológica de la red Salsa* [Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77968>
- Osorio, Y. P., & Gamboa, J. D. (2021). Desarrollo turístico y conflictos en el centro histórico de Villa de Leyva, Colombia. *PatryTer*, 4(7), 12–27. <https://doi.org/10.26512/patryter.v4i7.27406>
- Ostrom, E. (2010). Analyzing collective action. *Agricultural Economics*, 41(SUPPL. 1), 155–166. <https://doi.org/10.1111/J.1574-0862.2010.00497.X>
- Quiroga, A. (2003). Introducción al análisis de datos reticulares. *Barcelona: Universidad Pompeu Fabra*. <http://www.analytictech.com/downloaduc6.htm>
- Red Cultural del Banco de la República. (2023). *Villa de Leyva*. <https://www.banrepultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia-numero-361/villa-de-leyva>
- Resolución No. 314. Por la cualse expide la certificación de categorización de las entidadesterritoriales: departamentos, distritos y municipios, conforme a lo dispuesto en las Leyes 136 de 1994, 617 de 2000 y el Decreto 2106 de 2019, (2022).
- S. Leonardi, V., & García Casal, I. (2018). Capital social y políticas públicas para la promoción del turismo rural: el análisis de una experiencia asociativa (Argentina). *Gran Tour*, 17(17), 35–54.
- Serrat. (2009). Social Network Analysis, Knowledge Solutions. *Development Bank*, 28.
- Therrien, M. (1999). Paisaje y patrimonio cultural en Villa de Leyva. *Revista de Antropología y Arqueología*, 11(1–2), 171–209.
- Velázquez, A., & Aguilar, N. (2005). *Manual introductorio al análisis de redes sociales. Ejemplos prácticos con UCINET*. 6(85).
- Velázquez Álvarez, O. A., & Aguilar Gallegos, N. (2005). Manual introductorio al análisis de redes sociales. Medidas de centralidad, ejemplos prácticos con UCINET 6.85 y NETDRAW 1.48. *REDES-Revista Hispana Para El Análisis de Redes Sociales*, 45. http://revista-redes.rediris.es/webredes/talleres/Manual_ARS.pdf
- Verd Peric, J., & Martí Olivé, J. (1999). Muestreo y recogida de datos en el análisis de redes sociales. *Questiú*, 23(3), 507–524.
- Villate, P. A., & Aranda-Camacho, Y. (2020). La gobernanza para la gestión activa del turismo: el caso de la Provincia del Tequendama-Cundinamarca, Colombia. *Gestión y ambiente*, 23(2), 284–298. <https://doi.org/10.15446/ga.v23n2.81896>

Notes

- ¹ La red turística de pueblos patrimonio en Colombia, es un programa del Fondo Nacional de Turismo - FONTUR. Para más información <https://redturisticadepueblospatrimonio.com.co/es>

Recibido: 06/11/2024
Reenviado: 13/02/2025
Aceptado: 13/02/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Turismo patrimonial como estrategia de desarrollo local: un análisis socioeconómico de su incidencia en el municipio de San Agustín (Colombia)

Bilver Adrian Astorquiza-Bustos* Diana Molina-Argote**
Universidad de Manizales (Colombia)

Ofelia Palencia-Fajardo***
Corporación Universitaria del Huila (Colombia)

Resumen: El turismo patrimonial representa una oportunidad para impulsar el desarrollo socioeconómico en regiones con fuerte identidad cultural. Este estudio examina su incidencia en la infraestructura, la competitividad y la economía local en San Agustín, Huila, a partir de un enfoque mixto basado en encuestas a turistas y actores del sector. Los resultados reflejan una alta satisfacción de los visitantes con la infraestructura (58 respuestas positivas) y un gasto promedio entre USD500 y USD750 por estancia. No obstante, los actores turísticos perciben limitaciones en accesibilidad, promoción y rentabilidad. Se encontraron correlaciones significativas entre el gasto, la duración de la visita y la percepción de seguridad. La sostenibilidad del destino se relaciona con el aprecio por el patrimonio y la colaboración local. El estudio subraya la importancia de fortalecer la infraestructura, diversificar las experiencias turísticas y fomentar una gobernanza participativa que permita equilibrar el crecimiento económico con la protección cultural.

Palabras clave: Turismo sostenible; Competitividad turística; Percepción turística; Incidencia económica; Gestión del turismo.

Religious and Heritage Tourism as a Local Development Strategy: A Socioeconomic Analysis of Its Impact on the Municipality of San Agustín (Colombia)

Abstract: Heritage tourism offers an opportunity to drive socioeconomic development in regions with a strong cultural identity. This study examines its impact on infrastructure, competitiveness and the local economy in San Agustín, Huila, using a mixed-methods approach based on surveys of tourists and tourism stakeholders. Results show high visitor satisfaction with infrastructure (58 positive responses) and average spending between \$2,000,000 and \$3,000,000 per stay. However, tourism stakeholders perceive limitations in accessibility, promotion and profitability. Significant correlations were found between spending, length of stay and perception of safety. Destination sustainability is linked to heritage appreciation and local collaboration. The study highlights the importance of strengthening infrastructure, diversifying tourism experiences and promoting participatory governance to balance economic growth with cultural preservation.

Keywords: Sustainable tourism; Tourism competitiveness; Tourism perception; Economic impact; Tourism management.

* <https://orcid.org/0000-0003-1079-6711>; E-mail: bilvera@umanizales.edu.co

** <https://orcid.org/0009-0009-4027-5301>; E-mail: dmolina104845@umanizales.edu.co

*** <https://orcid.org/0000-0002-8713-7573>; E-mail: opalencia@corhuila.edu.co

Cite: Astorquiza-Bustos, B. A.; Molina-Argote, D. & Palencia-Fajardo, O. (2026). Turismo religioso y patrimonial como estrategia de desarrollo local: un análisis socioeconómico de su incidencia en el municipio de San Agustín (Colombia). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 517-534. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.033>.

1. Introducción

El turismo se ha consolidado como un motor clave del desarrollo socioeconómico en diversas regiones del mundo, generando empleo, atrayendo inversión y fomentando el intercambio cultural (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019). Dentro de sus múltiples formas, el turismo patrimonial y arqueológico ha cobrado relevancia al resaltar el valor histórico y cultural de los destinos, fortaleciendo la identidad local y promoviendo la conservación de sitios de interés (Ramsey & Everitt, 2007; Méndez et al., 2021). Es así como el enfoque turístico ha sido ampliamente estudiado por su potencial para dinamizar economías rurales, recuperar espacios culturales y fomentar la participación comunitaria en la protección del patrimonio (Ruiz, 2021; Páez, 2022).

A nivel internacional, la declaración de sitios arqueológicos como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO ha incrementado su atractivo y la afluencia de visitantes. Sin embargo, el reconocimiento patrimonial por sí solo no garantiza un desarrollo turístico sostenible, ya que factores como la infraestructura, la calidad de los servicios, la promoción y la gobernanza participativa influyen directamente en su éxito (Chaddad, 2021; Shakir, 2023). En América Latina, el turismo arqueológico y cultural se ha promovido como una estrategia clave para el crecimiento regional, aprovechando el legado ancestral de diversas comunidades para fortalecer la identidad y dinamizar la economía local (Serrano-Amado et al., 2021; Marín-Idárraga et al., 2023). No obstante, persisten brechas en la planificación estratégica del turismo patrimonial y en la medición de sus impactos socioeconómicos y ambientales, lo que limita su consolidación como un sector competitivo y sostenible (Rubio, 2021).

Colombia ha potenciado el turismo como uno de los ejes fundamentales de su estrategia de crecimiento regional, aprovechando su diversidad natural y cultural. En este panorama, ha cobrado especial relevancia el turismo arqueológico y cultural, debido a que múltiples comunidades buscan poner en valor su legado ancestral para impulsar la economía local y reforzar la identidad de la nación (Serrano-Amado et al., 2021; Marín-Idárraga et al., 2023). Sin embargo, investigaciones previas señalan persistentes brechas en la planificación estratégica del turismo patrimonial, así como en la medición de sus impactos socioeconómicos y ambientales (Rubio, 2021).

El municipio de San Agustín (Huila-Colombia) es reconocido por albergar uno de los conjuntos arqueológicos más sobresalientes de América Latina, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1995. Este destino resalta por su estatuaria lítica y por fungir como un nodo cultural que conecta la historia prehispánica con la identidad actual del país. No obstante, a pesar de contar con un amplio valor patrimonial y con el interés creciente de visitantes nacionales y extranjeros, existen desafíos que obstaculizan su consolidación como un centro de desarrollo sostenible: la falta de datos sobre el impacto real de la actividad turística en el empleo y la inversión, la débil articulación regional y, en algunas ocasiones, la ausencia de estrategias de promoción y gobernanza que integren a la comunidad (Páez, 2022; Serrano-Amado et al., 2021).

Es así como la investigación se articula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular con el orientado en promover un turismo responsable y sostenible (ODS 8.9) y la preservación del patrimonio cultural y natural (ODS 11). Con base en estos objetivos, se plantean tres propósitos específicos: (1) caracterizar la oferta turística y la capacidad instalada del sector, (2) identificar sus ventajas comparativas y competitivas, y (3) evaluar la contribución del turismo a la economía local. Los hallazgos de este trabajo ofrecen insumos relevantes para la formulación de estrategias que potencien la sostenibilidad del turismo patrimonial, equilibrando la promoción del destino con la protección de su riqueza cultural y la mejora del bienestar de las comunidades vinculadas al sector.

En este sentido, resulta fundamental analizar de manera integral la capacidad instalada del sector turístico, sus ventajas competitivas y su incidencia económica en el desarrollo local pues si bien existe una creciente tendencia de liderar esfuerzos para destacar la relevancia del turismo patrimonial, la literatura aún presenta vacíos en torno a la interacción entre la infraestructura, la oferta de servicios, la promoción turística y la participación de la comunidad en la gestión del destino. Es así como la presente investigación aborda estos aspectos mediante un enfoque cuantitativo y cualitativo que permite contrastar la percepción de los turistas con los actores locales, ofreciendo un diagnóstico estructurado sobre los desafíos y oportunidades para la consolidación del turismo patrimonial bajo criterios de sostenibilidad y competitividad.

Los resultados revelan una percepción positiva de los turistas sobre la infraestructura (38 satisfechos y 20 muy satisfechos), aunque persisten desafíos en accesibilidad y servicios inclusivos. La movilidad fue bien valorada, pero los actores turísticos señalaron deficiencias estructurales, principalmente en señalización y carreteras. El gasto promedio de los visitantes se ubicó entre \$2.000.000 y \$3.000.000, con

estancias de dos a tres días, mientras el 88% percibió su impacto económico como positivo. Correlaciones significativas mostraron que el gasto aumenta con la duración de la estancia ($r=0.42$) y que la percepción de seguridad y precios accesibles está asociada ($r=0.39$). Sin embargo, la diversidad de oferta no siempre se traduce en mayores ingresos ($r=-0.2373$). La sostenibilidad del destino se asocia positivamente con la valoración del patrimonio ($r=0.2833$) y la colaboración entre actores ($r=0.2628$). A pesar del dinamismo turístico, los actores reportan ingresos bajos y calidad de vida aceptable, evidenciando retos en sostenibilidad económica y social.

El documento se estructura en cuatro secciones. La primera sección desarrolla una profunda revisión de literatura donde se presentan las bases conceptuales del turismo patrimonial y su relación con el desarrollo socioeconómico. Luego, se describe las principales características del municipio de San Agustín, para posteriormente presentar la sección de metodología donde se describe el enfoque adoptado y el proceso de recolección y análisis de datos. La cuarta sección está compuesta por los resultados, contrastando las percepciones obtenidas con la literatura previa. Para finalizar con las conclusiones, discusión y limitaciones del estudio donde se plantean recomendaciones prácticas y proponen futuras líneas de investigación para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del turismo patrimonial en contextos similares.

2. Revisión de Literatura

La revisión de literatura presenta diferentes aproximaciones para el estudio del turismo patrimonial. Inicia con el turismo como estrategia de desarrollo económico, analiza la teoría de la modernización, examina la incidencia del turismo en el empleo, presenta estrategias de competitividad, discute la importancia de la promoción y la participación comunitaria, aborda el papel de la infraestructura, y ofrece un contexto global y regional comparativo.

El turismo dinamiza economías locales, genera empleo, impulsa la inversión y diversifica fuentes de ingreso (OMT, 2019; Ramsey & Everitt, 2007; Méndez et al., 2021). En el estudio realizado por Juárez et al. (2024) muestran cómo, en comunidades rurales de México, el turismo incentiva pequeñas empresas, aunque advierten sobre problemas de formalización. Zavaleta et al. (2024) evidencian que infraestructura estratégica aumenta ventas y empleo, pero genera vulnerabilidad cuando el atractivo patrimonial es el único motor económico. Noichan et al. (2024) y Schwarz et al. (2024) subrayan que la planificación eficiente fortalece la identidad y optimiza la experiencia del visitante. Lange (1980) y Nuryanti (1996) advierten que el turismo requiere planificación sostenible para evitar la sobreexplotación de recursos.

En relación con la Teoría de la Modernización se sostiene que el crecimiento económico se acelera al adoptar estrategias de economías avanzadas (Ritchie & Crouch, 2003). En turismo, implica modernizar infraestructura, capacitar actores y digitalizar destinos (Cuomo et al., 2020; Gáliz et al., 2024; Streimikiene et al., 2021). Gáliz et al. (2024) destacan la importancia de plataformas digitales, mientras que Pérez-Alvaro (2024) explora innovaciones como el turismo subacuático. Psatha (2024) y Streimikiene et al. (2020) resaltan que modernizar infraestructura y aplicar criterios sostenibles mejora la competitividad. Sin embargo, Shakir (2023) y Psatha (2024) advierten sobre los riesgos de homogenizar la identidad cultural. El Hadj Mimoune et al. (2020) insisten en que la modernización debe preservar autenticidad y sostenibilidad.

Por otra parte, algunos autores sugieren que el turismo genera empleo y crecimiento económico (OMT, 2019; Méndez et al., 2021), pero también puede generar dependencia económica y saturación (Juárez et al., 2024; Ali et al., 2024). Bampatsou (2022) recomienda indicadores de equidad para evaluar impactos laborales, mientras Trišić et al. (2021) subrayan la importancia de que la comunidad perciba beneficios directos. Enseñat-Soberanis et al. (2022) advierten que la sobrecarga de visitantes afecta la sostenibilidad. De la Calle Vaquero y García Hernández (2015) destacan que la falta de planificación compromete la conservación y viabilidad económica. Rubio (2021) y Zavaleta et al. (2024) alertan sobre la concentración de beneficios. Fafouti et al. (2023) proponen gestión participativa para distribuir equitativamente los ingresos.

Porter (1990) sostiene que la diferenciación impulsa la competitividad. Kherrouf et al. (2020) y Krool et al. (2018) destacan la valorización patrimonial como estrategia de posicionamiento. Ksissou et al. (2024) concluyen que una gestión eficiente, infraestructura adecuada y experiencias interactivas mejoran la atractividad. Abd Halim et al. (2024) subrayan la importancia de narrativas basadas en hallazgos arqueológicos. Bambi et al. (2019) promueven la recuperación de rutas históricas como vía para fortalecer la oferta rural. Ross y Saxena (2019) enfatizan la co-creación de experiencias entre turistas y residentes. Psatha (2024) muestra que integrar geodiversidad y buenas prácticas fortalece

la competitividad. Huete-Alcocer et al. (2019) resaltan que la satisfacción del visitante es clave para la recomendación y fidelización.

La promoción y la colaboración entre actores son fundamentales para consolidar destinos (Gálicz et al., 2024; Shinde & Singh, 2023). Noichan et al. (2024) y Abd Halim et al. (2024) advierten que la promoción debe acompañarse de planes de manejo sostenible para evitar sobrecarga. Putra et al. (2024) destacan la necesidad de equilibrar conservación ambiental, comunidad y turismo. Licata et al. (2021) recomiendan diversificar itinerarios para redistribuir visitantes. Ali et al. (2024) y Wallace & Russell (2004) resaltan que la participación comunitaria fortalece la identidad local. Fafouti et al. (2023) muestran que la co-creación de rutas culturales favorece un turismo responsable. Otero et al. (2023) subrayan que la integración del paisaje cultural refuerza la autenticidad. No obstante, la participación enfrenta barreras estructurales. Quemín et al. (2023) evidencian limitaciones históricas en Sudáfrica, mientras Lenik (2013) resalta que proyectos participativos en Dominica fortalecieron la apropiación patrimonial. Fafouti et al. (2023) concluyen que una mayor participación mejora la sostenibilidad a largo plazo.

Una infraestructura adecuada es esencial para proteger el patrimonio y optimizar la experiencia turística (Psatha, 2024; Cuomo et al., 2020). Esta debe gestionarse bajo criterios de sostenibilidad (Bouchemla & Benyoucef, 2024). Antic et al. (2022) demuestran que integrar centros de visitantes de forma planificada incentiva el desarrollo sin comprometer los recursos naturales. Oktay et al. (2022) subrayan la necesidad de evaluar integralmente aspectos históricos y ambientales antes de incorporar sitios al turismo.

La modernización sin planificación puede ser perjudicial. El Hadj Mimoune et al. (2020) advierten que la falta de integración social compromete la conservación patrimonial. Shinde & Singh (2023) muestran que la fragmentación administrativa limita el potencial turístico de Sarnath (India). La digitalización emerge como herramienta de gestión: Gálicz et al. (2024) resaltan el uso de tecnologías para regular flujos turísticos, mientras Bouchemla & Benyoucef (2024) destacan los programas de geo-conservación como estrategia educativa.

El desarrollo turístico debe combinar infraestructura, participación comunitaria y soluciones tecnológicas dentro de un enfoque de conservación sostenible (El Hadj Mimoune et al., 2020).

El turismo cultural impulsa el crecimiento económico, pero enfrenta desafíos en equilibrar desarrollo, conservación y participación comunitaria (Chaddad, 2021; Rubio, 2021; Triši et al., 2021; Shakir, 2023). Chaddad (2021) analiza cómo factores geopolíticos afectan la gestión del turismo en Líbano. Shakir (2023) muestra que en Irak la modernización del patrimonio arqueológico estuvo acompañada de procesos de exotización. Rubio (2021) destaca en Perú las tensiones entre visión turística y derechos culturales locales.

Muñoz (2021) evidencia cómo en México el turismo arqueológico contribuyó a construir identidad nacional. La literatura enfatiza la necesidad de modelos de gobernanza que integren comunidades, sector privado y autoridades (Nuryanti, 1996; Gálicz et al., 2024).

En América Latina, el auge del turismo cultural y natural ha sido impulsado por mejoras en la accesibilidad y un mayor reconocimiento del potencial turístico en diversas regiones, específicamente Colombia (MinCIT, 2024; ProColombia, 2022). Sin embargo, persisten limitaciones en infraestructura, conectividad y formalización del sector; además de desigualdades en la distribución de beneficios (Serrano-Amado et al., 2021). En el Departamento del Huila, la riqueza arqueológica y cultural, sumada a sus atractivos naturales, posiciona la región como un destino emergente (Fedesarrollo y Gobernación del Huila, 2020). No obstante, estudios como el de Puentes et al. (2021) resaltan la necesidad de fortalecer la planeación, la profesionalización de servicios y la infraestructura, para consolidar la oferta cultural y el ecoturismo.

Bajo esta perspectiva, resulta esencial adoptar un modelo de gestión que integre las lecciones aprendidas a nivel internacional con las particularidades locales. Esto implica asegurar la sostenibilidad cultural y ambiental a largo plazo, de manera que el turismo no solo se convierta en una fuente de oportunidades económicas, sino que también contribuya a la preservación del patrimonio y al bienestar de las comunidades residentes.

3. San Agustín: Patrimonio Cultural de la Humanidad

San Agustín, es un municipio ubicado en el sur del departamento del Huila, Colombia, específicamente en la región del Alto Magdalena, el cual se ha caracterizado por constituir un enclave de excepcional valor arqueológico y cultural. Este territorio evidencia ocupación humana desde hace más de 5,300

años (Echeverri, 2020). Esta área, que administrativamente también incluye a los municipios vecinos de Isnos y Salado Blanco, alberga los vestigios monumentales de una o varias culturas prehispánicas sobre las cuales persiste un profundo desconocimiento (Amaya et al., 2021) y fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1995, siendo el Parque Arqueológico de San Agustín es el epicentro de este legado. La zona arqueológica se caracteriza por una notable concentración de estatuaria lítica monumental, acompañada de complejos funerarios (tumbas y montículos), terrazas, caminos y otras evidencias de ingeniería antigua. Estas obras sugieren la existencia de una organización social compleja, cohesionada y de larga duración (Meneses, 2010).

Las esculturas, talladas principalmente en rocas volcánicas locales, varían en tamaño desde piezas diminutas hasta monolitos que superan los cuatro metros de altura. Actualmente, se conservan más de seiscientas estatuas, aunque se reconoce que muchas otras han sido objeto de expolio o destrucción, y es probable que aún existan numerosas piezas por descubrir (Velandia, 2015). Complementando la estatuaria, los conjuntos cerámicos han permitido establecer periodizaciones (Formativo, Clásico Regional, Reciente), aunque los límites temporales exactos y las características culturales de cada fase siguen siendo objeto de debate académico (Ospina & Montenegro, 2018).

Imagen 1: Estatua Falcónida, Parque Arqueológico de San Agustín.



Fuente: Imagen tomada de la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo del Departamento del <https://huila.travel/galerias/galeria/san-agustin>

Desde una perspectiva arqueológica, San Agustín representa uno de los mayores enigmas de la prehistoria suramericana. A pesar de siglos de estudio e interpretaciones cambiantes, aspectos fundamentales como la filiación étnica de sus constructores, el propósito exacto de la monumental estatuaria y las causas de su eventual desaparición permanecen sin respuestas definitivas (Vargas et al., 2023). La investigación arqueológica en San Agustín ha sido un foco importante para la disciplina en Colombia, atrayendo la colaboración de instituciones internacionales como la Universidad de Pittsburg, el Boston College, la Universidad de Breslavia y, antiguamente, el Museo de Berlín (Cubillos, 2014). No obstante, la complejidad geográfica y las condiciones sociopolíticas de la región han dificultado históricamente la

continuidad y el avance de las investigaciones. Cada hallazgo tiende a generar nuevas interrogantes, convirtiendo el estudio de San Agustín en un desafío intelectual constante para la arqueología. Este invaluable y enigmático patrimonio arqueológico constituye el principal atractivo para el desarrollo turístico de la región, el cual ha mostrado un dinamismo significativo en años recientes, particularmente en términos de formalización de la oferta, infraestructura y flujo de visitantes.

Imagen 2: La Estatuaria de San Agustín



Fuente: Imagen tomada del archivo fotográfico Ernesto Guhl. San Agustín, 1966. Biblioteca Luis Ángel Arango. <https://www.banrepcultural.org/huila-en-las-colecciones-del-banco-de-la-republica/arqueologia/la-Estatuaria-de-San-Agustin.html>

La formalización del sector turístico en el Huila, con San Agustín como uno de sus nodos principales, ha experimentado un crecimiento notable. Según datos del Registro Nacional de Turismo (RNT), el departamento alcanzó 1,840 prestadores de servicios turísticos (PST) activos en 2023, lo que representa un incremento del 21.8% respecto al año anterior (RNT 2023). Es relevante destacar que el 13.7% de estos PST correspondían a la zona de influencia patrimonial de San Agustín, subrayando su consolidación como destino clave. Esta tendencia ascendente refleja una recuperación sostenida tras el impacto de la pandemia (2019-2020) y un esfuerzo por la formalización del sector. El subsector de alojamiento también evidencia esta evolución. El número de establecimientos registrados en San Agustín pasó de 11 en 2005 a 54 en 2023, con un pico de 68 alojamientos activos en 2018. Asimismo, la profesionalización de los servicios se refleja en el aumento de guías de turismo registrados, alcanzando 80 guías en 2023, lo que indica un fortalecimiento del turismo cultural y patrimonial especializado.

En el ámbito nacional, San Agustín ha logrado posicionarse como un destino competitivo. De acuerdo con el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia (ICTRC), en 2023 se ubicó en el puesto 14 entre 239 municipios evaluados. Este posicionamiento destaca avances en criterios clave como sostenibilidad ambiental, gestión del destino y calidad de la infraestructura. Si bien se observó un leve descenso en el pilar de estrategia de mercado respecto a 2022, el desempeño general consolida una tendencia positiva en su atractivo y gestión turística.

San Agustín se mantiene como uno de los principales focos de atracción turística del departamento del Huila. En 2020, a pesar de las restricciones iniciales por la pandemia, el Parque Arqueológico recibió 35,621 visitantes, equivalentes al 38% del total departamental. La recuperación fue drástica en 2021, cuando la cifra ascendió a 84,137 turistas (un incremento del 136%), representando el 25.7% del flujo turístico del Huila. Aunque no se dispone de datos desagregados por atractivo específico para 2022 y 2023, las estadísticas departamentales generales sugieren una continuación de esta tendencia expansiva. El Huila registró un incremento del 400% en visitantes en 2022 y alcanzó 2,726,433 visitantes en 2023, lo que supone un aumento del 61.4% respecto al año anterior. Estos indicadores globales, impulsados en gran medida por el atractivo de San Agustín, demuestran la creciente importancia del turismo como motor económico para la región.

San Agustín representa un caso de estudio paradigmático donde un patrimonio arqueológico de relevancia mundial, aún envuelto en misterio, actúa como catalizador del desarrollo turístico. Los datos recientes indican una clara tendencia hacia la consolidación del destino, visible en el crecimiento de la oferta formalizada, la mejora en índices de competitividad y una robusta recuperación y expansión en la afluencia de visitantes. Este escenario plantea tanto oportunidades significativas para el desarrollo económico local y regional como desafíos importantes relacionados con la gestión sostenible del patrimonio, la mejora continua de la infraestructura y el desarrollo de estrategias de promoción efectivas que equilibren la conservación con el aprovechamiento turístico. El análisis de la percepción del turismo en este contexto resulta crucial para orientar futuras políticas y acciones que potencien los beneficios y mitiguen los posibles impactos negativos.

4. Metodología

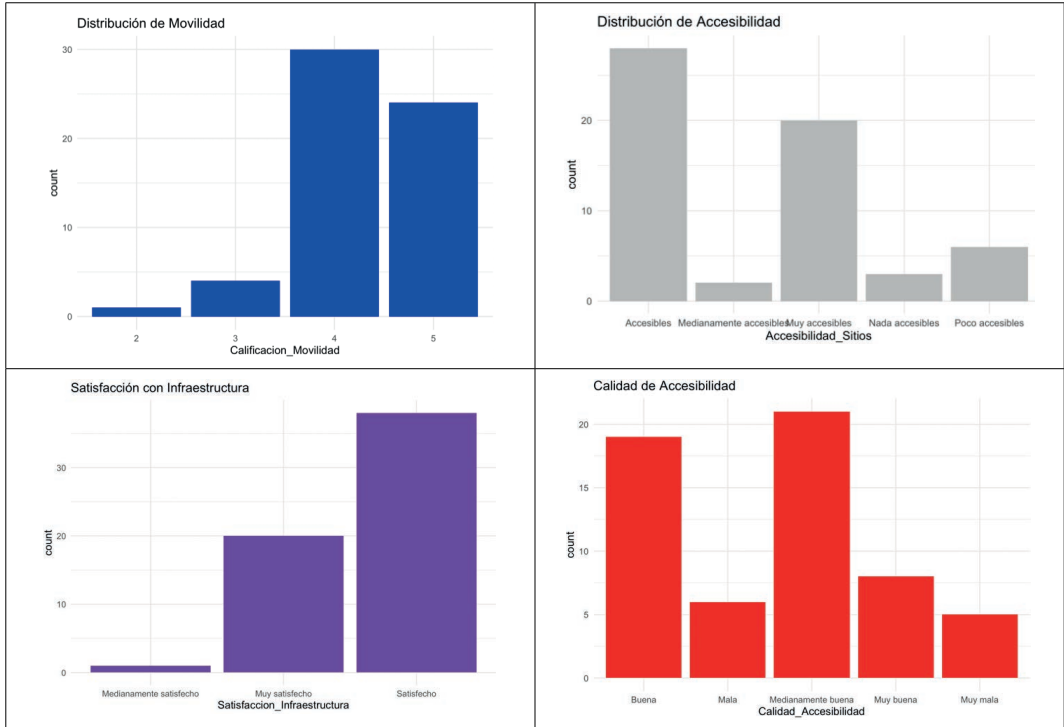
Se realizó una investigación de corte transversal, enfoque cuantitativo y alcance correlacional, utilizando encuestas estructuradas con preguntas cerradas, escalas de valoración y algunas abiertas. Se aplicaron dos instrumentos: uno a turistas (59 encuestas) y otro a actores del sector turístico (42 encuestas). Las encuestas abordaron temas como percepción de infraestructura, gasto, frecuencia de visita, sostenibilidad y promoción del destino. Los cuestionarios fueron validados por expertos académicos y profesionales del sector, y el equipo de encuestadores fue previamente capacitado. La recolección se efectuó presencialmente y en línea en sitios estratégicos como zonas arqueológicas, hoteles y terminales de transporte, y se extendió a empresarios y asociaciones turísticas locales. Los datos fueron depurados y analizados mediante estadísticas descriptivas (frecuencias, porcentajes, media, desviación estándar) y análisis de correlación de Pearson (r) para identificar relaciones entre variables clave. El estudio garantizó la confidencialidad, el consentimiento informado y la protección de los datos, respetando los principios éticos de la investigación social.

5. Resultados

5.1. Capacidad Instalada e Infraestructura

Desde la perspectiva de los visitantes, la movilidad dentro del destino es mayormente bien valorada, lo que indica que los medios de transporte y desplazamiento cumplen con sus expectativas generales. Sin embargo, en términos de accesibilidad, aunque una parte significativa de los turistas percibe los sitios turísticos como accesibles, persisten barreras, especialmente para personas con movilidad reducida. En cuanto a la infraestructura turística, la percepción general de los visitantes es positiva, aunque se identifican áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del turista. Respecto a la calidad de accesibilidad en los servicios turísticos, las opiniones se distribuyen entre aceptable y deficiente, lo que sugiere que todavía existen desafíos en la adecuación de espacios inclusivos.

Figura 1: Percepción de movilidad, accesibilidad, satisfacción con infraestructura y calidad



Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

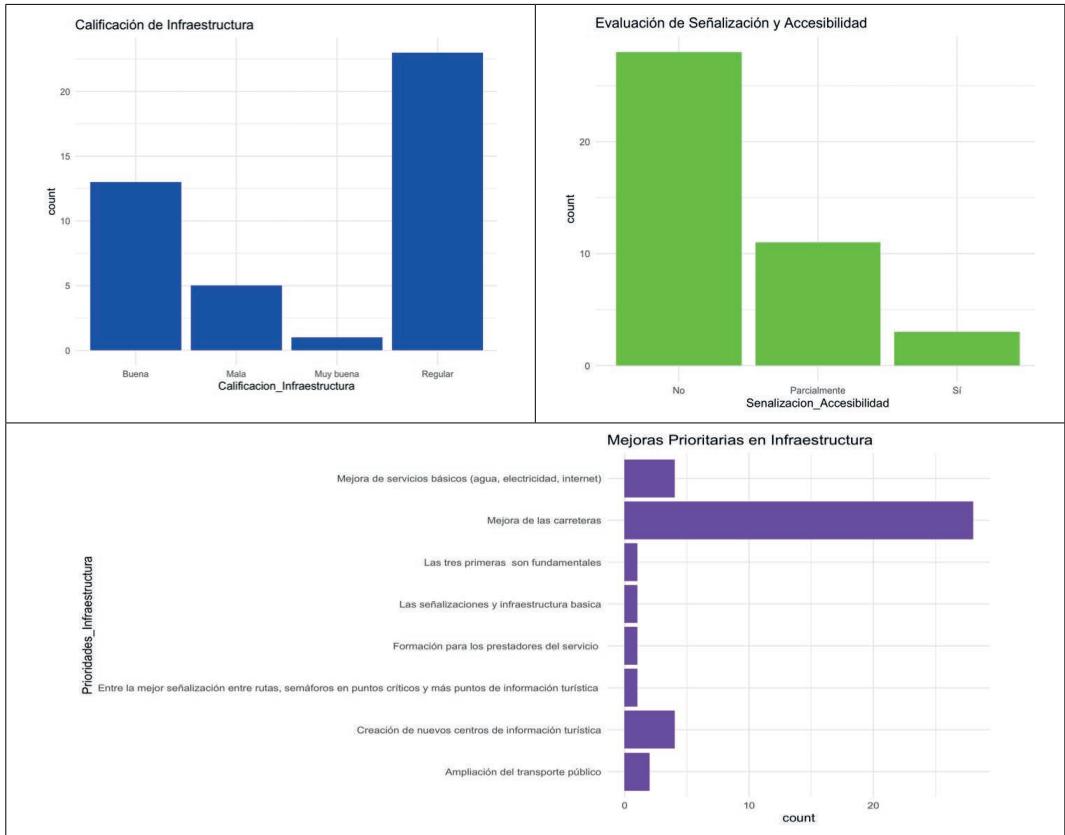
En contraste, la perspectiva de los actores turísticos es más crítica. La mayoría considera que la infraestructura es regular y que la falta de señalización y accesibilidad es un obstáculo clave para la competitividad del destino. Además, identifican el estado de las carreteras como el principal problema estructural, limitando la conectividad y restringiendo el desarrollo del turismo en la región. Las Figuras 1 y 2 presentan la distribución de los resultados de turistas y actores respecto a la movilidad, accesibilidad, satisfacción con la infraestructura y necesidades prioritarias en señalización y conectividad.

Mientras que los turistas expresan niveles de satisfacción relativamente altos, los actores turísticos destacan deficiencias estructurales que afectan la sostenibilidad del destino. La accesibilidad es un punto clave de divergencia: aunque los visitantes la perciben como aceptable, los prestadores de servicios turísticos advierten que es insuficiente, lo que podría indicar que ciertos segmentos de turistas no enfrentan los mismos desafíos que los residentes o trabajadores del sector. Asimismo, aunque los turistas muestran satisfacción con la infraestructura general, los actores insisten en la necesidad de mejoras urgentes, especialmente en carreteras y transporte público. A pesar de estas diferencias, tanto turistas como actores coinciden en que es necesario fortalecer la infraestructura turística. Sin embargo, las prioridades varían: los turistas valoran la optimización de su experiencia de visita, mientras que los actores del sector enfatizan problemas operativos que afectan el desarrollo sostenible del turismo en la región.

5.2. Satisfacción de los turistas

La percepción general de los turistas sobre la infraestructura del destino fue predominantemente positiva. La mayoría de los encuestados expresó estar satisfecho (38 respuestas) o muy satisfecho (20 respuestas), mientras que solo una persona indicó estar medianamente satisfecho. En cuanto a la oferta de actividades complementarias, la evaluación también fue favorable: la mayoría de los visitantes la calificó como “buena” (41 respuestas), 13 la consideraron “excelente” y solo 5 indicaron que fue “regular”.

Figura 2. Percepción de los actores sobre estado actual, las necesidades de señalización y accesibilidad.



Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

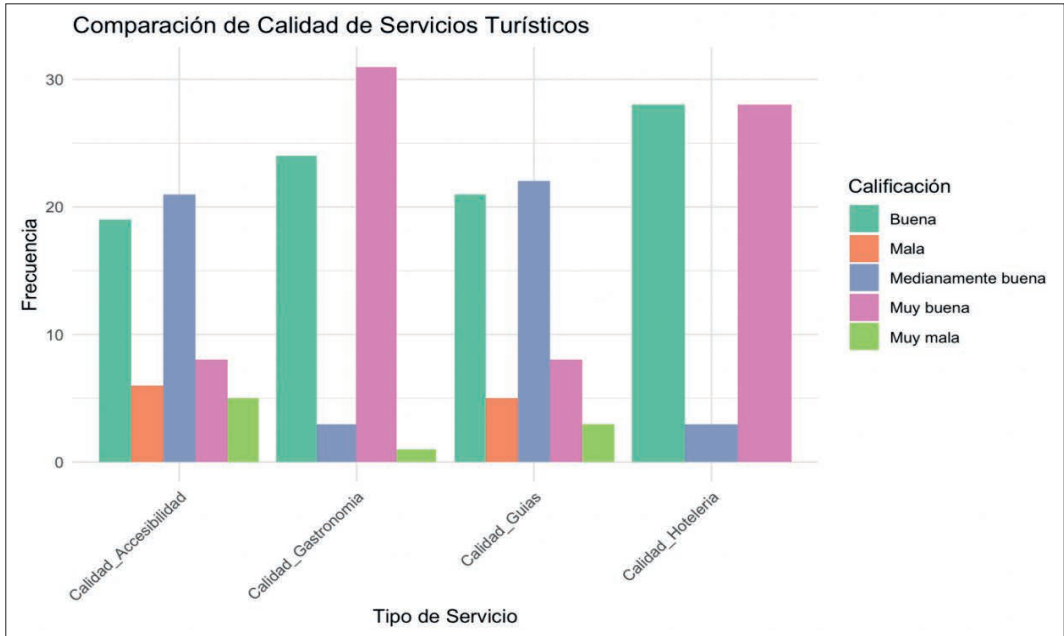
Estos resultados subrayan la importancia de seguir diversificando las experiencias disponibles para mejorar la competitividad del destino.

Los aspectos más relevantes en la evaluación de los turistas fueron hotelería, gastronomía, accesibilidad y guías turísticos (ver Figura 3). El análisis de correlaciones reveló que la percepción de la infraestructura general y la calidad de la hotelería presentan una correlación negativa moderada (-0.27), lo que sugiere que los turistas que consideran deficiente la infraestructura pueden tender a evaluar de manera menos favorable los servicios de hospedaje.

5.3. Competitividad y Ventajas Comparativas

El patrimonio cultural se consolida como el principal atractivo del destino, fortaleciendo su posicionamiento en el turismo arqueológico y patrimonial. Aunque la belleza natural, la gastronomía y la infraestructura también son valoradas, su impacto en la percepción general es menor. La calidad de los sitios arqueológicos recibió evaluaciones mayormente positivas, lo que refuerza la identidad y competitividad del destino. En cuanto a precios, la mayoría percibe los costos como competitivos, aunque algunos visitantes los consideran medianamente o poco accesibles.

Desde la perspectiva de los actores turísticos, los principales desafíos para la competitividad son la promoción deficiente y la limitada diversificación de la oferta. La mayoría calificó la promoción como regular o deficiente, y recomendó fortalecer la presencia digital, participar en ferias internacionales y mejorar la oferta turística mediante capacitación en servicio al cliente.

Figura 3: Comparación de la calidad de los servicios turísticos.

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

Al comparar perspectivas, los turistas valoran positivamente la calidad de los sitios arqueológicos y la seguridad, mientras que los actores señalan debilidades en promoción, diversificación e infraestructura. Estas diferencias reflejan que, aunque el destino satisface a los visitantes actuales, su consolidación como destino competitivo requiere estrategias más efectivas en promoción, ampliación de experiencias turísticas y fortalecimiento de su infraestructura.

5.4. Factores Económicos

Los resultados evidencian el impacto del turismo en la economía local desde la perspectiva de los visitantes. La mayoría viajó solo o en pequeños grupos, con estancias de dos a tres días. El gasto promedio osciló entre USD500 y USD750 o más, reflejando una contribución económica significativa. Además, el 88% consideró que su visita tuvo un efecto positivo en la economía local, destacando al turismo como principal fuente de ingresos, seguida de la agricultura. Un porcentaje importante destinó entre el 31% y el 40% de sus ingresos personales al turismo, subrayando su peso en la economía regional.

Desde la visión de los actores turísticos, la realidad económica es más heterogénea. La mayoría reporta ingresos mensuales inferiores a USD500 y solo una minoría supera los USD1250. Esta variabilidad refleja que, aunque el turismo es clave, no garantiza estabilidad económica. La percepción de calidad de vida es predominantemente aceptable o baja, y más de la mitad reportó disminución de ingresos en los últimos años, evidenciando los retos de sostenibilidad económica que enfrenta el sector en la región.

5.5. Participación Comunitaria y Conservación Patrimonial

Los resultados muestran que, aunque la mayoría de los turistas percibe mejoras en el desarrollo del destino, existe incertidumbre sobre su magnitud. El 42% de los encuestados considera que el turismo ha mejorado, pero más de la mitad no tiene una opinión clara, lo que sugiere que los cambios no han sido uniformemente percibidos. De manera similar, el 49% estima que la inversión en infraestructura ha sido suficiente, mientras que una proporción considerable permanece indecisa o la considera insuficiente, lo que evidencia la necesidad de evaluar el impacto real de las inversiones en relación con las expectativas y necesidades locales.

Desde la perspectiva de los actores turísticos, la conservación del patrimonio es un pilar fundamental para la sostenibilidad, aunque su preservación enfrenta obstáculos por la baja participación comunitaria. La mayoría señala escasa vinculación de la comunidad en la protección patrimonial, afectando negativamente la percepción de sostenibilidad del modelo turístico, calificado en su mayoría como poco o nada sostenible. Las prioridades identificadas incluyen proteger el patrimonio y mejorar la infraestructura sin comprometer el medio ambiente, subrayando la necesidad de un enfoque integral.

Comparando ambas perspectivas, se evidencian diferencias clave: los turistas valoran positivamente el patrimonio arqueológico y la inversión en infraestructura, mientras que los actores turísticos destacan las deficiencias en participación comunitaria y planificación estratégica. Estas divergencias resaltan la importancia de integrar a la comunidad en la gestión del destino y desarrollar estrategias que equilibren la promoción turística con la protección del patrimonio cultural y ambiental.

5.6. Análisis de correlaciones significativas

El análisis de correlaciones reveló diversas relaciones significativas entre las variables evaluadas en la encuesta a turistas y de actores, permitiendo identificar los factores que influyen en la experiencia y percepción del destino. Los resultados en tórnos a la encuesta de turistas de se presentan a continuación. En primera instancia, se encontró una correlación positiva moderada entre el gasto total y los días de estancia ($r = 0.42$), lo que indica que los turistas que permanecen más tiempo en el destino tienden a gastar más, un resultado esperable dada la mayor demanda de servicios turísticos (ver tabla 1). Asimismo, el porcentaje de ingreso destinado al turismo mostró una relación significativa con el gasto total ($r = 0.58$), sugiriendo que quienes destinan una mayor proporción de sus ingresos al turismo también realizan mayores inversiones durante su viaje. Adicionalmente, la nacionalidad de los visitantes está relacionada con el monto del gasto ($r = 0.47$), lo que sugiere que los turistas internacionales suelen gastar más que los nacionales, posiblemente debido a diferencias en poder adquisitivo y patrones de consumo.

Tabla 1: Correlaciones significativas de los Turistas

Variable 1	Variable 2	Correlación
Gasto Total	Días de Estancia	0.42
Gasto Total	% Ingreso Destinado al Turismo	0.58
Gasto Total	Nacionalidad	0.47
Calidad de Parques	Calidad de Hotelería	0.78
Calidad de Parques	Calidad de Gastronomía	0.68
Competitividad de Precios	Seguridad	0.39
Calificación Destinos Arqueológicos	Seguridad	0.28
Accesibilidad a los Sitios	Frecuencia de Visita	0.24
Inversión en Infraestructura	Percepción de Mejora del Turismo	0.39
Fuente de Ingresos Primaria	Fuente de Empleo	0.42
Contribución a la Economía Local	Percepción de Mejora del Turismo	0.45

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

De igual forma, se identificó una fuerte correlación entre la calidad percibida de los parques y la calidad de la hotelería ($r = 0.78$), así como con la gastronomía ($r = 0.68$), lo que indica que los visitantes tienden a evaluar de manera positiva distintos aspectos de la experiencia turística cuando perciben un alto estándar en los servicios clave. Además, la percepción de competitividad de precios está asociada a la sensación de seguridad en el destino ($r = 0.39$), lo que sugiere que los turistas que encuentran precios accesibles también suelen considerar el destino como seguro. Asimismo, la calificación de los destinos arqueológicos y la percepción de seguridad ($r = 0.28$) indican que quienes valoran altamente los sitios patrimoniales también perciben el entorno como seguro, lo que resalta

la importancia de una gestión turística adecuada que preserve tanto el atractivo del destino como la seguridad de los visitantes.

Por otra parte, los turistas que han visitado el destino con mayor frecuencia perciben una mejor accesibilidad a los sitios turísticos ($r = 0.24$), lo que podría reflejar una mayor familiarización con el destino o una adaptación progresiva a sus condiciones. Por otro lado, la inversión en infraestructura y la percepción de mejora en el turismo están moderadamente relacionadas ($r = 0.39$), lo que sugiere que aquellos turistas que reconocen avances en la oferta turística también consideran que ha habido una inversión suficiente en infraestructura.

Desde una perspectiva económica, se identificó una correlación significativa entre la fuente de ingresos primaria y el empleo en el sector turístico ($r = 0.42$), lo que confirma la relevancia del turismo como motor económico de la región. Además, la percepción de mejora del turismo está relacionada con la contribución del turismo a la economía local ($r = 0.45$), indicando que los turistas que perciben un desarrollo positivo del destino tienden a considerar que su visita tiene un impacto económico significativo en la comunidad. Los hallazgos sugieren que la satisfacción con el destino turístico está influenciada por múltiples factores, incluidos la duración de la estancia, la percepción de seguridad, la inversión en infraestructura y la calidad de los servicios. Además, la accesibilidad y la competitividad de precios juegan un papel clave en la experiencia del visitante. Para fortalecer la competitividad del destino, se recomienda continuar con inversiones en infraestructura, mejorar la calidad de los servicios turísticos y reforzar la promoción de la seguridad del destino para atraer más visitantes y prolongar su estadía.

Entre tanto, el análisis de correlaciones en la encuesta aplicada a actores del sector turístico permitió identificar relaciones clave entre la infraestructura, la promoción, la sostenibilidad y los ingresos en la actividad turística que son presentados en la tabla 2.

Tabla 2: Correlaciones significativas de los Actores

Variable 1	Variable 2	Correlación
Relacion_Sector_Turistico	Eventos_Culturales_Potenciales	0.3989
Años_Experiencia	Mayor_Reto_Turismo	0.3399
Infraestructura_Acceso_Recursos	Calificacion_Infraestructura	0.2047
Importancia_Patrimonio_Cultural	Sostenibilidad_Modelo_Turistico	0.2833
Eventos_Culturales_Potenciales	Prioridades_Infraestructura	0.3333
Calificacion_Infraestructura	Calificacion_Promocion	0.4163
Mayor_Reto_Turismo	Calidad_Vida	0.3812
Diversidad_Oferta_Turistica	Rango_Ingresos	-0.2373
Servicios_Necesitan_Inversion	Calificacion_Promocion	-0.2266
Calificacion_Promocion	Colaboracion_Actores_Turisticos	0.2618
Colaboracion_Actores_Turisticos	Sostenibilidad_Modelo_Turistico	0.2628
Sostenibilidad_Modelo_Turistico	Prioridades_Sostenibilidad	-0.0505
Prioridades_Sostenibilidad	Rango_Ingresos	0.3590
Rango_Ingresos	Calidad_Vida	0.3691
Calidad_Vida	Mejora_Calidad_Vida	0.1880
Mejora_Calidad_Vida	Variacion_Ingresos	-0.1847
Variacion_Ingresos	Obstaculos_Ingresos	0.1180

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

Estos resultados sugieren una correlación positiva entre la percepción de la infraestructura de acceso y su calificación general ($r = 0.2047$), lo que indica que quienes consideran adecuadas las condiciones de acceso también tienden a evaluar mejor la infraestructura del destino. Además, la calificación de la infraestructura está asociada a la calificación de la promoción turística ($r = 0.4163$), lo que sugiere que

una mejor infraestructura puede estar vinculada a una percepción más favorable sobre la estrategia de promoción del destino. Sin embargo, se identificó una correlación negativa entre la necesidad de inversión en servicios y la calificación de la promoción ($r = -0.2266$), lo que indica que aquellos actores que perciben deficiencias en los servicios turísticos tienden a considerar que la promoción es insuficiente para atraer turistas. Esto refuerza la importancia de una inversión equilibrada en infraestructura y estrategias de promoción para garantizar un desarrollo turístico sostenible.

Desde la perspectiva de la sostenibilidad, la importancia del patrimonio cultural está correlacionada con la percepción de sostenibilidad del modelo turístico ($r = 0.2833$), lo que sugiere que los actores que valoran el patrimonio cultural tienen una visión más positiva sobre la sostenibilidad del destino. Asimismo, la colaboración entre actores turísticos muestra una relación positiva con la sostenibilidad del modelo turístico ($r = 0.2628$), lo que resalta la importancia de una gobernanza participativa para la gestión eficiente del destino.

El análisis también evidenció que la diversidad de la oferta turística y los ingresos reportados por los actores tienen una relación negativa ($r = -0.2373$), lo que sugiere que una mayor diversidad en la oferta turística no siempre se traduce en mayores ingresos para los prestadores de servicios. Esto indica la necesidad de fortalecer la rentabilidad de los productos turísticos adicionales para maximizar los beneficios económicos del sector. Por otro lado, la calidad de vida de los actores del sector está relacionada con los ingresos percibidos ($r = 0.3691$), lo que indica que quienes tienen mayores ingresos suelen reportar una mejor calidad de vida. No obstante, la variación en los ingresos está negativamente correlacionada con la percepción de mejora en la calidad de vida ($r = -0.1847$), lo que sugiere que las fluctuaciones económicas pueden generar incertidumbre sobre el bienestar de los actores turísticos.

Estos hallazgos subrayan la importancia de mejorar la infraestructura y fortalecer la promoción turística para generar impactos positivos en la percepción del destino. Asimismo, la sostenibilidad del modelo turístico depende en gran medida de la colaboración entre actores y del valor atribuido al patrimonio cultural. Aunque el turismo es una fuente clave de ingresos, su estabilidad económica sigue siendo un desafío, lo que enfatiza la necesidad de estrategias que fortalezcan la rentabilidad del sector y mejoren las condiciones de vida de quienes dependen del turismo.

6. Conclusiones, discusiones y limitaciones

El presente estudio permitió evaluar la estructura turística, las ventajas competitivas y el impacto económico del turismo en la región, destacando tanto sus fortalezas como los desafíos que limitan su desarrollo sostenible. Si bien el destino cuenta con un atractivo patrimonial consolidado, su crecimiento enfrenta obstáculos en términos de infraestructura, diversificación de la oferta y estrategias de promoción. La necesidad de equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del patrimonio y la participación activa de la comunidad emerge como un aspecto central para garantizar la sostenibilidad del sector a largo plazo.

Desde una perspectiva competitiva, los hallazgos evidencian la urgencia de fortalecer la articulación entre el sector público y privado para mejorar la promoción del destino, ampliar su posicionamiento en mercados estratégicos y optimizar la experiencia del visitante. Más allá de la atracción arqueológica, se requiere consolidar una oferta turística complementaria que incorpore actividades culturales, ecológicas y gastronómicas, diversificando las oportunidades económicas para la población local y mitigando la estacionalidad del turismo.

El impacto económico del turismo es significativo, pero su distribución sigue siendo desigual. Mientras los turistas perciben su visita como una contribución positiva a la economía local, los actores del sector enfrentan fluctuaciones en los ingresos y condiciones laborales inestables. Superar esta brecha requiere implementar estrategias que mejoren la rentabilidad del sector, reduzcan la dependencia de temporadas altas y fomenten la profesionalización de los servicios turísticos a través de incentivos y capacitación.

La gobernanza del turismo debe avanzar hacia un modelo más inclusivo, donde la comunidad local tenga un rol activo en la toma de decisiones. La conservación del patrimonio y el desarrollo turístico no pueden abordarse como procesos aislados, sino como elementos interdependientes que requieren planificación integral y mecanismos de participación ciudadana. Fortalecer la gobernanza colaborativa garantizará que el crecimiento del turismo beneficie de manera equitativa a la población, preservando la identidad cultural del destino sin comprometer su viabilidad futura.

Este estudio presenta ciertas limitaciones que deben considerarse al interpretar sus resultados. En primer lugar, el tamaño muestral, aunque representativo, podría ampliarse en futuras investigaciones para incorporar una mayor diversidad de perfiles, incluyendo más turistas internacionales y actores del sector con menor visibilidad. Además, la percepción del turismo puede estar influenciada por factores externos, como coyunturas económicas o políticas, los cuales no fueron controlados en este análisis. Finalmente, la evaluación de la infraestructura y la calidad de los servicios se basa en la percepción de los encuestados, lo que introduce un componente subjetivo que podría complementarse con estudios de medición objetiva en investigaciones futuras.

A partir de los resultados obtenidos, se proponen diversas líneas de investigación para profundizar en la sostenibilidad del turismo en la región. Estudios longitudinales permitirían analizar la evolución de la percepción turística y su relación con las inversiones en infraestructura y promoción. Asimismo, futuras investigaciones podrían explorar con mayor detalle el impacto del turismo en la calidad de vida de los actores del sector, abordando aspectos como la estabilidad del empleo y las condiciones laborales. También sería relevante evaluar la efectividad de estrategias de promoción específicas en la atracción de nuevos segmentos de turistas y desarrollar metodologías para medir la calidad de la infraestructura y los servicios turísticos de manera objetiva. Finalmente, se recomienda analizar modelos de gobernanza participativa en la gestión turística, identificando estrategias exitosas de colaboración entre comunidad, sector privado y autoridades para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del destino.

Referencias Bibliográficas

- Abd Halim, M. H., Shahidan, S., Masnan, S. S. K., & Saidin, M. 2024. "The Attractions of Guar Kepah Archaeological Site, Penang, Malaysia as an Archaeological Heritage Tourism Site." *Geojournal of Tourism and Geosites* 55 (3): 1414–25. <https://doi.org/10.30892/gtg.55341-1313>
- Ali, E., Badawi, A., Saleh, M., & Bakr, A. 2024. "The Local Communities' Perceptions on the Social Impact of Tourism and Its Implication for Sustainable Development in Nubian Area (Southern Egypt-Northern Sudan)." *Egyptian Journal of Archaeological & Restoration Studies* 14 (2).
- Amaya Alba, D. R., Aponto, A. F., Argüello García, P. M., Baquero Melo, J., Cabrera Becerra, G., Cano Molina, P. A. & Venegas, C. (2021). *Colombia desde las regiones*. Editorial Universidad del Rosario.
- Antić, A., Mihailović, D., Radović, P., Tomić, N., Marjanović, M., Radaković, M., & Marković, S. B. 2022. "Assessing Speleothem Geoheritage: Linking New Paleolithic Discoveries and Potential Cave Tourism Destinations in Serbia." *International Journal of Geoheritage and Parks* 10 (2): 289–307. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.05.002>
- Bambi, G., Iacobelli, S., Rossi, G., Pellegrini, P., & Barbari, M. 2019. "Rural Tourism to Promote Territories along the Ancient Roads of Communication: Case Study of the Rediscovery of the St. Francis's Ways between Florence and La Verna." *European Countryside* 11 (3): 462–74. <https://doi.org/10.2478/euco-2019-0025>.
- Bampatsou, C., Halkos, G., & Astara, O. H. 2022. "Composite Indicators in Evaluating Tourism Performance and Seasonality." *Operational Research*, 1–24. <https://doi.org/10.1007/s12351-020-00610-5>
- Bouchemla, I., & Benyoucef, M. 2024. "Geo-Heritage and Geo-Tourism Potential of the Saoura Valley: A Field Geology Museum in the Ougarta Range (SW Algeria)." *Geoheritage* 16 (2): 1–25. <http://dx.doi.org/10.1007/s12371-024-00954-w>
- Chaddad, R. 2021. "Culture, Tourism, and Territory: Analyzing Discourses and Perceptions of Actors in Byblos and Baalbek in Lebanon." *Journal of Tourism and Cultural Change* 19 (6): 805–18. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1802470>.
- Cubillos, J. C. (2014). Arqueología de San Agustín. Excavación y reconstrucción del montículo artificial del sitio de ULLUMBE. *Boletín De Arqueología De La Fian*, 6(1), 3–56. <https://publicaciones.banrepultural.org/index.php/fian/article/view/5558>
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. 2020. "Digital Transformation and Tourist Experience Co-Design: Big Social Data for Planning Cultural Tourism." *Technological Forecasting & Social Change* 162: 120345. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120345>.
- De la Calle Vaquero, M. 2015. "Tourism in the Mayan World. Visitor Flows at the Archaeological Site of Copán (Honduras)." *Cuadernos de Turismo* (36): 449–52. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.230901>

- Echeverri, M. C. (2020). Aproximación geoarqueológica en los ciclos de poblamiento y abandono del Cauca Medio colombiano. *Revista Mosaico-Revista de História*, 13, 125-139. <https://doi.org/10.18224/mos.v13i2.8203>
- El Hadj Mimoune, A., Salem, S., & Kacemi, M. 2020. "Tourism Development and Promotion Project of El Mechouar Citadel: Issues and Limitations." *ITU A | Z: Journal of the Faculty of Architecture* 17 (2): 1–13. <https://doi.org/10.5505/itujfa.2020.46362>.
- Enseñat-Soberanis, F., & Blanco-Gregory, R. 2022. "Crowding Perception at the Archaeological Site of Tulum, Mexico: A Key Indicator for Sustainable Cultural Tourism." *Land* 11 (10): 1651. <https://doi.org/10.3390/land11101651>
- Fafouti, A. E., Vythoulka, A., Delegou, E. T., Farmakidis, N., Ioannou, M., Perellis, K., Giannikouris, A., Kampanis, N. A., Alexandrakis, G., & Moropoulou, A. 2023. "Designing Cultural Routes as a Tool of Responsible Tourism and Sustainable Local Development in Isolated and Less Developed Islands: The Case of Symi Island in Greece." *Land* 12 (8): 1590. <https://doi.org/10.3390/land12081590>.
- Gálvez, I. V., Magda, R., & Dávid, L. D. 2024. "Archaeological Parks in the Service of Tourism—A Comparative Analysis of Hungarian and Western-European Archaeological Parks." *Sustainability* 16: 3313. <https://doi.org/10.3390/su16083313>.
- Huete-Alcocer, N., López-Ruiz, V. R., & Grigorescu, A. 2019. "Measurement of Satisfaction in Sustainable Tourism: A Cultural Heritage Site in Spain." *Sustainability* 11 (23): 6774. <https://doi.org/10.3390/su11236774>.
- Juárez, J. P., Ramírez-Valverde, B., & Méndez-Serrano, L (2024). "Impacto Económico del Turismo Cultural en Espacios Rurales de México. Un Estudio de Caso." *Revista de Geografía Norte Grande* (87). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022024000100102>
- Kherrou, L., Hattab, S., & Rezzaz, M. A. 2020. "Archaeological Sites and Tourism: Protection and Valorization, Case of Timgad (Batna) Algeria." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 28 (1): 289–302. <https://doi.org/10.30892/gtg.28123-470>.
- Krool, V., Vdovichen, A., & Hyshchuk, R. 2018. "Historical and Cultural Heritage of the Region and Its Opportunities in Tourism and Excursion Activities (Case of Chernivtsi Region, Ukraine)." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 23 (3): 808–23. <https://doi.org/10.30892/gtg.23316-330>.
- Ksissou, K., El Kadri, A., El-Khodary, M., & Trid, S. 2024. "The Tourism Attractiveness of the Moroccan Archaeological Site of Volubilis: An Analysis of the Determinants through Analytic Hierarchy Process (AHP)." *International Journal of Geoheritage and Parks* 12 (4): 606–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2024.11.007>
- Lange, F. W. 1980. "The Impact of Tourism on Cultural Patrimony: A Costa Rican Example." *Annals of Tourism Research* 7 (1): 56–68. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80006-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80006-5).
- Lenik, S. 2013. "Community Engagement and Heritage Tourism at Geneva Estate, Dominica." *Journal of Heritage Tourism* 8 (1): 9–19. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.765737>
- Licata, M., Larentis, O., Tesi, C., Fusco, R., & Ciliberti, R. 2021. "Tourism in the Time of Coronavirus: Fruition of the 'Minor Heritage' through the Development of Bioarchaeological Sites -A Proposal." *Heritage* 4 (2): 759–74. <https://doi.org/10.3390/heritage4020042>
- Marín-Idárraga, D. A., Cuartas-Marín, J. C., Sanabria-Rangel, P. E., & Sánchez-Torres, J. J. 2023. "Factores Claves de un Destino Turístico Competitivo: Caso San Carlos, Antioquia, Colombia." *Tec Empresarial* 17 (2): 65–77. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v17i2.6702>.
- Méndez Serrano, L., Juárez-Sánchez, J. P., Ramírez-Valverde, B., & Caso Barrera, L. 2021. "Social Impact Analysis of Cultural Tourism in Rural Areas of Tlaxcala, Mexico." *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias - UNCuyo* 53 (1): 320–29.
- Meneses, R. A. (2010). Geometría en las esculturas del Parque Arqueológico de San Agustín. *Revista Latinoamericana de Etnomatemática Perspectivas Socioculturales de la Educación Matemática*, 3(1), 45-66.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). 2024. "Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Abre Programa para que 460 Actores de Paz Sean Proveedores del Sector Turismo." <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/programa-para-460-actores-de-paz-en-turismo-2024>.
- Muñoz Aréyzaga, E. 2021. "The Establishment of the Mexican Archaeological Heritage as a Tourism Resource in the Second Half of the XIX Century." *Revistas Culturales*. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e528>
- Noichan, W., Noichun, N., Girdwichai, P., & Chitngam, S. 2024. "Cartography for Cultural Tourism Attractions Around Ban Chiang Archaeological Site, Udon Thani, Thailand." *International Journal of Geoinformatics* 20 (10): 19–27. <https://doi.org/10.52939/ijg.v20i10.3631>

- Nuryanti, W. 1996. "Heritage and Postmodern Tourism." *Annals of Tourism Research* 23 (2): 249–60. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00062-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00062-3).
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). 2015. "Objetivos y Metas de Desarrollo Sostenible." <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 2019. *Panorama del Turismo Internacional – Edición 2019*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284421237>.
- Ospina, N. T., & Montenegro, F. T. (2018). Los impactos de la actividad turística del Parque Arqueológico de San Agustín en las prácticas culturales del Cabildo Indígena Yanacona. *Revista Entornos*, 31(1), 211-219. <https://doi.org/10.25054/01247905.1789>
- Otero, A., Timothy, D. J., Galí, N., & Vidal-Casellas, D. 2023. "Historical Pathways as Promoters and Protectors of the Cultural Landscape: Tourism and the Camí de Ronda on the Costa Brava." *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS)*. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.017>
- Páez, C. A. 2022. "Gobernanza, Exclusión y Desconfianza en el Turismo: El Caso de San Agustín, Huila." *Trabajo de Grado, Maestría en Estudios Interdisciplinarios sobre Desarrollo, Universidad de Los Andes, Bogotá, Colombia*. <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/93701736-ac96-4eee-a618-02e0aa96f2d/content>.
- Perez-Alvaro, E. 2024. "Exploring the Extremes: Connecting Underwater and Outer Space Heritage and Tourism." *Journal of Heritage Tourism* 19 (6): 880–95. [https://dx.doi.org/10.1016/0031-9163\(66\)91201-7](https://dx.doi.org/10.1016/0031-9163(66)91201-7)
- Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- ProColombia. 2022. "Informe de Gestión 2022." Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. https://procolombia.co/system/files/2024-05/informe_de_gestion_procolombia_vfinal_-_2022.pdf.
- Psatha, E. 2024. "Benchmarking of Cave Tourism Destinations in Greece." *European Journal of Geography* 15 (1): 26–41. <https://doi.org/10.48088/ejg.e.psa.15.1.026.041>.
- Puentes Caballero, C. F., Ramírez Bermeo, D. F., & Perdomo Díaz, C. A. 2021. "Modelo de Prospectiva Aplicado al Sector Turismo en el Sur del Departamento del Huila." En *Tendencias en la Investigación Universitaria: Una Visión desde Latinoamérica XIII*: 228–45. <https://doi.org/10.47212/tendencias2020vol.xiii.14>.
- Putra, I. D. G. A. D., Adhika, I., Aritama, A. A. N., & Putra, I. 2024. "The Unique of Architectural Style and Tourist Attractions: The Development of Cultural Tourism in Karangasem." *Journal of Social and Political Sciences* 7 (2). <http://dx.doi.org/10.31014/aior.1991.07.02.485>
- Quemin, H., Duval, M., Morris, D., & Pinto, L. 2023. "Exploring Multiple Conditions of Participation on Community-Based Heritage Management: A Case Study of Wildebeest Kuil Rock Art Tourism Centre, South Africa." *Public Archaeology* 22 (1): 39–59. <https://doi.org/10.1080/14655187.2024.2355787>
- Ramsey, D., & Everitt, J. 2008. "If You Dig It, They Will Come! Archaeology Heritage Sites and Tourism Development in Belize, Central America." *Tourism Management* 29 (5): 909–16. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.11.002>.
- Ritchie, B., & Crouch, G. 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Ross, D., & Saxena, G. 2019. "Participative Co-Creation of Archaeological Heritage: Case Insights on Creative Tourism in Alentejo, Portugal." *Annals of Tourism Research* 79: 102790. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102790>.
- Rubio, R. R. 2021. "Gestión del Patrimonio Cultural Contextualizada: Reflexiones sobre sus Posibilidades Más Allá del Turismo." *Complutum* 32 (2): 673–88.
- Schwarz, S., Coronato, A., Labrone, S., Oría, J., Montes, A., Ponce, F., & Salemme, M. 2025. "Cultural Georesources: Two Study Cases to Promote Tourism in the Northern Landscapes of Tierra del Fuego, Argentina." *Geomorphology* 471,109578. <https://doi.org/10.1016/j.geomorph.2024.109578>
- Serrano-Amado, A., Montoya-Restrepo, L., & Amado-Cely, N. 2021. "La Competitividad Turística: Una Aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia." *Tendencias* 22 (1): 226–53. <https://doi.org/10.22267/rtend.212201.162>.
- Shakir, L. 2024. "A Land Made Fit for Tourists': Thomas Cook, Tourism Promotion, and Colonial Development in Iraq, 1920–1932." *Journal of Tourism History* 16 (2): 133–50.
- Shinde, K., & Singh, R. P. 2023. "Still on UNESCO's 'Tentative List of World Heritage'? Heritage, Tourism, and Stunted Growth in Sarnath (Varanasi), India." *Heritage* 6 (7): 5051–65. <https://doi.org/10.3390/heritage8040121>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. 2021. "Sustainable Tourism Development and Competitiveness: The Systematic Literature Review." *Sustainable Development* 29 (1): 259–71. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>

Trišić, I., Štetić, S., Maksin, M., & Blešić, I. 2021. "Perception and Satisfaction of Residents with the Impact of the Protected Area on Sustainable Tourism: The Case of Deliblatska Peščara Special Nature Reserve, Serbia." *Geographica Pannonica* 25 (4): 317–25. <https://doi.org/10.5937/gp25-33196>.

Vargas, G. S., Montes, L., & Almanza, O. (2023). Estudio del origen de algunas piezas arqueológicas elaboradas con obsidianas prehispánicas de Colombia usando fluorescencia de rayos x. *Arqueología Iberoamericana*, 15(51), 57-67.

Velandia Jagua, C. A. (2015). La proporción armónica en la estatuaria de la cultura arqueológica de San Agustín, Colombia (solución final para un viejo problema). *Boletín del museo chileno de arte precolombino*, 20(2), 9-22.

Wallace, G., & Russell, A. 2004. "Eco-Cultural Tourism as a Means for the Sustainable Development of Culturally Marginal and Environmentally Sensitive Regions." *Tourist Studies* 4 (3): 235–54. <https://doi.org/10.1177/1468797604057326>.

Zavaleta Chavez Arroyo, F. O., Sánchez Pantaleón, A. J., Aldea Roman, C. E., Esparza-Huamanchumo, R. M., & Álvarez-García, J. 2024. "A Structural Analysis of the Economic Impact of Tourism and the Perspective of Tourism Providers in Kuélap, Peru." *Land* 13 (1): 120. <https://doi.org/10.3390/land13010120>.

Anexos

Anexo 1: Descripción de los turistas participantes en el estudio.

Característica	Muestra	Porcentaje	Característica	Muestra	Porcentaje
<i>Nacionalidad</i>			<i>Género</i>		
Colombiano(a)	40	67,80%	Femenino	30	50,85%
Extranjero(a)	19	32,20%	Masculino	29	49,15%
<i>Género</i>			<i>Ocupación</i>		
Femenino	30	50,85%	Independiente	26	44,07%
Masculino	29	49,15%	Pensionado	9	15,25%
<i>Nivel de educación</i>			Trabajador formal	24	40,68%
Doctorado	1	1,69%	<i>Edad (años)</i>		
Magister	1	1,69%	Promedio	40,1	
Primaria	2	3,39%	Desviación	10,5	
Secundaria	4	6,78%	Mínimo	18	
Técnica	6	10,17%	Máximo	60	
Universitaria	45	76,27%			

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

Nota: La primera unidad de análisis incluyó visitantes nacionales y extranjeros, donde la muestra fue calculada mediante un muestreo aleatorio simple, encuestando a turistas presentes en el destino durante el periodo de recolección de dato para un total de 59 respuestas.

Anexo 2: Descripción de los actores participantes en el estudio.

Característica	Muestra	Porcentaje
<i>Rol</i>		
Artesano	7	17,61%
Autoridad local o funcionario público	3	6,87%
Empresario	11	36,54%
Guía Turístico	3	4,54%
Operador turístico	6	9,97%
Trabajador en el sector turístico	12	24,47%
<i>Tiempo en el rol (años)</i>		
1 a 3 años	5	10,85%
4 a 6 años	2	6,31%
Más de 6 años	32	73,53%
Menos de 1 año	3	9,30%

Fuente: Elaboración de los autores a partir de los instrumentos implementados

Nota: La segunda unidad de análisis incluyó empresarios, trabajadores, operadores turísticos y autoridades locales vinculadas con el sector. En ese sentido, se aplicó un muestreo intencionado, asegurando la inclusión de representantes de distintos sectores (alojamiento, gastronomía, transporte, guías turísticos y entidades gubernamentales) para un total de 42 respuestas.

Recibido: 28/04/2025

Reenviado: 27/05/2025

Aceptado: 31/07/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Aproximaciones desde la antropología del turismo al patrimonio biocultural de Tlayacapan, México

Alexis Fernando Oliveroz Osorio* Rebeca Rebollo Osorio**
Abraham García Mejía***

Universidad Nacional Autónoma de México (Mexico)

Resumen: El principal objetivo de este artículo consiste en reflexionar algunas de las aproximaciones más relevantes hacia el patrimonio biocultural de Tlayacapan desde un enfoque de la antropología del turismo. Dicha perspectiva parte desde un método etnográfico que pretende abordar el sistema de valores, prácticas y estrategias gestionadas por todos los agentes sociales involucrados en la actividad turística. A partir de la antropología del turismo, proponemos la posibilidad de comprender la compleja interacción entre los anfitriones, los intermediarios y los turistas con el vasto acervo patrimonial de la región. De tal forma, que el patrimonio biocultural del área no sólo emprende un diálogo con los distintos agentes sociales involucrados, sino que también es un escenario activo de tensiones, disputas y participación social. Asimismo, los lectores podrán observar que la dinámica turística en Tlayacapan no es unívoca, ni homogénea, sino que existen controversias y contradicciones en las maneras en que el turismo configura la vida social de la gente

Palabras clave: Antropología; Turismo; Patrimonio biocultural; Agentes sociales; Tlayacapan.

Approaching the biocultural heritage of Tlayacapan, Mexico from the perspective of the anthropology of tourism

Abstract: The main objective of this article is to reflect on some of the most relevant approaches to the biocultural heritage of Tlayacapan from the perspective of the anthropology of tourism. This perspective is based on an ethnographic method that seeks to address the system of values, practices and strategies managed by all the social actors involved in tourism activities. From the standpoint of the anthropology of tourism, we propose the possibility of understanding the complex interaction between hosts, intermediaries, and tourists with the region's vast heritage. In this sense, the biocultural heritage of the area not only engages in dialogue with the various social actors involved but also serves as an active arena of tensions, disputes and social participation. Likewise, readers will observe that tourism dynamics in Tlayacapan are neither unequivocal nor homogeneous; rather, there are controversies and contradictions in the ways that tourism shapes the social life of the local population.

Keywords: Anthropology; Tourism; Biocultural heritage; Social agents; Tlayacapan.

1. Introducción

En la actualidad, el turismo de masas se proyecta como una de las industrias globales más rentables a nivel financiero. Sin embargo, el costo de esta actividad trae consigo una compleja alteración notoria en el tejido social de quienes están involucradas en ella (Cohen, 1988). Asimismo, la operatividad del aparato turístico a nivel mundial demanda una vastísima cantidad de fuerza de trabajo, recursos naturales y

* <https://orcid.org/0009-0003-5958-9235>; E-mail: oliverozf@gmail.com

** <https://orcid.org/0009-0000-6984-5245>; E-mail: rbk0097@gmail.com

*** <https://orcid.org/0009-0009-9930-4795>; E-mail: abrahamgm@politicas.unam.mx

Cite: Osorio, A. F. O.; Osorio, R. R. & Mejía, A. G. (2026). Aproximaciones desde la antropología del turismo al patrimonio biocultural de Tlayacapan, México. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 535-550. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.034>.

energéticos; así como la explotación de un imaginario simbólico enraizado en el patrimonio biocultural de cada país y pueblo. No hay que ignorar que esta clase de turismo es producto de “la industrialización de una mitología ilusoria, engañosa; los efectos que ello tiene en los centros generadores del turismo y de los países anfitriones por igual no pueden ser más ambiguos” (Turner & Ash, 1991, p. 228).

Paralelamente, en las últimas décadas han surgido formas alternativas del turismo contrarias o complementarias al turismo de masas (Ballengee, 2002; Bayona, 2022; Giraudo & Porter, 2010; González & Neger, 2020; Hernández-Ramírez et al., 2015; Hoyos-Patiño et al., 2019). Dichas opciones se presentan, sobre todo, cara a cara en comunidades focalizadas. En México, el mosaico cultural es tradicionalmente riquísimo y las prácticas turísticas pueden beneficiarse de ello. Así, el componente étnico puede ser potencializado o mercantilizado mediante tales prácticas (Matus, 2006). Es en este contexto, que la antropología del turismo puede dar cuenta de este fenómeno social en un sentido holístico (Benthall, 1988; Lohmann et al., 2017; Selwyn, 1990; Smith, 2012).

En otras palabras, esta postura no trata al turismo de manera aislada, sino en su relación con la economía, la religión, la política, la arquitectura, la psicología y el patrimonio biocultural de las atracciones turísticas (Nash, 1996; Salazar, 2006). Asimismo, las últimas tendencias en antropología del turismo hacen hincapié en las interacciones entre huéspedes, anfitriones, pero también en todas las entidades intermediarias involucradas en las actividades turísticas: agencias de viaje, guías de turistas, cocineros, publicistas, chóferes, custodios de sitios arqueológicos e históricos, artesanos, comerciantes y otros agentes patrimoniales (Espeso, 2019; Oehmichen, 2013; Pütová, 2018; Salazar, 2020).

En particular, el presente trabajo intenta aproximarse desde el marco de interacciones, prácticas y valores que proporcionan los agentes sociales involucrados directa o indirectamente en el ámbito turístico en el poblado mexicana de Tlayacapan. Sobre todo, examinamos las estrategias, acciones y percepciones que los distintos agentes sociales tienen del patrimonio biocultural de la localidad. En este rubro, es importante señalar que el complejo acervo biocultural del que goza Tlayacapan no sólo ha sido motivo de disputa, participación y configuración de la memoria social entre sus habitantes, sino que también se ha convertido en objeto del deseo de turistas nacionales e internacionales, así como flujo de explotación financiera para ciertos sectores locales. Consideramos, sin embargo, que el impacto del turismo en la zona ha tenido una trayectoria que va más allá de los objetivos económicos. Desde nuestra perspectiva, la actividad turística ha estimulado la significación cultural de la cotidianeidad de los nativos, la praxis de los intermediarios y las experiencias de los turistas que han conocido los valiosos elementos patrimoniales de Tlayacapan.

2. Área de estudio

Tlayacapan es un municipio perteneciente al estado mexicano de Morelos. La toponimia Tlayacapan deriva de la lengua originaria náhuatl y traducido al español significa *sobre la punta de la tierra* (Secretaría de Hacienda de Morelos, 2019). La zona se encuentra enclavada dentro de la serranía del Eje Neovolcánico Transversal en una sección conocida como el Corredor Biológico Chichinautzin. La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2016) ha informado que en esta zona natural es posible encontrar selva baja caducifolia y bosques de coníferas. En el territorio de Tlayacapan ya no existen ríos permanentes, ni cuerpos lacustres. Así que el abastecimiento hídrico por parte de sus habitantes es obtenido de captadores de agua conocidos como jagüeyes, de dos manantiales y de otros ríos de municipios aledaños. Los tipos de suelo más comunes encontrados son: andosol, entisol, litosol, vertisol e inceptisol (Meza, 1988); los cuales son buenos indicadores para el desarrollo de prácticas agrícolas.

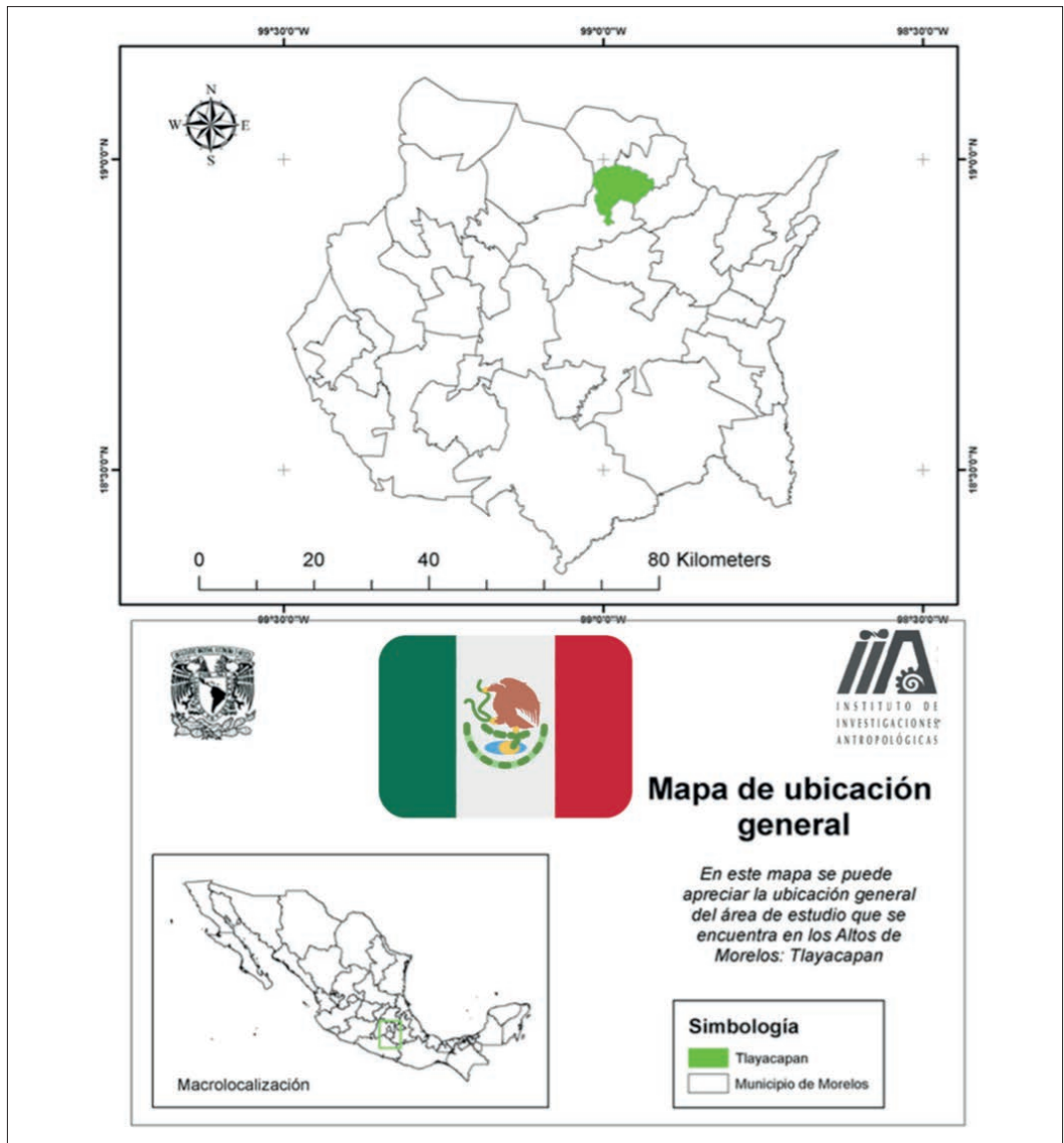
Por lo anterior, la agricultura es la actividad económica más relevante en la zona (Barbosa, 2005). El cultivo de tomate, pepino, calabaza, arroz, mamey, mango, maíz, frijol, fresa, guayaba es común, pero la explotación de nopal y aguacate es la más sobresaliente. De hecho, Tlayacapan es el segundo mayor productor de nopales a nivel nacional, tan sólo después de Milpa Alta (Verdiguél, 2006). La otra vasta producción es la del aguacate Hass demandada, en gran medida, por el mercado estadounidense (Cruz et al., 2022). Este desequilibrio ha generado problemas como la erosión del suelo, deforestación masiva, múltiples plagas, el monocultivo y la disputa por el agua, en el caso del aguacate (Gómez et al., 2022). A pesar de su extensión, el trabajo agrícola está en crisis. La mayoría de quienes lo practican son hombres adultos y salvo la industria aguacatera y nopalera, el resto de siembras son más ocasionales.

Otra práctica importante es la artesanal. Peculiarmente, la alfarería de Tlayacapan es resultado de una práctica milenaria que se remonta al Formativo Medio [500 a.C.-250 d.C.] (González, 2022). Incluso muchos de los bruñidores empleados en la actualidad se asemejan en demasía a los excavados

en sitios prehispánicos del entorno (García et al., 2015). Las producciones cerámicas más características son “ollas, macetas, platos, cajetes, jarras, cazuelas, saleros, figurillas, nacimientos, juegos de aire y comales. [...] Salvo por algunos sectores del barrio de Texcalpan, el resto de alfareros se dedican a otras actividades económicas” (Oliveroz, 2023, p. 90).

La actividad comercial, al igual que el turismo, ha cobrado un especial vigor frente a la agricultura y la alfarería, a pesar de los estragos ocasionados por el virus *SARS-CoV-2* (Data México, 2022). El comercio es habitual tanto de forma ambulante, como en locales bien establecidos. Las mercancías más ofertadas son electrodomésticos, prendas de vestir, frutas, verduras, lácteos, carnes y otros alimentos. Aparte, los sábados hay un tianguis en el que se pueden conseguir productos tradicionales de la región y otros bienes de larga distancia.

Figura 1: Mapa de ubicación general de Tlayacapan



Fuente: Elaboración propia con uso del software ArcGIS (2024).

3. Algunos apuntes sobre antropología del turismo

En México, en los años sesenta con el estudio pionero desarrollado por Theron Nunez iniciaron las investigaciones enmarcadas en el campo disciplinar de la antropología del turismo (Nunez, 1963). En dicho artículo, Nunez empleó el término *weekendismo* para referirse a las actividades del ocio ejercidas por los más ricos de la zona metropolitana de Guadalajara en el poblado vecino de Cajititlán. Se puede decir que derivado del trabajo pionero de Nunez, estas primeras perspectivas si bien le impregnaron seriedad al asunto del turismo, trataban a éste de manera aislada; es decir, la comunidad turística vista sólo desde la propia comunidad (Hernández, 2006).

Bajo este eje temático, a mediados de los setenta, empezó un movimiento de institucionalización con el surgimiento de la Organización Mundial del Turismo y con el primer encuentro de la Asociación Antropológica Americana (Golub, 2014). Antonio Nogués identifica este primer momento de la antropología del turismo como una subdisciplina preocupada por describir desde enfoques funcionalistas los impactos socioambientales que genera el turismo en los pueblos (Nogués, 2009). Es a partir de este momento, que se vislumbra una periferia del placer ubicada principalmente en las islas del Caribe, en algunas costas del Mediterráneo, en el archipiélago de Hawái y en las playas de México, Líbano y las Polinesias (Turner & Ash, 1991).

Un segundo momento de la antropología del turismo podría situarse con la obra de Dean MacCannell, *The tourist: a new theory of the leisure class*, escrita originalmente en 1986. En este libro, el autor construye una notable producción teórica, reconocedora de que el turismo es un producto natural de la modernidad y asevera en contra de la caricaturización *per se* de los turistas, puesto que éstos son más que sujetos alienados y representan una otredad del ocio (MacCannell, 2003). Es en esta coyuntura que emergieron los primeros análisis críticos y que tomaron en cuenta la relación del turismo con el patrimonio y el desarrollo sostenible (Nogués, 2009). A partir de esta época han cobrado popularidad centros turísticos hiperreales como Disneyland, clubes nocturnos, spas, centros comerciales, casinos, y cadenas de comida rápida (López, 1999; Turner & Ash, 1991).

Según Nogués (2009) la antropología del turismo está viviendo un tercer momento caracterizado por la globalización cultural después de la ruptura del bloque soviético. En este contexto, se ha incrementado el interés por el estudio de la movilidad y la intermediación cultural (Salazar, 2020). Ahora, tenemos una *metacrítica* sobre las relaciones de poder e identidad que hay en el turismo en su vínculo con el patrimonio biocultural, los procesos de etnodesarrollo y los imaginarios colectivos generados, especialmente desde el Sur (Hernández et al., 2015). El panorama contemporáneo ha permitido la apertura de tres principales tendencias turísticas: turismo de distinción social, turismo de fantasía y turismo extremo (Cohen, 2005). Se podría comentar que el primer tipo de turismo tiene como objetivo la *conquista* moral y empírica de cualquier atractivo turístico, el segundo tipo está pensado en espacios artificiales como centros comerciales, parques temáticos, cámaras de videojuego y simulación. Mientras que el turismo extremo está pensado para experiencias de alto riesgo y de aventura. Igualmente, hay una gran vertiente de antropólogos del turismo que mantienen un enfoque decolonial, interdisciplinario y multidisciplinario (Darbellay & Stock, 2012; Matteucci & Gnoth, 2017); así como metodologías que circulan entre el trabajo etnográfico y el análisis retórico (Lagunas, 2007).

Hay que reconocer que en la actualidad la antropología del turismo es holística y multiescalar. Esto quiere decir, que se entiende al turismo desde todas sus formas, prácticas y estructuras en relación con todos los ámbitos posibles de la vida social. Desde este campo de estudio se siguen analizando problemáticas como: la autenticidad, la hospitalidad mercantilizada, los turismo alternativos, agencia y empoderamiento, la resistencia vs macroproyectos de Estado y/o capital privado, turismofobia, nacionalismo(s), sexualidad, género, etnicidad, la precarización, la destrucción de la naturaleza, la gentrificación, la migración, epidemias y enfermedades, disputas sobre el patrimonio biocultural y el imaginario de los turistas (Bruner, 2001; Mazón, 2011; Oehmichen, 2021; Pantojas, 2022; Salazar, 2006; Urry, 2001; Velasco & González, 2023; Villalobos, 2023). Desde esta óptica, el turismo origina homogeneidad en la diversidad, pero también a la inversa (Simonica, 2007).

4. Método

La presente investigación es resultado de una extenuante temporada de campo durante el periodo [2019-2024]. Nuestro estudio es de corte etnográfico, lo cual quiere decir que observamos y dialogamos activamente con muchos de los participantes en las dinámicas turísticas (Anguera,

1978). Hacer etnografía en este ámbito va más allá de la percepción sensorial del investigador y del resultado de sus experiencias en campo. Se trata entonces de una colaboración con los sujetos que promueve el diálogo y significación de símbolos y códigos sociales. Partiendo de la postura de seguimiento a los agentes sociales implicados en las prácticas turísticas, es posible subrayar textos *desde, para y sobre* ellos (MacCannell, 2003). Desde esta perspectiva cualitativa, no pretendemos descifrar patrones conductuales verificables, sino identificar desde la antropología del turismo la significación contextual que los agentes sociales mantienen con el patrimonio biocultural de Tlayacapan, Morelos.

Hasta el momento en que estamos escribiendo este texto [noviembre del 2024] hemos aplicado las siguientes técnicas: cuestionarios, entrevistas a profundidad y semiestructuradas, ejercicios de cartografía social y de foto-elicitación y narración fotográfica. Sin embargo, para los propósitos prácticos de este artículo no tomaremos en cuenta los resultados de la foto-elicitación ni de las cartografías comunitarias. Aunado a lo anterior, faltaría añadir las bitácoras de campo escritas, una extenuante revisión bibliográfica, los múltiples recorridos en el centro y periferias del municipio y las interminables charlas que tuvimos con nuestros colaboradores (Oliveroz, 2023). Debido a la vasta diversidad hallada en las prácticas y percepciones de los actores involucrados se optó por un muestreo de tipo estratificado (Babbie, 2006). Esto se tradujo en los siguientes números:

- A) 112 cuestionarios: 68 a locales, 32 a turistas nacionales, 4 a turistas internacionales y 8 a agentes intermediarios.
- B) 16 entrevistas: 6 semiestructuradas a locales, 2 a profundidad a locales; 2 semiestructuradas a turistas extranjeros y 2 a profundidad a turistas mexicanos; y 4 entrevistas semiestructuradas a agentes intermediarios en el turismo.

Es necesario explicar que el muestreo fue desarrollado estratégicamente en las zonas en donde más se movilizan los actores involucrados. En el caso de los locales, la aplicación de las herramientas ocurrió principalmente en las afueras del Ex Convento, en el mercado municipal, en la plaza central y afuera de dos colegios. Los turistas nacionales e internacionales que colaboraron con esta investigación fueron abordados en distintos nodos del zócalo de Tlayacapan, afuera del sitio arqueológico El Tlatoani y de las pinturas rupestres que hay en la serranía. Por último, los agentes intermediarios que nos apoyaron con los cuestionarios y entrevista lo hicieron en puntos fijos como en posadas, centros informativos para turistas afuera de la Cerería, temazcales y spas o en la movilidad a través de los transportes de la zona.

5. Patrimonio biocultural de Tlayacapan

Desde nuestra perspectiva el patrimonio biocultural puede ser entendido como el conjunto total de materialidades, paisajes y memorias bioculturales aprehendidas y heredadas generación tras generación por el ser humano. En este sentido, entendemos que la construcción tradicional del concepto de patrimonio ha sido desde arriba y con un afán nacional-patriarcal de homogeneizar la cultura y naturaleza. Aparte, los beneficios del uso y aprovechamiento económico de los recursos patrimoniales son casi imperceptibles para los estratos sociales bajos de las comunidades anfitrionas (Oliveroz, 2021). Bajo este tenor, nuestra aproximación desde la antropología del turismo entiende el concepto de patrimonio biocultural como un elemento integrador, dinámico y controversial para la estimulación de la actividad turística. Asimismo, a través de tal actividad se construye y deconstruye constantemente el significado y valor que los anfitriones y turistas le otorgan a determinado acervo. El potencial del patrimonio biocultural es que es capaz de generar y/o degenerar el tejido social de los pueblos y estimular discursivamente la memoria social histórica de cada comunidad en concreto. De hecho, un componente social esencial del que goza Tlayacapan es el ejidal. Como resultado del legado zapatista en Morelos durante la Revolución Mexicana [1910-1917], en este municipio se repartieron extensivamente tierras entre los ejidatarios para que sacaran provecho y sustento de ellas cientos de familias nativas. Esto ha permitido la consolidación de asambleas comunitarias en donde se discuten las problemáticas más relevantes y se intentan resolver con o sin el apoyo de las autoridades municipales oficiales. Particularmente, existe un comité en el ejido con el que colaboramos para la interpretación del patrimonio biocultural local. De tal forma que, agrupamos dicho acervo en las siguientes clases: patrimonio arqueológico, patrimonio histórico y expresiones artísticas.

5.1. Patrimonio arqueológico

De acuerdo al Instituto Nacional de Antropología e Historia [INAH] el patrimonio arqueológico nacional se refiere a toda evidencia material que temporalmente va desde la aparición de los primeros seres humanos en territorio mexicano hasta el proceso de colonización europeo acaecido en el siglo XVI (Ley Federal sobre Monumentos y Zonas arqueológicas, artísticas e históricos, 2018). Gracias a los datos que nos proporcionó la Dirección de Registro Público de Monumentos y Zonas Arqueológicas e Históricas del INAH y a los recorridos que realizamos con algunos miembros de la comunidad identificamos los siguientes sitios arqueológicos como los más relevantes:

- *El Tlatoani*: es el único sitio arqueológico que cuenta con apertura pública gestionada por el INAH con la colaboración de una comitiva ejidal. Está compuesto por 4 grandes secciones en el cerro homónimo: área de terrazas, zona de petroglifos, escalinatas de acceso y templos con arquitectura en pie en la cima. Aunque hay evidencias arqueológicas tempranas desde el 150 d.C., el apogeo del Tlatoani ocurrió del 950 d.C. hasta 1521 d.C. (Cherkinsky & González, 2014).
- *Huixtlaltzin*: este sitio es contemporáneo a El Tlatoani. En la cumbre de este sitio se halla una plataforma con restos de muro, así como numerosas concentraciones de materiales cerámicos y líticos. Se considera que desde lo alto de este sitio el ejército español de Hernán Cortés y sus aliados indígenas asediaron y sometieron a los indios nativos de Tlayacapan (Díaz del Castillo, 2016).
- *Pinturas rupestres Cueva del Gallo*: en este abrigo rocoso se ha encontrado con abundancia la traza en blanco de cuadrúpedos, tales como tlacuaches, venados, zorros y cánidos; así como de motivos celestiales, tales como lunas y soles (Sánchez et al., 2017).

Figura 2: Sitio arqueológico El Tlatoani



Fuente: Fotografía de Alexis Fernando Oliveroz (2019).

5.2. Patrimonio histórico

Según el INAH, el patrimonio histórico abarca toda evidencia humana desde la época colonial hasta principios del siglo XX (Ley Federal sobre Monumentos y Zonas arqueológicas, artísticas e históricos, 2018). En este rubro, podemos comentar que hay más de 20 capillas tan sólo en el núcleo del municipio. Por este motivo, sólo mencionaremos los monumentos más representativos, tanto para nuestros colaboradores nativos, como para los turistas.

- *La Cerería*: es un edificio de origen novohispano. Durante gran parte del Virreinato, hasta un 25 % de la cera exportada a España procedía de este lugar (Rojas, 2015). A partir de 1991, la Cerería se transformó en el museo municipal conocido como la Casa de la Cultura. En su interior se hallan restos de aljibes y herrajes de caballería.
- *Ex Convento de San Juan Bautista*: desde 1994 este sitio se encuentra en el repertorio de *Los Primeros Monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl* declarado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. El cuerpo religioso fue dirigido por los agustinos. El antiguo convento poseyó claustro, atrio amplio, túmulos funerarios, capillas posa, huertos frutales, y una capilla abierta. Asimismo, en el refectorio se realizaron bellísimas pinturas murales con motivos eclesiásticos. A principios de los ochenta, se hallaron cuerpos momificados infantiles debajo del presbiterio (Ruiz-González & Serrano, 2019). Sin embargo, el terremoto del 19 de septiembre del 2017 terminó por dañar gran parte de la estructura, incluidas las momias y los frescos. Hasta la fecha no se ha terminado el proceso de restauración del monasterio.
- *El Palacio Municipal*: está asentado sobre una plataforma prehispánica. En la época colonial y hasta fines del siglo XIX fungió como edificio civil y se le colocó una torre con reloj. En la Revolución Mexicana este espacio sirvió como cuartel para el ejército zapatista. El sismo de 2017 también afectó severamente el edificio, aunque por fortuna su restauración ya concluyó.

Figura 3: Fachada del Ex Convento de San Juan Bautista



Fuente: Fotografía de Alexis Fernando Oliveroz (2023).

5.3. Expresiones artísticas

Sobre esta clase, el INAH argumenta que el patrimonio artístico es cualquier tradición o herencia material y/o inmaterial que haya ocurrido desde el siglo pasado hasta la actualidad (Ley Federal sobre Monumentos y Zonas arqueológicas, artísticas e históricos, 2018). Más allá de la temporalidad, nosotros hacemos el énfasis en que estas prácticas son forjadoras de identidad comunitaria y contribuidoras de la memoria social de Tlayacapan.

- *Los chinelos*: sin duda, son el elemento cultural más popular del municipio. En efecto, Tlayacapan presume ser la cuna de esta expresión artística. Los chinelos surgieron como una reacción de los antiguos nativos en contra del latifundismo europeo. Sus trajes están hechos de algodón y

terciopelo. Las máscaras exageran algunos rasgos de las facciones españolas. Las personas que usan estas vestimentas brincan y chiflan sin cesar con el resto de gente.

- *La Banda de Tlayacapan*: la música más representativa del poblado tiene como referente a la Banda de viento Brígido Santamaría. Aparte de tocar en el Carnaval y en las principales festividades municipales, la agrupación ha compartido sus melodías por todo el mundo. Está conformada por más de 30 elementos. A la fecha, ya son 7 generaciones Santamaría las que se han integrado a esta práctica musical.

Figura 4: Pintura mural alusiva a la parafernalia del chinelo



Fuente: Fotografía de Alexis Fernando Oliveroz (2020).

6. Tlayacapan y las consecuencias de ser un Pueblo Mágico

Durante el gobierno del expresidente mexicano, Vicente Fox Quesada, surgió el Programa de Pueblos Mágicos en 2001. Desde su creación y hasta finales de 2024 existen 177 localidades con esta denominación (México Desconocido, 2024). En este rubro, el Programa de Pueblos Mágicos [PPM] ha concebido a un Pueblo Mágico como aquella comunidad “que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible” (Secretaría de Turismo, 2018, p. 3).

Resulta irrefutable que la anterior definición es ambigua y que responde a apreciaciones estéticas como la excepcionalidad y/o la autenticidad del patrimonio biocultural (Amescua, 2010). El PPM se plantea como una serie de políticas públicas que responden a los intereses de capitales turísticos culturales albergados en muchas localidades nacionales; es decir, se trata de promocionar lugares *sui generis*, pero con aplicaciones y estrategias de acumulación por desposesión y extractivismo (Harvey,

2003). Bajo este sello, las poblaciones que han sido seleccionadas han transformado radicalmente su modo de vida bajo la promesa del paradigma desarrollista (Enríquez & Vargas, 2021).

En nuestro contexto de estudio, Tlayacapan fue designado como Pueblo Mágico en 2011. A partir de ese año, la modificación urbanística se aceleró con notoriedad. Por ejemplo, Ernesto Martínez, oriundo de la zona comentó acerca de estos cambios del diseño por parte del gobierno y el PPM: “Vinieron un domingo y que nos traen dos galones de pintura para pintar las casas del mismo color. Ni nos preguntaron y como a muchas gentes no les gustó ese color, pues no lo usaron” (conversación personal, 2022). Cabe decir, que el núcleo del municipio constantemente es pintado homogéneamente con los colores mostaza y café. Pero los problemas, apenas empiezan con esto.

El PPM sólo ha inyectado presupuesto que ha sido destinado para el centro de Tlayacapan. Principalmente, estos fondos de inversión han sido empleados para la mejora de la imagen pública [alumbrado, mantenimiento del Ex Convento de San Juan Bautista, de la Cerería y del empedrado de las vías nucleares, marketing, limpieza del kiosco y del mercado, pintura y rehabilitación de arquitectura vernácula, promoción de festivales: fiestas patronales, Halloween, Día de Muertos y el Carnaval]. Si bien es cierto, que la intervención de estas políticas públicas ha favorecido la instalación de estructuras urbanas elementales y el mantenimiento de ciertos elementos bioculturales, la mejora no va más allá del centro histórico. Esta producción de desarrollos geográficos desiguales ha generado una acelerada gentrificación y que las localidades periféricas sean vistas como localidades poco seguras para los turistas y nativos.

Ejemplo de ello, está en la Colonia Nacatongo en donde han arribado en los últimos veinte años, oleadas de migrantes indígenas procedentes de Oaxaca, Puebla y Guerrero. De acuerdo a Data México (2022) aproximadamente el 4.6 % de los habitantes del municipio hablan una lengua originaria y 1.28% de la gente de Tlayacapan se considera afrodescendiente (INEGI, 2020). Aunque parezca que todos estos grupos étnicos se podrían adaptar a las nuevas dinámicas económicas regionales, lo cierto es que son discriminados y terminan relegados a las labores del campo, la construcción y el comercio informal (Betanzos, 2010).

Otros severos problemas que han incrementado desde la designación de Tlayacapan como Pueblo Mágico son el alcoholismo, la contaminación y la violencia de género. Sobre estos asuntos, Romina Meza, turista española que ha visitado Tlayacapan en 3 ocasiones compartió: “Desde que vine con mis hijos nos enganchó el corazón este pueblito por sus preciosas montañas y la verdad es que los hombres de acá aun cuando son amables, tratan feo a sus mujeres y siempre huelen a licor” (conversación personal, 2021). Particularmente, en fines de semana y fiestas grandes: “La permisividad en la apertura de bares de micheladas acrecentó el número de personas alcoholizadas en la vía pública” (Benavides, 2018, p. 18). Finalmente, sobre la contaminación de la zona el cura, Carlos García nos compartió: “Todos son bienvenidos a esta tierra, más mantengamos limpio aquí. Yo no creo que ni a dios, ni a los lugareños les guste vivir en porquería. [...] ya no podemos seguir. El agua, los pisos y el aire se mueren” (conversación personal, 2022).

7. Agentes sociales del turismo en Tlayacapan

Entendemos por agentes sociales a las entidades [humanas, animales y materiales] participantes en determinadas redes de acción, interacción y dinámica social (Latour, 2017). En el caso de las prácticas turísticas llevadas a cabo en Tlayacapan es posible identificar los siguientes tres grupos de agentes sociales: locales, actores intermedios y turistas. Cabe decir que, por las propias dimensiones de este artículo, no pretendemos abordar la totalidad de agentes involucrados en el turismo. En una segunda entrega, podríamos continuar con la caracterización de más perfiles, pero por el momento nos limitamos a las siguientes aproximaciones.

7.1. Agentes sociales locales

En esta categoría hay una vasta diversidad. En primer lugar, podemos situar a los propulsores del ecoturismo y turismo cultural. Algunas asociaciones se han conformado con el propósito de crear operadoras turísticas de pequeña escala. Se caracterizan por generar experiencias viables para los turistas que desean alejarse de las grandes urbes. Algunos de los paquetes o tours que ofrecen suelen ser de dos vertientes: de contemplación o de aventura. Sobre el primer eje, uno puede encontrar recorridos por el piedemonte, las capillas, los vestigios arqueológicos, los cafetales del vecino San José de los Laureles y los sembradíos de nopal. La mayoría de estas visitas se realizan a pie, pero también hay caballos para

quienes prefieran la cabalgata. Mientras que la segunda vertiente, está caracterizada por el *trekking* a las elevaciones más altas y cascadas de temporal. También se puede practicar rapel, espeleología y ciclismo de montaña. Particularmente, en este grupo hay una notoria participación juvenil. Algunas de las asociaciones turísticas más relevantes en Tlayacapan son: *Cacomixtle Tours*, *Senderista Tlayacapan*, *Ahuacatl Tours*, *Xicotli* y *Tlaya* (Chávez et al., 2024; Oliveroz, 2023).

Aunque en diferente nivel, existen otros tipos de asociaciones locales conformadas para la prestación de servicios a escala mayor. Conviene decir que hay quienes obtienen sus ganancias de manera autónoma y otros que reciben presupuesto gubernamental. Los tours generales están preparados para satisfacer la demanda de turistas que buscan experiencias de entretenimiento estimulante, pero fugaz. Ejemplo de esto, es que, hasta antes del terremoto del 19 de septiembre de 2017, las momias del Ex Convento de San Juan Bautista eran la atracción turística más popular. Pese a ello, los locales han organizado visitas hacia la Cerería y a El Tlatoani. Asimismo, en la noche existen recorridos en donde se proclaman las leyendas y tradiciones más populares de la región. Durante finales de octubre y principios de octubre se organizan concursos de disfraces, fotografías e historias de terror.

Los trabajadores del turismo que son contratados por el municipio en su mayoría dominan el inglés a nivel intermedio. Es interesante que a pesar de la gran oferta de hospedaje a escala micro, en Tlayacapan sólo existen formalmente 3 hoteles. El resto de centros de descanso estriba en posadas, conjuntos familiares y hostales. Por otro lado, las percepciones generales acerca del turismo están muy divididas. Los nativos de Tlayacapan restringen el completo acceso a los talleres cerámicos, a fin de evitar accidentes y porque en ellos hay altares a santos que consideran espacios sagrados restringidos. A pesar de que hay variados tours que ofrecen visitas a dichos espacios, no se negocia ante el turista entrar a la parte más íntima del taller (Godelier, 1998). Otro acto de resistencia recién, es que en los últimos carnavales se ha vendido cerveza rebajada con agua a los turistas más groseros o inmorales. No obstante, el consumo de alcohol entre los habitantes sigue siendo un acalorado motivo de discusión.

Por su parte, el gobierno municipal recibe fondos nacionales por el Programa de Pueblos Mágicos. Éste a su vez lo redistribuye entre la población local. El presupuesto se destina principalmente a la promoción, difusión y protección de los bienes culturales representativos de Tlayacapan. De igual forma, las autoridades municipales mantienen convenios con organismos estatales como *Lotería Nacional* y con empresas trasnacionales de entretenimiento por los derechos de uso de imagen pública referente al patrimonio biocultural tlayacapanense. Si bien, las intenciones gubernamentales suelen ser positivas, la lista es una selección arbitraria que obedece más a los criterios estéticos del patrimonio biocultural. Por ejemplo, cada fin de año se celebra la Feria de la Música y el Barro y una amplitud de los artefactos ofertados no son originarios. Así pues, la mayoría son comerciantes, más no artesanos. Otras actividades de las que participan las autoridades para la promoción turística radican en la puesta en práctica de danzas tradicionales, obras de teatro, exposiciones, conciertos, muestras de arte local, etcétera.

No menos importante, resulta el hecho de que la mayoría de los locales que participan en el turismo ejercen otras prácticas laborales. En otras palabras, el trabajo turístico se presenta como una actividad complementaria de la economía popular. Salvo sus excepciones, el turismo aún no es el pilar financiero de las familias tlayacapanenses. Además, se sigue cuestionando sobre quiénes reciben los principales beneficios de los ingresos por las visitas. La promesa de progreso por parte del PPM no ha modificado el trascurso del turismo masivo, a pesar de algunas buenas intenciones como el *Tianguis de Pueblos Mágicos*. Es evidente, que el modelo seguirá siendo disfuncional si sólo los fines de semana y en fechas clave llegan los turistas y si exclusivamente éstos se concentran en la zona céntrica de Tlayacapan.

Sobre la interacción con el patrimonio biocultural es notorio que existe un conocimiento admirable sobre éste por parte de los nativos. Para empezar, los diferentes lugares del paisaje siguen siendo llamados por sus toponimias originarias. La mayoría de los nombres corresponden al idioma náhuatl. En otros casos, hay algunos nominativos en español que hacen alusión a aspectos de la memoria colectiva. Por ejemplo, el cerro que es nombrado 'El Sombrerito' es porque su forma es similar al de los sombreros que usaron los revolucionarios del sur. Asimismo, hay continuas campañas y brigadas de limpieza en los sitios arqueológicos, históricos y naturales de Tlayacapan. Hay algunos miembros que elaboran señalética para indicar las referencias generales de los elementos patrimoniales en cuestión, pero también hay nativos a los que no les importa esto y dañan los monumentos bioculturales sin remordimiento. Peculiarmente, el sector juvenil se ha enfocado en una importante labor de difusión y divulgación del riquísimo acervo patrimonial tlayacapanense (Oliveroz, 2023).

7.2. Intermediarios

En los últimos años, la antropología del turismo ha quebrantado la dicotomía [huéspedes-anfitriones] y ha añadido la participación de actores clave que fungen como un enlace necesario (Jafari, 2005). Bajo esta tipología los agentes intermediarios también mantienen relaciones asimétricas de poder ante locales y turistas. Dicho esto, podríamos describir el papel que juegan las agencias de viaje más populares en la región. En primer lugar, éstas son conectoras multiescalares. Logran elucidar una conexión que va desde cualquier vista turística en Tlayacapan hasta el resto del mundo. Llegado a este punto, las agencias de viaje son locales y de capital foráneo. Las locales han tenido que aceptar modalidades de pago diferentes al efectivo. Dicha medida, les ha permitido sobrevivir ante la competencia extranjera. Por otro rumbo, las agencias de viaje foráneas tienen sede en Cuernavaca, Cuautla, Oaxtepec, Ciudad de México, Acapulco, en México y en Los Ángeles y Texas en Estados Unidos. Además, mantienen convenios con compañías de alojamiento como *Airbnb*, *Expedia* y *Booking*.

Una de las figuras más ignoradas por los estudios turísticos es el guía de turistas. En este tenor, María Oehmichen, Alberto Aveleyra y Concepción Escalona han advertido que estos intermediarios “juegan un papel importante en la construcción de narrativas en las que se sustentan las identidades étnicas, locales y regionales. [...] cuya labor facilita la comunicación intercultural, la valoración del patrimonio y la transmisión de conocimientos” (Oehmichen et al., 2021, p. 126). En la geografía tlayacapanense, la mayoría de los guías de turista son contratados por las posadas, hostales, hoteles y gobierno. Sobre los que reciben ingresos por parte de iniciativa privada sólo podemos comentar que la mayoría cuenta por lo menos con bachillerato, algunos hablan inglés y/o francés y la mayoría son hombres. En la escena independiente, sólo los guías Isabel Ávila, Marina Quintero, José Alarcón, Luis Alarcón y algunos miembros de la familia Covarrubias son adeptos del ecoturismo y del turismo enfocado al patrimonio biocultural. Por otro lado, los guías de turista contratados por el gobierno están localizados en las inmediaciones de la Casa de la Cultura o adyacentes al quiosco del palacio municipal. Estos últimos tipos de guías, en su mayoría, son jóvenes menores a los 29 años y no tienen la autorización de recibir propinas, ni de acompañar a los turistas. Su misión se restringe a recomendaciones de viaje.

En el tema de la movilidad turística se ha presentado una interesante confrontación: *chinelobus* vs *mototaxis*. El chinelobus es un autobús de doble piso adaptado para los turistas y que recibe su nombre por el prototípico chinelo. Un mototaxi es un transporte peculiar. Se trata de una motocicleta ajustada con una cabina trasera que permite el acceso de 3-4 personas por vehículo. ¿Pero por qué compiten? En primer lugar, existe cierto desprecio por parte de los nativos en contra de los propietarios de la empresa del chinelobus. Ese repudio reposa en el origen sudamericano de los ejecutivos. Adicionalmente, los choferes de mototaxis argumentan que han sufrido abusos por parte de los trabajadores del chinelobus. Así, el motociclista, Ruben Coronado nos dijo: “... que no se vale. Ya van un buen de veces que nos avientan el camión encima, aparte de que nos roban pasaje. Yo mismo sé que ellos le dicen a la gente que somos abusivos, pero no es *verda*” (conversación personal, 2023). Las tensiones continúan en la zona porque el gobierno patrocina al chinelobus, pero a los mototaxis no. Igualmente, los ejecutivos del chinelobus, han generado seguidores gracias a que han auspiciado gastos de festividades nativas y por sus recorridos temáticos que suelen incluir disfraces, degustaciones, relatos históricos, mitos y leyendas regionales.

Otro punto de vista interesante es el de los trabajadores de la industria de alimentos. En muchos puestos de comida se resisten a los cobros por tarjeta o transferencia bancaria por dos motivos. Primero, porque una considerable cantidad de locales operan informalmente; es decir, que no cuentan con todos los permisos necesarios para abrir un negocio. Segundo, debido a que abiertamente algunos restaurantes prefieren evitar pagar comisiones a las aplicaciones bancarias. Eso ha generado un problema para los turistas que no cuentan con el suficiente efectivo. Además, en Tlayacapan sólo hay cajeros automáticos pertenecientes a los bancos: *Banorte*, *Banco Azteca* y *BBVA*. Por tal motivo, los meseros al presentarse con cada visitante le recuerdan las modalidades de pago disponibles. A su vez, los restaurantes de Tlayacapan son: *Mil Amores*, *Emilianos* y *Don Pancho Gómez*. Estas últimas opciones presentan menús más variados y caros al resto de locales de alimentos. También suelen contar con meseros que saben inglés, música en vivo, degustaciones de licores y la presencia de figuras artísticas. Eso sí, la propina proporcional para los meseros al 10 % del consumo total, es casi un hecho en estos establecimientos.

Los agentes intermediarios han ocupado una posición relevante en cuanto al estado actual del patrimonio biocultural local. Esto se debe a su proximidad. Por ejemplo, los guías de turista continuamente acompañan a los visitantes hacia los destinos y sus narrativas auxilian a la construcción social de lo que constituye el patrimonio biocultural de Tlayacapan. De manera semejante, otros intermediarios como las agencias de viajes, hostales y cocinas influyen en la percepción del turista. Le dicen a este

último, cuáles son los puntos de interés que sí o sí tienen que visitar en el poblado. Es evidente, que los intermediarios no tienen la última palabra, pero su papel como conector cultural es innegable.

Figura 5: Tarjeta de presentación de un guía de turistas local



Fuente: Fotografía de Alexis Fernando Oliveroz. Tarjeta por cortesía de Isabel Ávila (2022).

7.3. Turistas

Se ha argumentado que el turista es producto de la expansión del ocio moderno (Blanke & Chiesa, 2013). Empero, más allá de ese punto de vista, los turistas son complejos agentes sociales que cuentan con cierta toma de decisiones. Evidentemente, la cuestión de poder escoger las atracciones a visitar es la mejor muestra de ello. Adicionalmente, el turista paga por tener más o menor privacidad, distancia, seguridad, contactos sociales y confort (Turner & Ash, 1991). En nuestra investigación, identificamos tres categorías de turistas por los objetivos generales de cada uno de estos: turista por el entretenimiento, turista por el conocimiento y turista *autónomo*.

En el primer caso, el turista que busca el entretenimiento es el más controversial. La mayoría de este colectivo proviene de las grandes urbes. Acuden a Tlayacapan exclusivamente los fines de semana y durante el Carnaval. Asisten a los lugares más populares y en nula ocasión se desplazan en las periferias del municipio. Se trata de visitas esporádicas en cuestión. Recorren las callas empedradas, mientras mantienen en sus manos, bebidas alcohólicas y cigarrillos. Como comenta Danilo Paulinho, turista brasileño: “La pasan demasiado aquí. Me sorprende que los policías no sean perseguidores. [...] hasta para mi persona esto es mucho exceso injusto” (conversación personal, 2024). Este turista es el mayor propiciador de etiquetas y prejuicios sociales. Consideran que en Tlayacapan los nativos están atrapados en una imagen estática; ya sea para preparar cervezas, o para estar disfrazados de chinelos. Su interacción con el patrimonio biocultural es superficial. Se toman interminables fotografías y selfis en los referentes estéticos del centro histórico. Cuando son las grandes fiestas, sobre todo los varones alcoholizados, llegan a los golpes en contra de los hombres nativos. A menudo, si el turista de entretenimiento es un extranjero hostil, las tensiones y disputas pueden propiciar intercambios de dosis altas de racismo, xenofobia y misoginia.

El segundo tipo de turista busca una aproximación con las atracciones patrimoniales de las comunidades anfitrionas. En Tlayacapan, esta clase mantiene lazos más sólidos con los locales, allende de las relaciones contractuales por efecto de los recorridos turísticos. Los turistas que buscan conocer el acervo cultural de este municipio suelen realizar estancias de más de 5 días. En esta categoría, se propicia el

desarrollo del ecoturismo y actividades como senderismo, avistamiento de aves, camping y visitas a talleres y huertas familiares. Incluso en su recorrido a sitios arqueológicos como El Tlatoani participan en el retiro de desechos del cerro o en la limpieza de grafitis en monumentos. Este turista es curioso por naturaleza. Marina Quintero, guía de turistas nos dijo que: “Es un placer trabajar con ellos. Tienen mucho respeto y muchas preguntas por Tlayacapan” (conversación personal, 2022). Por lo general, se alojan en cabañas o posadas familiares, comen gustosos los platillos típicos del estado. Según nuestros colaboradores anfitriones estos turistas son los que brindan las propinas más generosas.

Por último, los turistas autónomos son un fenómeno interesante en la región. No son muy casuales. Por lo regular, son extranjeros o mexicanos de clase media/alta. Por su propia seguridad informan a las autoridades municipales de las actividades que llevarán a cabo. Tales prácticas pueden ser ciclismo de alta montaña, escalada, senderismo en búsqueda de pinturas rupestres y meditación. En el discurso, algunos miembros de este grupo se proclaman ciertas tendencias *New Age* y espiritistas. Dichas interpretaciones sobre el patrimonio biocultural han difundido la idea de que lo tlayacapanense es una obra de una agencia extramundana. Otro sector, por el contrario, extrae sus propias conclusiones a partir de lo escrito por los expertos del área. Es meritorio mencionar que estas personas traen sus propios vehículos, alimentos y artefactos de viaje. En la medida de lo posible, evitan el contacto con los nativos. Viajan en solitario o en grupos reducidos. No obstante, como mencionó el sacerdote, Carlos García: “Casi fantasmas, pero pasan de cuando en cuando por las gasolineras, barrancos y calles. Son huraños, pero no se meten con nadie, respetan las tradiciones. Por físico parecen de Europa, aunque me tocó tiempo de ver a dos negritos” (conversación personal, 2022).

8. Reflexiones finales

A la luz de este texto, esperamos que las dinámicas turísticas, los agentes sociales involucrados y el patrimonio biocultural de Tlayacapan resulten en conjunto críticamente comprendidos. Una vez más, hay que reiterar que el turismo en este municipio no se reduce a una sola forma. De hecho, si tomamos en cuenta las tendencias apuntadas por Cohen (2005) si acaso el turismo extremo ha tenido relativo éxito con algunos amantes del alpinismo y el *trekking*. Lo cierto es que el turismo de masas y, en menor medida, el ecoturismo son las modalidades vigentes en el municipio. Además, la inmersión de la localidad al PPM ha provocado la desarticulación y fragmentación de ciertos sectores comunitarios, como la industria agrícola y la alfarera. Si bien es verdad, que la actividad turística no es la principal actividad económica si se ha convertido en una empresa complementaria para muchas familias nativas.

El marco teórico-práctico de la antropología del turismo nos brinda herramientas heurísticas importantes para reflexionar de manera estructurada, interconectada y situada la fenomenología turística. En suma, se trata de una representación etnográfica que tiene por objeto de estudio a la otredad modernizada; es decir, al turista. En el caso concreto de Tlayacapan, compartimos la idea de que al igual que muchas otras poblaciones que han sido catalogadas como Pueblos Mágicos sufre de una desigual repartición de las riquezas económicas generadas, un aumento súbito en los niveles de contaminación y violencia. Específicamente, el conjunto patrimonial de la localidad ha servido como elemento estimulante de interaccionismo social. Si reiteramos que Nogués (2009) sostuvo que estamos en el tercer momento de la antropología del turismo caracterizada por la globalización y la interconexión, faltaría agregar que el patrimonio biocultural es un punto articulador en la diversidad.

De hecho, aunque los acercamientos hacia los distintos patrimonios partieron desde distintas ópticas [estética, histórica, científica, económica y social, principalmente] hubo componentes narrativos que convergieron. Ejemplo de ello, fue el sentimiento de arraigo nacionalista por parte de los locales y de los turistas intermediarios de nacionalidad mexicana manifestado entre las expresiones culturales que ya hemos descrito antes. Otra muestra interesante fue la noción compartida de que los elementos patrimoniales eran espacialidades sagradas o por lo menos, lugares dignos de preservar y conocer. Además, resultó que el criterio de autenticidad sigue siendo importante al momento de experimentar los sitios arqueológicos, pues se busca que éstos sean lo más antiquísimos posibles y permanezcan ajenos a la contaminación de la modernidad. No obstante, para los sitios históricos y artísticos la autenticidad es un principio inoperante, puesto que los turistas e intermediarios prefieren que la experiencia sea enriquecedora o por lo menos, entretenida.

Es menester apuntar que, en esta investigación anunciamos tan sólo una parte fragmentaria de la universalidad de agentes e imaginarios involucrados en las prácticas turísticas. Para una próxima publicación no descartamos caracterizar la participación de los académicos en estos ámbitos. También será

necesario explicitar cómo se liga la actividad turística en sus múltiples escalas. Esto no sólo permitiría un prometedor análisis inductivo del fenómeno en cuestión, sino que expondría las singularidades formas en las que las personas y el patrimonio se relacionan a través del ejercicio turístico. De manera semejante, la construcción de las narrativas acerca del turismo por parte de los científicos del patrimonio biocultural será tema de otro proyecto.

Bibliografía

- Amescua, C. (2010). Cultura y migración: El patrimonio cultural inmaterial en las zonas de contacto: ¿una lucha por la autenticidad o una opción para la convivencia? Universidad Iberoamericana.
- Anguera, M. (1978). Metodología de la observación en las ciencias humanas. Cátedra.
- Babbie, E. (2006). Manual para la práctica de la investigación social. Desclée de Brouwer.
- Ballengee, C. (2002). Cultures for Sale: Perspectives on Colonialism and Self-Determination and the Relationship to Authenticity and Tourism. *Studies in Art Education*, 43(3). <https://doi.org/10.1080/00393541.2002.11651721>
- Barbosa, A. (2005). Cerámica de Tlayacapan: Estética popular e identidad cultural. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- Bayona, E. (2022). Género y exotismo en la representación turística: Las casas/tiendas en Zinacantán, Chiapas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 635-650. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.044>
- Benavides, M. (2018). Reconfiguración socioterritorial resultado de la política turística en Tlayacapan, Morelos. *Ateliè Geográfico*, 11(3), 6. <https://doi.org/10.5216/ag.v11i3.45011>
- Benthall, J. (1988). The Anthropology of Tourism. *Anthropology Today*, 4(3), 20. <https://doi.org/10.2307/3032643>
- Betanzos, P. (2010). “Entre el albur y el asegún”. Un estudio sobre jitomateros y estrategias locales [Maestría]. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Blanke, J., & Chiesa, T. (2013). The travel & tourism competitiveness report 2013: Reducing barriers to economic growth and job creation. The World Economic Forum.
- Bruner, E. (2001). The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. *American Ethnologist*, 28(4), 881-908. <https://doi.org/10.1525/ae.2001.28.4.881>
- Chávez, R., Heredia, C., & Maldonado, O. (2024). Una revisión de los impactos del ecoturismo a través de las publicaciones en una revista especializada. *Dimensiones Turísticas*, 8, 1-24. <https://doi.org/10.47557/HBTG2737>
- Cherkinsky, A., & González, R. (2014). Radiocarbon Chronology of the Tlatoani Site at Tlayacapan, Morelos, Mexico. *Radiocarbon*, 56(2), 501-510. <https://doi.org/10.2458/56.17408>
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 42(1), 11-24.
- Cruz, D., Caamal, I., Pat, V., & Reza, J. (2022). Competitividad de las exportaciones de aguacate Hass de México en el mercado mundial. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 13(2), 355-362. <https://doi.org/10.29312/remexca.v13i2.2885>
- Darbellay, F., & Stock, M. (2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 441-458. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.002>
- Data México. (2022). Tlayacapan. <https://datamexico.org/es/profile/geo/tlayacapan?redirect=true>
- Díaz del Castillo, B. (2016). Historia verdadera de la conquista de la Nueva España: Antología. Alianza Editorial.
- Enríquez, J., & Vargas, R. (2021). El estudio de los Pueblos Mágicos. Una revisión a casi 20 años de la implementación del programa. *Dimensiones Turísticas*, 5(8), 9-38. <https://doi.org/10.47557/SYWY9441>
- Espejo, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1101-1112. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- García, L., González, R., & Linares, J. (2015). Trabajo, cooperación, fatiga, lesiones y muerte, algunos elementos biográficos de una mujer que vivió hace mil seiscientos años en Tlayacapan. *El Tlacuache*, 697. http://mediateca.inah.gob.mx/islandora_74/islandora/object/issue%3A2177
- Giraud, R. F., & Porter, B. W. (2010). Archaeotourism and the Crux of Development. *Anthropology News*, 51(8), 7-8. <https://doi.org/10.1111/j.1556-3502.2010.51807.x>
- Godelier, M. (1998). El enigma del don. Paidós.

- Golub, A. (2014). 1974 as a key year in anthropology. *Savage Minds*. <https://savageminds.org/2014/03/06/1974-as-a-key-year-in-anthropology/>
- Gómez, A., Barajas, A., Quiroz, F., Alarcón, P., & Guerrero, H. (2022). Blue and Green Water Footprint of Agro-Industrial Avocado Production in Central Mexico. *Sustainability*, 14(15), 9664. <https://doi.org/10.3390/su14159664>
- González, G., & Neger, C. (2020). El ecoturismo como estrategia de fortalecimiento en las acciones de conservación ambiental: Un análisis regional en Los Tuxtlas, Veracruz, México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(4), 571-584. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.041>
- González, R. (2022). Cerámica milenaria de Tlayacapan, Morelos. *El Tlacuache*, 1040, 1-23.
- Harvey, D. (2003). *El nuevo imperialismo*. Akal.
- Hernández, J. (2006). Producción de singularidades y mercado global. *El estudio antropológico del turismo. Boletín Antropológico*, 24(66), 21-50.
- Hernández, J., Pereiro, X., & Pinto, R. (2015). Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(2), 277-281. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.020>
- Hernández-Ramírez, J., Pereiro, X., & Pinto, R. (2015). Panorama de la Antropología del Turismo desde el Sur. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(2), 277-281. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.020>
- Hoyos-Patiño, J., Hernández-Villamizar, D. A., & Velásquez-Carrascal, B. L. (2019). Agroturismo una nueva alternativa para impulsar el desarrollo económico en el municipio de Ocaña. *Sostenibilidad, Tecnología y Humanismo*, 10(1), 63-69. <https://doi.org/10.25213/2216-1872.10>
- INEGI. (2020). Tlayacapan, Morelos. <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=17#collapse-Indicadores>
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), Article 1.
- Lagunas, D. (2007). *Antropología y turismo: Claves culturales y disciplinares*. Plaza y Valdés.
- Latour, B. (2017). On Actor-Network Theory. A Few Clarifications, Plus More Than a Few Complications. *Philosophical Literary Journal Logos*, 27(1), 173-197. <https://doi.org/10.22394/0869-5377-2017-1-173-197>
- Ley Federal sobre Monumentos y Zonas arqueológicas, artísticos e históricos, Diario Oficial de la Federación, 1 (2018).
- Lohmann, G., Panosso Netto, A., & Neves, S. (2017). The anthropology of tourism. En *Tourism theory: Concepts, models and systems* (pp. 54-57). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780647159.0054>
- López, L. (1999). *Centros comerciales: Espacios que navegan entre la realidad y la ficción*. Editorial Nuestro Tiempo.
- MacCannell, D. (2003). El turista: Una nueva teoría de la clase ociosa. Melusina.
- Matteucci, X., & Gnoth, J. (2017). Elaborating on grounded theory in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 65, 49-59. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.003>
- Matus, M. (2006). El ingrediente étnico: Autenticidad, mercantilización de la diferencia cultural y control de mercados a través de los restaurantes oaxaqueños en Los Ángeles, CA [Maestría, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Occidente]. <https://ciesas.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1015/1306>
- Mazón, T. (Ed.). (2011). *Construir una nueva vida: Los espacios del turismo y la migración residencial*. Milrazones.
- México Desconocido. (2024). *Pueblos Mágicos. Pueblos Mágicos Enamórate de México y explora los 177 Pueblos Mágicos*. <https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/>
- Meza, E. (1988). Contribución al conocimiento etnológico de los municipios de Tlayacapan, Oaxtepec y Yautepec del estado de Morelos [Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Nash, D. (1996). *Anthropology of tourism*. Pergamon Books.
- Nogués, A. (2009). Genealogía de una difícil relación entre antropología social y turismo. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 7(1), 43-56. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.004>
- Nunez, T. (1963). Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. *Ethnology*, 2(3), 347-352. <https://doi.org/10.2307/3772866>
- Oehmichen, C. (2013). *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Oehmichen, C. (2021). El turismo recreativo en la Ciudad de México: Perspectivas post-Covid-19: Recreational tourism in Mexico City: post-Covid-19 perspectives. *kult-ur*, 8(15), 123-141. <https://doi.org/10.6035/Kult-ur.2021.8.15.4>

- Oehmichen, C., Aveleyra, A., & Escalona, C. (2021). Los guías de turistas en México: Intermediación cultural y condición laboral. *Anales de Antropología*, 55(1), 115. <https://doi.org/10.22201/ia.24486221e.2020.0.76301>
- Oliveroz, A. F. (2021). Horizontes postpandemia: El patrimonio arqueológico del pueblo originario de San Bernabé Ocotepéc, Ciudad de México. *Ark Magazine*, 9, 58-63.
- Oliveroz, A. F. (2023). Vigilantes del pasado: Patrimonio arqueológico e histórico y participación social de los jóvenes de Tlayacapan, Morelos [Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. <http://132.248.9.195/ptd2023/junio/0798954/Index.html>
- Pantojas, E. (2022). De la plantación al resort: El Caribe en el siglo veintiuno. Alba Sud Editorial.
- Přitová, B. (2018). Anthropology of Tourism: Researching Interactions between Hosts and Guests. *Czech Journal of Tourism*, 7(1), 71-92. <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0004>
- Rojas, L. (2015). Lineamientos de la imagen urbana y conservación al poblado de Tlayacapan, Morelos [Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. <http://132.248.9.195/ptd2015/noviembre/0737574/Index.html>
- Ruiz-González, J., & Serrano, C. (2019). Imagenología aplicada a las momias de Tlayacapan, Morelos, México. *Jangwa Pana*, 19(1), 45-84. <https://doi.org/10.21676/16574923.3357>
- Salazar, N. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, 5, 99-128. <https://doi.org/10.25058/20112742.270>
- Salazar, N. (2020). La antropología del turismo se hace mayor: ¿Más que un matrimonio de conveniencia? *Disparidades. Revista de Antropología*, 75(1), 1-8. <https://doi.org/10.3989/dra.2020.001e>
- Sánchez, S., Arreola, R., Arteaga, A., Caballero, A., Dimas, E., Hernández, A., Martínez, M., Reséndiz, E., & Vargas, M. (2017). Registro arqueológico de la pintura rupestre en Tlayacapan. *El Tlacuache*, 794, 7-8.
- Secretaría de Hacienda de Morelos. (2019). Síntesis estadística municipal [Tlayacapan, 2019]. Poder Ejecutivo del Estado de Morelos.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2016). Corredor Biológico Chichinautzin. <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/corredor-biologico-chichinautzin>
- Secretaría de Turismo. (2018). Memoria Documental: Pueblos Mágicos (incorporación y permanencia). Programa Editorial del Gobierno de la República; Ciudad de México.
- Selwyn, T. (1990). Anthropology and tourism. *Tourism Management*, 11(1), 68-69. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(90\)90010-7](https://doi.org/10.1016/0261-5177(90)90010-7)
- Simonica, A. (2007). Conflicto(s) e interpretación: Problemas de la antropología del turismo en las sociedades complejas. En D. Lagunas (Ed.), *Antropología y turismo: Claves culturales y disciplinares* (pp. 27-46). Plaza y Valdés.
- Smith, V. (2012). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Inc.
- Turner, L., & Ash, J. (1991). *La Horda dorada*. Ediciones Endymion.
- Urry, J. (2001). La mirada del turista. *Turismo y Patrimonio*, 3, 51-66. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03>
- Velasco, P., & González, L. (2023). La luz del ecoturismo: La producción social de las luciérnagas y las trampas de la fe neoliberal. *Anales de Antropología*, 71-81. <https://doi.org/10.22201/ia.24486221e.2023.85391>
- Verdigué, S. (2006). Agricultura orgánica como alternativa para la producción de nopal verdura en el municipio de Tlayacapan, Morelos [Licenciatura]. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Villalobos, C. (2023). Arqueología turística internacional en México: La construcción de una relación (1968-1978). *Anales de Antropología*, 57(2), 93-104. <https://doi.org/10.22201/ia.24486221e.2023.57.2.84562>

Recibido: 04/12/2024

Reenviado: 29/03/2025

Aceptado: 29/03/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Social Sustainability and Touristification: The Case of Querétaro's Historical City Centre

Driselda Sánchez-Aguirre*

National Autonomous University of Mexico (Mexico)

Luis Alfonso Escudero-Gómez**

University of the Balearic Islands (España)

Abstract: The pressure of heritage tourism is leading to processes of touristification in historical city centres. This phenomenon is presently occurring in Latin America, resulting in gentrification and increasing depopulation. These changes reduce the residential and heritage value of these areas, thereby jeopardising the social sustainability of tourism. A case study was conducted in Querétaro to analyse residents' perceptions of the positive and negative impacts of tourism in their UNESCO World Heritage historical city centre. Using a quantitative approach, a questionnaire based on previous academic studies was applied. The findings reveal that the Social Exchange Theory holds, as residents prioritise the benefits of tourism over its costs. Economic dynamism and job creation are particularly valued, and tourism is perceived as essential to the city's future. However, concerns arise regarding issues such as vehicle traffic, pedestrian congestion, waste accumulation and rising housing costs. The results provide empirical evidence to enrich the academic debate and offer valuable insights for heritage tourism policymakers.

Keywords: Touristification; Historical city centre; Cultural heritage tourism; Urban tourism; Social sustainability.

La sostenibilidad social en los procesos de turistificación de los centros históricos latinoamericanos: una evaluación desde el caso de Querétaro (México)

Resumen: El turismo patrimonial está impulsando la turistificación en centros históricos de América Latina, provocando gentrificación y despoblación. Estos procesos afectan al valor residencial y patrimonial de estas áreas, poniendo en riesgo la sostenibilidad social del turismo. Este estudio analiza las percepciones de los residentes del centro histórico de Querétaro, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, sobre los impactos del turismo. A través de un enfoque cuantitativo, se aplicó un cuestionario basado en estudios previos. Los hallazgos confirman la Teoría del Intercambio Social, ya que los residentes priorizan los beneficios del turismo sobre sus costos. Valoran especialmente su impacto económico y la creación de empleo, considerándolo esencial para el futuro de la ciudad. No obstante, se identifican preocupaciones como el tráfico, la congestión peatonal, la acumulación de residuos y el aumento en los precios de la vivienda. Los resultados contribuyen al debate académico sobre la turistificación de centros históricos y brindan información relevante para diseñar estrategias sostenibles que equilibren la actividad turística con las necesidades de las comunidades locales.

Palabras clave: Turistificación; Centro histórico; Turismo cultural patrimonial; Turismo urbano; sostenibilidad social.

* <https://orcid.org/0000-0002-0728-7273>; E-mail: driselda.sanchez@comunidad.unam.mx

** <https://orcid.org/0000-0002-7954-4064>; E-mail: luisalfonso.escudero@uib.cat

Cite: Sánchez-Aguirre, D. & Escudero-Gómez, L. A. (2026). Social Sustainability and Touristification: The Case of Querétaro's Historical City Centre. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 551-568. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.035>.

1. Introduction

Heritage tourism has become an increasingly significant component of global tourism. In heritage spaces, such as historic centers, it contributes to generating economic growth and employment. In return, these areas are experiencing a process of touristification, which involves infrastructures and spaces intended for residential purposes—including housing, public spaces, and commercial facilities, among others—suddenly being converted to tourist uses (Cocola-Gant, 2023). This pronounced touristification leads to the displacement of traditional commerce, gentrification, and increasing depopulation of historic centers, significantly diminishing their living and heritage content.

Historic centers in Latin America are currently undergoing strong processes of touristification (Jover & Rongvaux, 2024). This primarily occurs in those declared UNESCO World Heritage Sites, a recognition that usually increases tourist flows (Hawkins et al., 2009). The universal values that led to their designation have triggered a growth machine based on tourism and residential speculation in the form of gentrification (Costa, 2018).

However, neoliberal capitalism has expanded commodified and consumerist leisure, along with tourism, creating serious contradictions (Fletcher & Neves, 2012). In this context, heritage policies in the neoliberal arena generate spaces of exclusion and gentrification in urban heritage sites (Soccali & Cinà, 2020). Latin American historic centers are subject to these forms of commodified production common in heritage tourism (Zhu, 2021). This touristification of heritage jeopardizes the preservation of its social and spatial identity (Timothy, 2020).

Cities—particularly their urban cores—have become the principal geographical locus of concern in recent overtourism scholarship (Milano et al., 2024a). Rather than a simple quantitative excess of visitors, overtourism can be understood as a regime: a deeply entrenched, multidimensional system that reshapes urban landscapes, economies and social dynamics, in which tourism becomes the dominant source of revenue and transforms cities into perpetual holiday destinations (Milano et al., 2024b). This regime produces an excessive presence of visitors that converts public space from a shared commons into a rapidly consumed commodity, thereby eroding its sense of place and—paradoxically—its very attractiveness (Frigerio et al., 2024). Recent conceptual advances emphasize that overtourism's significance lies less in absolute visitor numbers than in its repercussions for socio-economic fabrics such as social cohesion, diversity and inclusion (Milano et al., 2024b). The proliferation of overtourism across multiple urban contexts in recent years starkly illustrates the inability of existing policy and management mechanisms to moderate the relentless growth of visitor flows (Butler & Dodds, 2022).

With the aim of attracting as many tourists as possible and gaining their approval, there is a loss of identity and the homogenization of historic spaces where a plurality of activities used to take place not long ago. However, historic centers are more complex realities than just spaces for tourism. Tourism alters the life of many historic centers, distorting their traditional residential function into a commercial tourism one, leading to a loss of identity that directly affects the local community and becoming a risk to the social sustainability of historic centers (Landorf, 2011). This can lead to situations where the identity and uniqueness of historic centers are destroyed, and alienation occurs among their residents (Nost, 2013). For this reason, empirical academic studies are needed to analyze the problem and provide innovative reflections. When discussing the threats of tourism, this means, first and foremost, being in contact with local communities (Lopez et al., 2019).

We propose a case study in the Mexican city of Querétaro. Its historic center was designated a UNESCO World Heritage Site in 1996 due to its well-preserved colonial architecture, architectural harmony, and contribution to the history and culture of Mexico. Based on this designation, local authorities have adopted a paradoxical posture, acknowledging the need to protect the center while simultaneously stating that the historic center should be dedicated to tourism (Hiernaux-Nicolas & González-Gómez, 2018). These values have attracted the growing phenomenon of touristification.

Research on residents' attitudes toward tourism has been a fixture of the academic landscape for nearly half a century (Sharpley, 2014) and continues to appear frequently (Stevic et al., 2024), reflecting sustained interest in how tourism affects destinations and local communities. Yet, within Latin America's historic centers the literature remains surprisingly thin. After an early landmark study by Belisle and Hoy (1980), only a handful of investigations have examined how residents assess tourism's impacts on these heritage districts. By contrast, studies explore tourists' perceptions of such spaces (Pérez-Sánchez et al., 2024) or analyze resident attitudes in natural settings (Escudero-Gómez & Martínez-Fernández, 2023) and sun-and-beach resorts (Sánchez-Fernández et al., 2019). Apart from a few notable exceptions (e.g., Blasco-López et al., 2018), research on resident evaluations in Latin-American historic centers is

scarce. This article seeks to fill that gap. Although the broader literature on tourism's social impacts is substantial (Deery et al., 2012), the specific perspectives of heritage-district residents in the region remain largely undocumented.

Thus, the aim of this article is to analyze the social sustainability of touristification in Querétaro City's historic center by examining the evaluations of two resident groups: those who live directly within the historic core and those who, although residing elsewhere in the city, are frequent users and visitors of the area. Consequently, the fieldwork will be carried out in the historic center, surveying all city residents encountered there, irrespective of their place of residence. The study addresses the overarching research question: How do residents evaluate the impacts of touristification? From this, four subsidiary questions are derived:

1. How do residents assess tourism's positive impacts?
2. How do they assess its negative impacts?
3. Which impacts receive the highest ratings?

To address these questions, we will administer a structured questionnaire based on survey instruments that have been validated in peer-reviewed and published research (Escudero-Gómez, 2019; Escudero-Gómez & Martínez-Fernández, 2023; Perdue et al., 1990; Snaith & Haley, 1999). The instrument was specifically adapted to the case of Querétaro through the authors' expert knowledge and has already been used successfully in previous studies. Accordingly, it constitutes a well-established methodology that uses questions on the positive and negative impacts of tourism in the historic center to gauge residents' evaluations.

The results and conclusions hold both theoretical and practical relevance. Theoretically, it is a contemporary case study in a geographic context where existing studies do not comprehensively consider the residents' perspective, contributing to the ongoing debate on whether sustainable urban tourism is a reality or a utopia (Kaczmarek & Kaczmarek, 2022). By focusing on social sustainability, the results are expected to be practically useful for policymakers and public managers, not only in the studied case but also in historic centers undergoing similar developments in Mexico and the rest of Latin America. Public managers must consider the opinions of residents if they want tourism to have a future (Nunkoo & Ramkison, 2012), and in tourism planning, knowledge of residents' attitudes and their possible reactions to future developments is fundamental (Williams & Lawson, 2001).

This study makes a significant contribution to tourism research by addressing a critical gap in the literature: residents' perceptions of touristification in Latin American historic centers, a topic that remains understudied compared to other tourism contexts (Blasco-López et al., 2018). While previous research has predominantly focused on nature-based or sun-and-beach destinations (Escudero-Gómez & Martínez-Fernández, 2023; Sánchez-Fernández et al., 2019), this work delves into the social impacts of touristification in urban heritage settings, aligning with calls by scholars such as Timothy (2020) and Landorf (2011) to examine the social sustainability of tourism in historic areas. By employing a methodology validated in prior work, this article not only enriches the academic debate on touristification but also offers a framework applicable to other historic centers at risk of homogenization and identity loss.

The structure of the article, after this introductory section, continues with a theoretical background on the touristification of historic centers in Latin America and the social sustainability of urban tourism. Following this, the material and methods section details the study area and methodology. After that, the results of the research are explained. Finally, there is a discussion section and a conclusions section.

2. Theoretical background

This study rests on two theoretical pillars: (1) the touristification of historic centers—particularly UNESCO World Heritage sites in Latin America—and (2) the social sustainability of urban tourism, examined here from the standpoint of the local community.

2.1. Touristification of Latin American historic centers

Urban tourism is rapidly growing, and in many cities, the flow of visitors is concentrated in their historic centers (Martínez-García et al., 2018). For the tourism industry, heritage cities have become destinations that offer visitors a combination of cultural and leisure attractions in a unique setting (Pine & Gilmore, 1999). Thus, in recent decades, historic centers have increased their number of tourists due

to their heritage resources (Dickinson & Peeters, 2014). Already in 1997, it was noted that this created a process of touristification with a risk of imbalance in the urban system due to the predominance of the tourism function (Jansen-Verbeke, 1997).

The touristification of historic centers is not a recent phenomenon; it has been unfolding since the late 20th century and particularly affects those designated as World Heritage Sites by UNESCO. This designation, while intended to promote protection and conservation, has often been embraced uncritically by authorities and certain residents, especially those not directly impacted by the pressures of displacement caused by increased tourism (Cáceres-Seguel, 2023; Durán, 2015; Santamarina & Del Marmol, 2020). The recognition serves as a powerful draw for visitors, who associate the UNESCO label with a mark of tourism quality (Ruiz-Lanuza & Alvarado-Sizzo, 2018). This phenomenon, known as the 'UNESCO effect' (Gravari-Barbas et al., 2015), has driven heritage tourism while simultaneously fostering processes of commodification and gentrification (D'Eramo, 2014). In Latin America, examples like Valparaíso, Chile, illustrate how tourism-driven real estate renewal often follows a UNESCO designation (Cáceres-Seguel, 2024).

Latin American historic centers, particularly those recognized as World Heritage Sites or possessing significant heritage attractions, are experiencing an intensifying process of touristification within a broader global trend (Janoschka & Sequera, 2016). Numerous academic studies have documented this phenomenon, with extensive evidence in Mexican historic centers (Barrera-Fernández & Hernández-Escampa, 2016; Cortés-Matías & Rivera-López, 2023; Delgadillo, 2018; Hernández-Cordero & Fenner-Sánchez, 2018; Hiernaux-Nicolas & González-Gómez, 2018; Méndez-Ravina et al., 2020; Yescas-Sánchez, 2018), as well as in other countries like Argentina (Bertoncello, 2018), Brazil (Tarsi, 2009), Chile (Cáceres-Seguel, 2024), Ecuador (Hayes, 2020), Guatemala (Trivi et al., 2023), Peru (Blasco-López et al., 2018), and Uruguay (Yanes-Torrado, 2018), among others. These studies highlight how heritage tourism contributes to profound transformations in historic urban spaces across the region.

Touristification transforms land use in Latin American historic centers by displacing popular forms of inhabiting and appropriating urban space, replacing them with tourist-oriented, commercial, and symbolically revalorized uses that favor capital and privileged actors (Janoschka & Sequera, 2016). The key actors in this process include municipal, regional, and national public administrations, tourism and real estate developers, and service-sector enterprises (Barrera-Fernández & Hernández-Escampa, 2016). While touristification has brought about economic revitalization that benefited the aforementioned stakeholders, as well as visitors and tourists who enjoy a beautified, heritage-enhanced city equipped with tourism infrastructure and services, it has also produced negative social effects for the local population—such as exclusion, displacement, and the loss of cultural authenticity. This authenticity has been commodified, idealized, and stereotyped, giving rise to an ambivalent process of urban transformation, as studied by Cortés-Matías and Rivera-López (2023) in the case of Oaxaca de Juárez, Mexico.

Building on this dynamic, touristification in Latin America is intrinsically linked to a framework of pro-business policies, where the central state uses the UNESCO designation as a tool to promote tourism renewal plans, prioritizing them over housing programs aimed at addressing depopulation in historic city areas (Cáceres-Seguel, 2023). This process entails the commodification of urban life—traditions, social relationships, gastronomy, and the built environment—in these cities, generating profits through the tourism economy (Trivi et al., 2023).

The touristification of historic centers is related to phenomena such as their museification, the tertiarization of their economy, changes or underuse of residential areas, and the loss of social life (Martínez-Pino, 2018). This leads to the destruction of the identity and uniqueness of the place and to alienation among its residents in Latin America (Nost, 2013). Mexican historic centers, such as Guanajuato, are becoming museum-like spaces used almost exclusively by visitors or by residents only when they behave as such (Barrera-Fernández & Hernández-Escampa, 2016). These spaces are turning into theme parks for tourists and higher-income consumers (Delgadillo, 2018).

This results in a symbolic and material dispossession of the residents caused by the rapid touristification of an urban space that, for them, is simply their neighborhood. A themed area is generated, and there is a tendency to empty historic centers of urban life (Hernández-Cordero & Fenner-Sánchez, 2018). Additionally, tourist overcrowding has brought about problems stemming from acculturation (Méndez-Ravina et al., 2020).

With the current expansion of heritage tourism, Latin American historic centers are being configured as leisure and elite residential spaces that exclude local inhabitants and pressure residents to relocate (Cáceres-Seguel, 2024). Evidently, this affects the issue of social sustainability of tourism in these areas.

2.2. Social sustainability of urban tourism

Tourist appeal and local well-being seldom advance in tandem (Nijkamp & Kourtit, 2023). As cities market their heritage districts and cultural assets, rapid visitor growth has generated acute pressures on housing, public space, and everyday life, prompting international bodies such as the UNWTO (2018) to call for urban-tourism strategies that temper growth with social safeguards. Crucially, the resident community possesses the leverage to facilitate—or to hinder—tourism development: without their endorsement, destinations can lose their social license to operate, and visitor flows may stall. Accordingly, a growing body of research highlights residents' perceptions as a linchpin of tourism sustainability (Blasco-López et al., 2018). Securing community consent is therefore not a cosmetic exercise but a strategic prerequisite; when inhabitants perceive the benefits of tourism as outweighing its costs, they are more likely to cooperate with planners, tolerate visitor pressure, and participate in co-creating a hospitable urban environment (Fredline et al., 2013).

It is evident and academically proven that tourism has both positive and negative impacts (Archer et al., 2005), which affect the cities where it takes place (Postma & Schmuecker, 2017). Local communities often embrace tourism for its job creation and economic benefits (Dodds & Butler, 2019). However, these benefits require residents to view tourism positively (Álvarez-Sousa, 2018). Attitudes depend on balancing economic benefits with sociocultural costs (Sánchez-Fernández et al., 2019).

Research on residents' attitudes toward tourism is grounded in several theoretical frameworks. Weber's theory of formal and substantive rationality posits that human decision-making balances economic (formal) against non-economic (substantive) motivations (Mody et al., 2020). A second strand prioritizes sociocultural impacts, arguing that residents' support hinges on the economic, social and cultural effects they perceive (Deery et al., 2012; Meimand et al., 2017). Most prominently, Social Exchange Theory (SET)—introduced by Homans (1958) and later applied to tourism by Ap (1992)—suggests that residents evaluate tourism through a cost–benefit lens: they adopt favorable attitudes when perceived benefits outweigh costs and unfavorable ones when the reverse is true (Andereck et al., 2005; Moraru et al., 2021). Empirical studies consistently show that the greater the economic benefits residents associate with tourism, the stronger their support (Boley et al., 2018; Styliadis et al., 2014; Teye et al., 2002). Numerous case studies, including those by Escudero-Gómez and Martínez-Fernández (2023) and Gannon et al. (2020), further validate SET as a robust model for explaining host-community reactions to tourism development.

However, the continuous growth of tourism development cannot be sustained without eventually breaking the tourism-community balance (Martínez-Pino, 2018). Therefore, an important moderator is society's carrying capacity (Álvarez-Sousa, 2018), which measures the extent to which a community can accommodate a large number of tourists without adverse consequences (Woo et al., 2018). When the problems generated by tourism persist and worsen, this carrying capacity can be exceeded, fracturing the social sustainability of urban tourism. Then, increasing conflicts may arise as residents' antagonism towards tourists and tourism grows (Matteucci et al., 2022).

In the business model that leads to the touristification of Latin American historic centers, quantity consistently takes precedence over quality, economies of scale over economies of scope, and the destination's tourism industry over the inhabitants' well-being (Van der Borg & Gravari-Barbas, 2022).

3. Methodology

This section presents the study area, the historic center of the city of Querétaro, a UNESCO World Heritage Site, and the methodology used in this research.

3.1. Study area

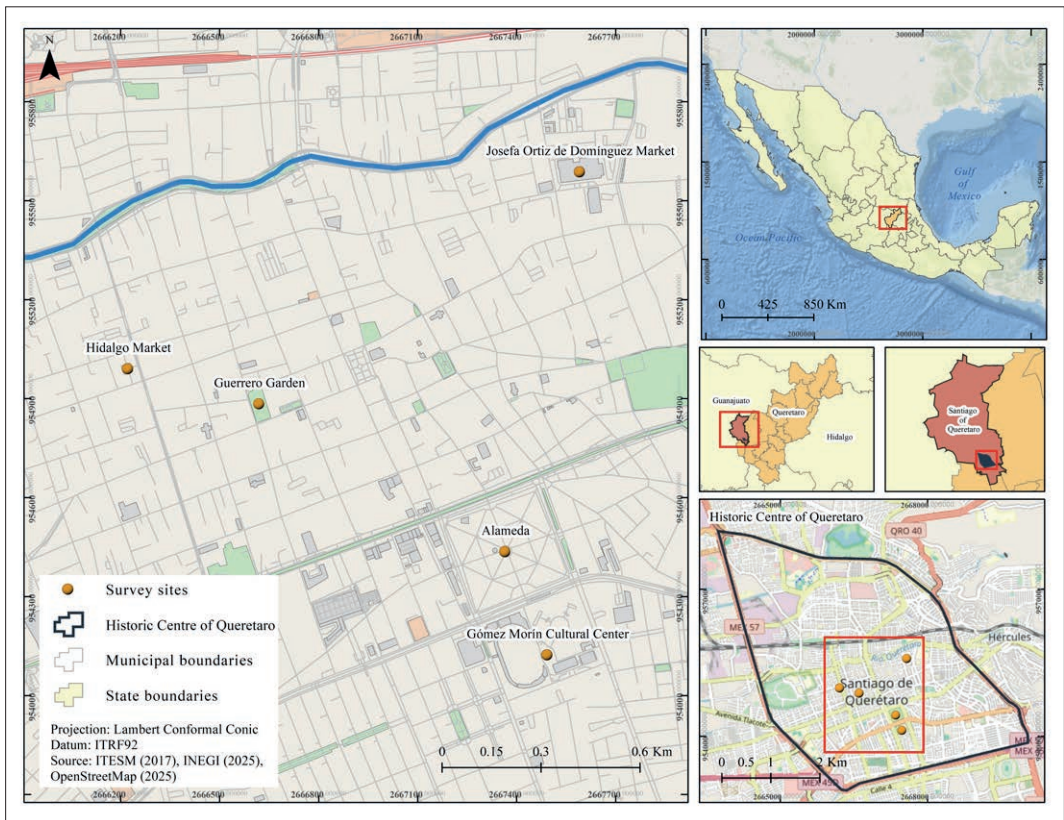
There is broad consensus on considering the tourist destination as the unit of analysis when studying the tourism sector (Barbosa et al., 2010). In UNESCO World Heritage destinations, the current trend focuses on conducting detailed case studies to explore the specific characteristics of tourism integration at each site (Pulido-Fernández & Ruiz-Lanuza, 2017). More in-depth case studies, with precise concepts and clear theoretical frameworks across different locations, are essential for understanding the complex interactions between tourism and heritage (Su et al., 2013).

In this research, the case was purposefully selected, as tourism has invaded the historic center of Querétaro (Hiernaux-Nicolas & González-Gómez, 2018), leading to a process of gentrification (Ayala-

-Galaz & Vázquez-Estrada, 2023). Furthermore, according to local press reports, the community has expressed dissatisfaction with the process of touristification (Gallardo, 2024).

The city of Querétaro, located in the Mexican state of the same name and situated in the center of the country, stands out as one of the main urban centers in the region known as the Bajío (Figure 1). Founded in 1531, it acquired a prominent role as an administrative and commercial center in the Viceroyalty of New Spain. Its strategic location on the trade route between Mexico City and the north of the country promoted its development and prosperity. This city was the site of significant historical events such as the birth of the independence movement, the proclamation of the 1917 constitution, and the first performance of the Mexican national anthem (Garrido del Toral, 2018). The urban landscape of Querétaro showcases colonial architecture, particularly in its historic center, where cobblestone streets and main squares blend with colonial buildings. Its heritage values led to the inscription of the historic center of Querétaro on the UNESCO World Heritage list in 1996. Its well-preserved state offers an exceptional testimony to the fusion of Spanish architectural traditions with indigenous techniques and styles.

Figure 1: Location of the Historic Centre of Santiago de Querétaro and Survey Sites.



Source: Own elaboration.

Between 2014 and 2024, Querétaro welcomed 1,222,512 international visitors, ranking it among the ten Mexican states with the highest volume of foreign tourist arrivals. Most of these travelers came from the United States, Canada and Japan (Datatur, 2025). During the same ten-year span, the total number of tourists—both domestic and international—who spent at least one night in Querétaro city reached 25,219,445 (Datatur, 2025), placing the city among the five most visited non-coastal destinations in Mexico. By the end of 2024, Querétaro city offered 28,398,494 hotel room-nights (Datatur, 2025),

and ongoing construction projects continue to expand this capacity. These figures do not include the substantial supply of short-term rentals observed during fieldwork; no statistical data are currently available for Querétaro. Nationwide, only Mexico City reports information on *insideairbnb.com*, and even there no official data are published.

Since its inscription on the World Heritage List, Querétaro has undergone a rapid tourism-driven transformation. Numerous heritage buildings have been converted into boutique hotels, restaurants, and cultural venues, reshaping the historic center's fabric (Sánchez-Aguirre & Martínez, 2024). During the decade preceding the COVID-19 pandemic, the city consistently posted the Bajío region's highest hotel-occupancy rates and overall visitor numbers (Datatur, 2025). This sustained influx—together with the systematic reuse of heritage structures for visitor services—firmly establishes Querétaro as a tourist-historic city.

3.2. Material and methods

To address the research questions, we implemented a quantitative survey that targeted two sub-groups of Querétaro residents: (i) those who reside inside the historic core and (ii) those who live elsewhere in the city but use and visit the area frequently. Focusing on these groups is essential because they constitute the local population most exposed to the effects of touristification—directly in the case of permanent residents and indirectly in the case of habitual users of the center. In line with Ouyang et al. (2017) and Ribeiro et al. (2017), the questionnaire asked respondents to rate tourism's impacts as either benefits or costs, thereby capturing the spectrum of positive and negative evaluations that collectively form what the literature terms residents' attitudes toward tourism (Sánchez-Fernández et al., 2019).

The questionnaire was derived from instruments validated in peer-reviewed studies (Perdue et al., 1990; Snaith & Haley, 1999; Escudero-Gómez, 2019; Escudero-Gómez & Martínez-Fernández, 2023) and was carefully adapted to Querétaro's context through the authors' expertise. A pilot test confirmed the clarity of all items before full deployment. Accordingly, the survey offers a robust, well-established methodology for assessing residents' views on the positive and negative impacts of tourism in the city's historic center.

The questionnaire's second section—its core component—contains 30 items: 15 addressing the positive impacts of tourism and 15 addressing the negative impacts. Respondents rate their level of agreement with each statement on a five-point Likert scale (1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = neutral, 4 = agree, 5 = strongly agree). Factor reliability was assessed with Cronbach's alpha; the resulting coefficient of 0.944 indicates excellent internal consistency, well above the commonly accepted threshold of 0.70 (Hair et al., 2018). It should be noted, however, that such a high alpha may also imply some redundancy among the items. In the last section, basic demographic, social, and economic characteristics of the respondents are requested.

Data collection relied on an on-site intercept survey with simple random sampling. Between 13 February and 26 March 2024, trained interviewers approached passers-by at five locations in Querétaro's historic center—the Gómez Morín Cultural Center, Guerrero Garden, Hidalgo Market, Josefa Ortiz de Domínguez Market and the Alameda—and invited them to participate. Following Styliadis et al. (2014), the approach was strictly non-coercive, allowing respondents to express their evaluation freely. All questionnaires were administered face-to-face by the pollsters.

The universe for this survey is the entire resident population of Querétaro (1,049,777 inhabitants in 2020; INEGI, 2024), because any resident can potentially use the historic center and no official data indicate how many do so regularly.

The minimum sample size was calculated with the standard formula for large populations:

$$n = Z^2 \times p \times (1 - p) / e^2$$

where $Z = 1.96$ for a 95% confidence level, $p = 0.50$ (the most conservative assumption), and $e = 0.05$. Substituting these values yields:

$$n = (1.96^2 \times 0.50 \times 0.50) / 0.05^2 = 384.16$$

rounded to 384 respondents. A total of 401 questionnaires were collected; 20 were discarded after data cleaning, leaving 381 valid cases. With 381 observations, the final margin of error is $\pm 5.02\%$, practically identical to the target $\pm 5\%$.

The data were analyzed using descriptive statistics, which allow results to be summarized and presented in a meaningful way. All computations were performed with IBM SPSS Statistics, version 24. The mean served as the measure of central tendency, while the standard deviation was reported to highlight the extent of variability in responses relative to the mean. Additionally, the median and interquartile range (IQR) were calculated to provide a more robust understanding of the data distribution.

4. Results

The methodology used has allowed us to obtain the research results. Firstly, in Table 1, we present the frequencies of the demographic and socioeconomic variables of the respondents.

Table 1: Demographic and socioeconomical variables of the questionnaire sample.

Gender	Men	Women	
n=381	43.6%	56.4%	
Age	18-29 years	30-55 years	+55 years
n=381	43.0%	45.0%	10.8%
Place of birth	Querétaro	Rest of Mexico	Foreign
n=381	62.7%	35.4%	1.8%
Place of residence	Historic center	Residential areas	
n=381	27.8%	72.2%	
Distance from residence to historic center	1-5 km	6-10 km	+10 km
n=275	17.1%	30.5%	52.4%
Length of residence historic center	1-5 years	6-15 years	+15 years
n=106	17.9%	29.2%	52.8%
Length of residence residential areas	1-5 years	6-15 years	+15 years
n=275	32.4%	23.6%	44.0%
Home ownership	Yes	No	
n=381	72.2%	27.8%	
Employed in the tourism industry*	Yes	No	
n=380	16.8%	83.2%	
Importance of tourism to occupation	Yes	No	
n=377	52.5%	47.5%	
Income	0-7000 Mex\$ monthly	7001-20999 Mex\$ monthly	+21000 Mex\$ monthly
n=339	26.0%	53.7%	20.4%

* Employed in the tourism industry' denotes respondents who work directly within the tourism sector (e.g., accommodation, restaurants, travel services, visitor attractions).

Source: Own elaboration.

The results obtained strengthen the validity of the Social Exchange Theory (SET) regarding the opinions of the resident population about the development of tourism activity. In Querétaro, the effect

of the benefits is rated higher than the costs of tourism. The resident population values the economic effect and job creation that tourism generates in their city. And although problems arising from the touristification of the historic center are identified, the benefits outweigh the drawbacks, and these are tolerated, as will be seen in the following statistical analysis of the questionnaire.

Regarding the evaluations of Querétaro residents about tourism—which always refers to the two sub-groups we surveyed: those who live within the historic center and those who reside elsewhere in the city but visit the area regularly—we begin with the questions related to its positive impacts (Table 2). The final average rating on the 5-point Likert scale is 3.43, with a standard deviation of 1.09—this represents the deviation of each respondent's individual mean. It is therefore evident that the standard deviation of the overall mean is considerably lower than the standard deviations calculated for the individual items.

The highest mean scores were observed for items P1, P4, P13, P3 and P14. Each of these items also shows a median of 4, indicating that respondents agree with the corresponding statements. The interquartile range is 2 in every case except P13 and P14, where it rises to 3, signaling greater variability of evaluation on whether tourism helps preserve and promote Querétaro's traditions and festivals and on whether the city should strengthen its position as a tourist destination—even though the median still indicates agreement. It is worth noting that a median of 4 was likewise obtained for item P7 (“Querétaro should try to attract more tourists,” IQR = 2), item P9 (“Tourists should stay longer and spend more in Querétaro,” IQR = 2), item P10 (“Vacation-rental properties are a great business opportunity in Querétaro,” IQR = 2) and item P12 (“Tourism increases cultural and leisure opportunities in Querétaro,” IQR = 3). Overall, these results reveal broad agreement on the positive—primarily economic—impacts of tourism.

Looking at the means, residents believe that tourism improves the historic center's economy (3.75); provides jobs in Querétaro (3.70); helps conserve and showcase intangible heritage, traditions, and festivals (3.65); plays a vital role in the city's future (3.62)—this item shows the highest proportion of maximum scores, with 42.3 % of responses rating it 5—and that Querétaro should enhance its standing as a tourist destination (3.59). The highest standard deviation, 1.43, again appears in P13, confirming the greater variability in assessments of tourism's contribution to preserving traditions and festivals.

Conversely, no item obtained a mean below 3.0 or a median below 3—thresholds that would indicate disagreement. The lowest scores correspond to P2, which asks whether the benefits of tourism outweigh its negative impacts on the historic center (mean 3.05; median 3), and P15, which asks whether tourism increases the city's quality of life (mean 3.06; median 3).

In sum, Querétaro's residents—both core dwellers and frequent city-wide users—register a clear consensus that tourism benefits the local economy, job market and future prospects of the historic center. Median scores of 4 across most items, coupled with no mean below 3, indicate broad agreement, while slightly higher variability in heritage-related questions suggests only moderate debate on cultural effects. Overall, the data portray a community that strongly endorses tourism's primarily economic gains, with few reservations about its wider impact.

Regarding Querétaro residents' assessments of tourism's negative impacts (Table 3), the overall mean score is 3.13 with a standard deviation of 0.89—again, this is the deviation of respondents' individual means and is lower than the standard deviations for the separate items. Only five items score above 3.5: N1, N2, N3, N8 and N9. Median values reveal strong agreement (median = 5; IQR = 2) that tourism increases vehicle traffic in the historic center and makes parking more difficult. The other three high-scoring items show a median of 4 (Agree) with a wider interquartile range of 3; these relate to tourist-induced pedestrian crowding on certain streets and greater waste generation. Item N4—“Querétaro's historic center has become a museum for tourists”—also records a median of 4 (IQR = 3).

Table 2: Findings for residents' positive evaluations of tourism development impacts.

Question items	Likert scale (%)						Median	IQR	Mean	SD
	1	2	3	4	5	No answer				
P1. More tourism improves the economy of Querétaro's historic center.	10.2	10.2	16.8	19.7	42.8	0.3	4	2	3.75	1.37
P2. The benefits of tourism outweigh its negative impact on the historic center of Querétaro.	16.3	17.1	30.7	17.1	18.9	0.0	3	2	3.05	1.32
P3. Tourism plays a vital role in the future of Querétaro.	10.8	12.3	19.7	18.6	38.6	0.0	4	2	3.62	1.38
P4. Tourism provides jobs in Querétaro.	13.1	8.1	16.8	19.9	42.0	0.0	4	2	3.70	1.42
P5. Tourism provides good jobs in Querétaro.	11.8	18.1	36.5	13.6	19.9	0.0	3	2	3.12	1.26
P6. Tourism provides jobs for residents in the historic center of Querétaro.	14.4	17.1	22.6	17.8	28.1	0.0	3	3	3.28	1.41
P7. Querétaro should try to attract more tourists.	13.9	10.8	22.0	19.4	33.9	0.0	4	2	3.49	1.41
P8. Querétaro should increase the number of tourists who stay overnight.	14.2	15.2	24.7	18.1	27.6	0.3	3	3	3.30	1.39
P9. Tourists should stay longer and spend more in Querétaro.	10.5	13.1	20.5	19.7	36.0	0.3	4	2	3.51	1.37
P10. Vacation rental properties are a great business opportunity in Querétaro.	10.5	13.1	20.5	19.7	36.0	0.3	4	2	3.58	1.37
P11. Tourism improves the appearance of Querétaro.	15.5	12.6	22.6	22.6	26.5	0.3	3	3	3.32	1.39
P12. Tourism increases cultural and leisure opportunities in Querétaro.	13.6	11.3	21.8	17.8	35.4	0.0	4	3	3.50	1.42
P13. Tourism helps preserve and promote the traditions and festivals of Querétaro.	12.9	9.7	19.7	15.5	42.3	0.0	4	3	3.65	1.43
P14. Querétaro should strengthen its position as a tourist destination.	11.8	12.1	20.5	16.3	39.4	0.0	4	3	3.59	1.41
P15. Tourism development increases the quality of life in Querétaro.	16.5	17.8	28.3	17.1	19.9	0.3	3	3	3.06	1.35
Mean for the scale									3.43	1.09

Source: Own elaboration.

Table 3: Findings for residents’ negative evaluations of tourism development impacts.

Question items	Likert scale (%)						Median	IQR	Mean	SD
	1	2	3	4	5	No answer				
N1. Tourism increases vehicle traffic in the historic center of Querétaro.	10.5	9.7	13.4	11.5	54.6	0.3	5	2	3.90	1.42
N2. Tourism makes it harder to find parking in the historic center of Querétaro.	13.6	8.4	14.7	11.5	51.7	0.0	5	2	3.79	1.48
N3. Tourism in Querétaro creates crowds on some streets, making it difficult to walk.	14.4	12.9	16.8	16.5	39.1	0.3	4	3	3.53	1.47
N4. The historic center of Querétaro is a museum for tourists.	13.6	13.1	21.8	21.0	30.4	0.0	4	3	3.41	1.49
N5. There are too many tour groups in the historic center of Querétaro.	15.0	25.5	33.9	16.0	9.7	0.0	3	2	2.80	1.17
N6. There are too many tourist shops in the historic center of Querétaro.	11.8	20.2	28.6	16.3	23.1	0.0	3	2	3.19	1.32
N7. Tourism generates more trash in the historic center of Querétaro.	13.9	12.3	18.9	15.2	39.4	0.3	4	3	3.54	1.46
N8. Tourism development increases municipal taxes.	17.6	16.5	26.8	15.0	23.9	0.3	3	2	3.11	1.40
N9. Tourism unjustly increases the prices of housing and rentals in the historic center of Querétaro.	12.3	10.8	17.8	12.1	46.5	0.5	4	2	3.70	1.45
N10. Tourism causes noise and coexistence issues in the historic center of Querétaro.	19.4	18.9	26.5	16.8	18.4	0.0	3	2	2.96	1.37
N11. Tourism negatively affects the cultural heritage of Querétaro.	30.2	25.2	26.5	8.9	8.9	0.3	2	2	2.41	1.25
N12. Tourism causes the traditions and festivals of Querétaro to lose their original identity.	39.9	24.4	18.9	8.7	8.1	0.0	2	2	2.21	1.28
N13. Tourism businesses are too politically influential.	21.0	20.5	31.5	12.9	13.6	0.5	3	2	2.78	1.30
N14. Tourism increases the amount of crime in the historic center of Querétaro.	20.2	22.8	29.4	13.1	14.2	0.3	3	2	2.78	1.30
N15. The historic center of Querétaro is increasingly less used by residents due to tourism.	21.3	21.0	27.0	12.3	18.4	0.0	3	2	2.86	1.38
Mean for the scale									3.13	0.89

Source: Own elaboration.

Looking at the means, residents believe that tourism increases vehicle traffic in the historic center (3.90)—the item with the highest proportion of maximum scores, as 54.6 % of respondents rated it 5—makes parking difficult (3.79), drives up housing and rental prices (3.70), generates more waste (3.54), and creates crowds on some streets, hindering pedestrian movement (3.53).

However, several items fail to reach the “passing” average score of 2.5, and others fall below 3.0, with medians of 3 (neutral) and even 2 (disagree). Residents therefore do not believe that tourism negatively affects Querétaro’s cultural heritage (N11: mean = 2.14, SD = 1.25; median = 2, IQR = 2) or causes a

loss of cultural identity (N12: mean = 2.21, SD = 1.28; median = 2, IQR = 2). They also adopt a neutral stance on items N5, N10, N13, N14 and N15 (median = 3 with lower means) as well as on N6 and N8 (median = 3 with slightly higher means). In other words, respondents do not substantially agree that tourism businesses wield excessive political influence, that tourism increases crime in the historic center, that there are too many tour groups, that tourism generates noise and coexistence problems, or that residents are abandoning the historic district because of visitor pressure.

In sum, Querétaro's residents identify a limited set of tangible drawbacks—especially heavier traffic, scarcer parking, higher housing costs, added waste and occasional crowding—yet they largely reject deeper cultural or social harms. Most do not believe tourism threatens the city's heritage, erodes local identity, or disrupts daily life through crime, noise or displacement. The overall average of 3.13 and several neutral or disagreeing medians indicate that negative perceptions exist but remain moderate and highly issue-specific rather than widespread or systemic.

Taken together, the two sets of results depict a community that clearly perceives tourism's benefits—chiefly economic growth, job creation and future prospects—while recognizing a narrower band of costs centered on traffic, parking, housing prices, waste and crowding. Residents largely dismiss deeper cultural or social threats: mean and median scores fall below neutral on heritage damage or identity loss and remain neutral on crime, noise and political influence. This asymmetry between salient gains and more limited, issue-specific drawbacks fully aligns with SET, which predicts resident support when perceived benefits outweigh costs.

5. Discussion

The main research question—*How do residents evaluate the impacts of touristification?*—was answered with a significantly higher rating of positive impacts than negative ones. This finding supports Social Exchange Theory (SET), which posits that people adopt favorable attitudes when they perceive benefits and unfavorable attitudes when they perceive costs. The results are consistent with previous research conducted in other touristified historic centers, such as Kashan and Tabriz in Iran (Gannon et al., 2020), Toledo in Spain (Escudero-Gómez, 2019), and York in the United Kingdom (Snaith & Haley, 1999). Accordingly, this article contributes to the empirical validation of SET within the Latin-American context of historic-center touristification.

With respect to the subsidiary question—*How do residents assess tourism's positive impacts?*—Querétaro's residents, much like those of Punta del Este, Uruguay (Sánchez-Fernández et al., 2019), attach high value to tourism's economic benefits. This finding corroborates Maxim's (2017) proposition that tourism is a strategic sector for cities. Although Querétaro has clearly undergone touristification (Hiernaux-Nicolás & González-Gómez, 2018), tourism has become a crucial economic driver. As Méndez-Ravina et al. (2020) observe for several Mexican historic centers—including San Cristóbal de las Casas—the local population recognizes and appreciates the income and employment generated by tourism; the same holds true in Querétaro.

The absence of social unrest or anti-tourism movements is therefore linked—again, as in San Cristóbal de las Casas (Hernández-Cordero & Fenner-Sánchez, 2018)—to the fact that tourism has become an important economic activity. For the vast majority of residents, tourism is viewed as a normal, unproblematic phenomenon, an evaluation also reported by Méndez-Ravina et al. (2020). Indeed, in Querétaro it is regarded as pivotal to the city's future.

Regarding the opposite subsidiary question—*How do residents assess tourism's negative impacts?*—, several problems arising from touristification are already clearly perceived by Querétaro's population. Residents' needs increasingly clash with the tourist occupation of the main streets, producing feelings of congestion and overcrowding—a phenomenon noted more than two decades ago by García-Hernández (2000) and recently confirmed for Toledo by Escudero-Gómez (2019). The mobilities paradigm, which highlights the considerable overlap between tourists and residents in cultural tourism (Richards, 2018), is especially evident in vehicular traffic and the shortage of parking spaces.

Concerns are also mounting over the impact of touristification on housing, as rising property and rental prices in Querétaro's historic center cause significant discomfort among locals. This issue has been examined in depth by Janoschka and Sequera (2016) in their analysis of gentrification and displacement geographies in Latin America. The present study in Querétaro uncovers these latent yet critical problems, underscoring the social challenges tied to the ongoing transformation of the city's historic core.

The variety of ways of inhabiting Querétaro's historic center is progressively being levelled out by concurrent processes of gentrification and touristification, echoing the assessment of Ayala-Galaz and Vázquez Estrada (2025). One of residents' chief concerns is the impact of touristification on housing: rising purchase and rental prices in the historic core are causing growing unease, representing one of the most significant negative effects of touristification on real-estate resources (Kowalczyk-Anioł, 2020).

Another worry is the accumulation of solid waste, a problem already documented in San Martín de los Andes, Argentina (Escudero-Gómez & Martínez-Fernández, 2021), and common in urban-tourism contexts (Sommer & Helbrecht, 2017).

By contrast, other issues frequently highlighted in studies of historic-center touristification were not observed here. Unlike the situation described by Istoc (2012), tourism use of Querétaro's historic core does not generate hostility or drive residents away from this emblematic space. Likewise, no evaluation suggested cultural commodification, heritage trivialization, or loss of identity, despite numerous studies—particularly in World Heritage cities—that report such impacts (Hafstein, 2004; Landorf, 2009; Pedersen, 2002; Pinheiro & Paulino, 2022). It should be noted, however, that responses concerning heritage trivialization and identity loss exhibit considerable variability: although the overall mean and median indicate that most respondents believe tourism helps preserve and promote Querétaro's traditions, a segment of residents disagrees. In fact, the majority reject the notion that tourism harms the city's cultural heritage or causes its traditions and festivals to lose their original identity.

As in other geographical contexts, it is likely that—should the trend towards touristification continue—social tension surrounding tourism will intensify. This hypothesis can be extended to other Latin American historic centers, where similar dynamics may already be unfolding. In line with Jover and Rongvaux (2024), the present study supports the argument that something is fundamentally flawed in current touristification processes affecting historic cores. It underscores the urgent need to move towards cities that are more socially just, cohesive and democratic, ensuring a sustainable coexistence between tourism and local communities. Echoing Martínez-Pino (2018), the study concludes that active involvement of resident communities in policy-making and management decisions is crucial for addressing these challenges.

6. Conclusions

This study makes an original contribution by analyzing quantitatively, for the first time in Querétaro's historic center, the evaluations of resident groups connected to this space in the face of touristification, thereby providing empirical validation of Social Exchange Theory in this context. The findings show that, although specific problems—traffic, pedestrian overcrowding, waste accumulation and rising housing costs—are acknowledged, the community assigns greater weight to tourism's economic and employment benefits and regards the activity as pivotal to the city's future. The research underscores a broadly homogeneous set of resident attitudes and, overall, reveals no dominant evaluations indicating cultural commodification or identity loss—although a minority of respondents do express such concerns, in contrast to the more widespread negative perceptions reported in similar cities. In doing so, the article advances the debate on the social sustainability of urban tourism in Latin America and offers empirical foundations for policies that balance tourism development with community well-being.

Looking ahead, ensuring the social sustainability of heritage tourism in Querétaro requires preventing further touristification and avoiding the exacerbation of existing challenges—issues already noted in other Latin American historic centers. Strategic measures are essential to safeguard the historic center so that local residents and visitors alike can continue to appreciate its heritage value and maintain a sense of ownership over this unique urban space. Achieving this balance calls for ongoing planning, regulation, and monitoring of tourism development by policymakers to effectively reconcile competing interests.

Finally, this study acknowledges certain limitations that may affect the broader applicability of its findings. Nonetheless, the same methodology has previously been employed by the authors in other settings, producing consistent results. While these findings may be generalized to some extent, future research is necessary to further validate this hypothesis. In particular, continued examination of residents' evaluations in tourist destinations remains crucial to fostering the social sustainability of tourism.

7. Acknowledgements

We thank Paola Echeverría, Samantha García, and Mariana Estrada for their support in data collection, and Ariadna Arrieta for the map design.

References

- Álvarez-Sousa, A (2018). The Problems of Tourist Sustainability in Cultural Cities: Socio-Political Perceptions and Interests Management. *Sustainability*, 10(2), 503. <https://doi.org/10.3390/su10020503>
- Andereck, K.L., Valentine, K., Knopf, R.C., & Vogt, C.A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The Positive and Negative Impacts of Tourism. In W.F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3rd ed.) (pp 79-102). Elsevier.
- Ayala-Galaz, M., & Vázquez-Estrada, A. (2024). Patrimonio y gentrificación. Una mirada etnográfica al centro histórico de la ciudad de Querétaro, México. *EURE*, 51(152), 1-21. <https://doi.org/10.7764/EURE.51.152.03>
- Barbosa, L.G M., Oliveira, C.T.F. de, & Rezende, C. (2010). Competitiveness of Tourist Destinations: The Study of 65 Key Destinations for the Development of Regional Tourism. *Revista de Administração Pública*, 44, 1067–1095. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500004>
- Barrera-Fernández, D., & Hernández-Escampa, M. (2016). El impacto de la política urbanística en la gestión de la ciudad histórico-turística: Un estudio comparativo. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(3), 705–724. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.046>
- Belisle, F.J., & Hoy, D.R. (1980). The Perceived Impact of Tourism by Residents a Case Study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83–101. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9)
- Bertoncello, R.V. (2018). Turismo: expectativas, conflictos, contradicciones. La ciudad de Buenos Aires como destino turístico. In C. Milano & J.A. Mansilla (Eds.), *Ciudad de vacaciones: conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 155–187). Pol-len
- Blasco-López, M.F., Recuero-Virto, N., Manzano-Aldas, J., & García-Madariaga-Miranda, J. (2018). Residents' Attitude as Determinant of Tourism Sustainability: The Case of Trujillo. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.02.002>
- Boley, B.B., Strzelecka, M., & Woosnam, K.M. (2018). Resident Perceptions of the Economic Benefits of Tourism: Toward a Common Measure. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(8), 1295–1314. <https://doi.org/10.1177/1096348018759056>
- Butler, R.W., & Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: A review of failure. *Tourism Review*, 77(1), 35–53. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215>
- Cáceres-Seguel, C. (2023). Valparaíso: Touristification and Displacement in a UNESCO City. *Journal of Urban Affairs*, 46(6), 1192–1204. <https://doi.org/10.1080/07352166.2023.2203400>
- Cáceres-Seguel, C. (2024). Valparaíso y el ciclo urbano pos-Unesco 2003-2022: Turistificación, patrimonio, y configuración de un espacio urbano elitizado. *EURE*, 50(151), 1–21. <https://doi.org/10.7764/EURE.50.151.01>
- Cocola-Gant, A. (2023). Place-Based Displacement: Touristification and Neighborhood Change. *Geoforum*, 138, Article 103665. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2022.103665>
- Cortés-Matías, F.A., & Rivera-López, F. (2023). Urban Renewal to Touristification: Oaxaca de Juárez's Historic Downtown. *ECORFAN Journal Republic of Paraguay*, 9(17), 1-14. <https://doi.org/10.35429/EJROP.2023.17.9.1.14>
- Costa, E.B. da (2018). Riesgos y potenciales de preservación patrimonial en América Latina y el Caribe. *Investigaciones Geográficas*, (96). <https://doi.org/10.14350/rig.59593>
- Datatur (2025). Turismo. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking Social Impacts of Tourism Research: A New Research Agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Delgadillo, V. (2018). Turismo y patrimonio Cincuenta años de «rescate» del Centro Histórico de la Ciudad de México. *Estudios Críticos Del Desarrollo*, VIII(14), 141–170. <https://doi.org/10.35533/ecd.0814.vd>

- D'Eramo, M. (2014). UNESCOcide. *New Left Review*, 88, 47–53. <https://newleftreview.org/issues/ii88/articles/marco-d-eramo-unescocide>
- Dickinson, J. E., & Peeters, P. (2014). Time, Tourism Consumption and Sustainable Development. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 11–21. <https://doi.org/10.1002/jtr.1893>
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). The Enablers of Overtourism. In R. Dodds & R. Butler (Eds.), *Overtourism. Issues, Realities and Solutions* (pp. 262–276). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110607369-002>
- Durán, L. (2015). Barrios, patrimonio y espectáculo: disputas por el pasado y el lugar en el centro histórico de Quito. *Cuaderno Urbano*, 18(18), 141–168. <https://doi.org/10.30972/crn.1818192>
- Escudero-Gómez, L.A. (2019). Residents' Opinions and Perceptions of Tourism Development in the Historic City of Toledo, Spain. *Sustainability*, 11, Article 3854. <https://doi.org/10.3390/su11143854>
- Escudero-Gómez, L. A., & Martínez Fernández, M. de la P. (2023). Comunidades anfitrionas frente al desarrollo turístico. Un estudio comparativo entre San Martín de los Andes (Patagonia argentina) y Toledo (España). *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (30), Article 093. <https://doi.org/10.37838/unicen/est.30-307>
- Fletcher, R., & Neves, K. (2012). Contradictions in Tourism: The Promise and Pitfalls of Ecotourism as a Manifold Capitalist Fix. *Environment and Society*, 3(1), 60–77. <https://doi.org/10.3167/ares.2012.030105>
- Fredline, L., Deery, M., & Jago, L. (2013). A Longitudinal Study of the Impacts of an Annual Event on Local Residents. *Tourism Planning & Development*, 10(4), 416–432. <https://doi.org/10.1080/21568316.2013.779314>
- Frigerio, A., Montedoro, L., & Del Bianco, C. (2024). Overtourism in UNESCO sites and its effect on urban public space. An EU project experience of research by design in Athens, Florence and Karlow. In M. Bovati, A. Moro & D. Villa (Eds.), *In-presence/ The Body and the Space. The Role of Corporeity in the Era of Virtualization* (pp. 563–566). Publica.
- Gallardo, M. (2024, 14 April). Hemos perdido nuestro Centro Histórico, acusan vecinos. *Diario de Querétaro*. <https://oem.com.mx/diariodequeretaro/local/hemos-perdido-nuestro-centro-historico-acusan-vecinos-13104028>
- Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2021). Assessing the Mediating Role of Residents' Perceptions toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149–171. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>
- García-Hernández, M. (2000). Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 20, 131–148.
- Garrido del Toral, A. (2018). *Joyas de Querétaro*. Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.
- Gravari-Barbas, M., Bourdeau, L., & Robinson, M. (2015). World Heritage, Tourism and Identity: Inscription and Co-production. In L. Bourdeau, M. Gravari-Barbas & M. Robinson (Eds.), *World Heritage, Tourism and Identity* (pp. 1–24). Burlington. <https://doi.org/10.4324/9781315546315>
- Hafstein, V.T. (2004). The Politics of Origins: Collective Creation Revisited. *Journal of American Folklore*, 117(465), 300–315. <https://doi.org/10.1353/jaf.2004.0073>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Hawkins, D.E., Chang, B., & Warnes, K. (2009). A comparison of the National Geographic Stewardship Scorecard Ratings by Experts and Stakeholders for Selected World Heritage Destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 71–90. <https://doi.org/10.1080/09669580802209944>
- Hayes, M. (2020). The Coloniality of UNESCO's Heritage Urban Landscapes: Heritage Process and Transnational Gentrification in Cuenca, Ecuador. *Urban Studies*, 57(15), 3060–3077. <https://doi.org/10.1177/0042098019888441>
- Hernández-Cordero, A., & Fenner Sánchez, G. (2019). El turismo, ¿un arma para la guerra? Tensiones en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México. In C. Milano & J.A. Mansilla (Eds.), *Ciudad de vacaciones: conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 81–120). Pol-len
- Hiernaux-Nicolas, D., & González-Gómez, C. I. (2018). Cuando el turismo invade el Centro Histórico: Santiago de Querétaro. *Estudios Críticos del Desarrollo*, 8(14), 53–74. <https://doi.org/10.35533/ecd.0814.dhn.cigg>
- Homans, G.C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
- Istoc, E.M. (2012). Urban cultural tourism and sustainable development. *International Journal for Responsible Tourism*, 1(1), 38–57. <http://repec.turismulresponsabil.ro/RePEc/amfarchive/2012-1/2012-1-1-38-57.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2024. <https://www.inegi.org.mx/default.html>

- Janoschka, M., & Sequera, J. (2016). Gentrification in Latin America: Addressing the Politics and Geographies of Displacement. *Urban Geography*, 37(8), 1175–1194. <https://doi.org/10.1080/02723638.2015.1103995>
- Jansen-Verbeke, M. (1997). Urban Tourism Managing Resources and Visitors. In S. Wahab & J.J. Pigram (Eds.) *Tourism. Development and Growth* (pp. 237–256). Routledge.
- Jover, J., & Rongvaux, N.L. (2024). “Something Went Wrong”: Introduction to the Special Issue on Gentrification and Touristification in Latin America and the Iberian Peninsula. *Journal of Urban Affairs*, 46(6), 1103–1109. <https://doi.org/10.1080/07352166.2024.2352325>
- Kaczmarek, S., & Kaczmarek, J. (2022). Urban Sustainable Tourism – Reality or Utopia? *European Spatial Research and Policy*, 29(2), 17–39. <https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.02>
- Kowalczyk-Anioł, J. (2020). Touristification of the housing resources of historical inner cities. The case of Krakow. *Studia Miejskie*, 35, 9–25. <https://doi.org/10.25167/sm.1014>
- Landorf, C. (2009). Managing for Sustainable Tourism: A Review of Six Cultural World Heritage Sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1), 53–70. <https://doi.org/10.1080/09669580802159719>
- Landorf, C. (2011). Evaluating Social Sustainability in Historic Urban Environments. *International Journal of Heritage Studies*, 17(5), 463–477. <https://doi.org/10.1080/13527258.2011.563788>
- Lohr, S. (2019). *Sampling: Design and Analysis*. Crc Press.
- López, L., Pazos-Otón, M., & Piñeiro-Antelo, M. de los Á. (2019). ¿Existe overtourism en Santiago de Compostela? Contribuciones para un debate ya iniciado. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), Article 2825. <https://doi.org/10.21138/bage.2825>
- Martínez-Pino, J. (2018). The New Holistic Paradigm and the Sustainability of Historic Cities in Spain: An Approach Based on the World Heritage Cities. *Sustainability*, 10(7), Article 2301. <https://doi.org/10.3390/su10072301>
- Martínez-García, E., Raya-Vilchez, J.M., & Galí, N. (2018). Factors Affecting Time Spent Visiting Heritage City Areas. *Sustainability*, 10(6), Article 1824. <https://doi.org/10.3390/su10061824>
- Martínez-Pino, J. (2018). The New Holistic Paradigm and the Sustainability of Historic Cities in Spain: An Approach Based on the World Heritage Cities. *Sustainability*, 10(7), Article 2301. <https://doi.org/10.3390/su10072301>
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning the Futures of Cultural Tourism. *Futures*, 142, Article 103013. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013>
- Maxim, C. (2017). Challenges Faced by World Tourism Cities – London's Perspective. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1–20. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1347609>
- Meimand, S.E., Khalifah, Z., Zavadskas, E.K., Mardani, A., Najafipour, A.A., & Ahmad, U.N.U. (2017). Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural Perspective. *Sustainability*, 9(7), Article 1170. <https://doi.org/10.3390/su9071170>
- Méndez-Ravina, L.M., Aviña-Solares, M.G.A., & Solís-Martínez, H. (2020). Tourism in Mexico and the Use of Cultural Heritage as a Commodification's Product. In A. Kavoura, E. Kefallonitis & P. Theodoridis (Eds.), *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 265–271). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36126-6_29
- Milano, C., Koens, K., & Russo, A.P. (2024a). The politics of urban tourism (im)mobilities: Critical perspectives on inequalities and social justice. *Cities*, 152. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.105148>
- Milano, C., Novelli, M., & Russo, A.P. (2024b). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism. *Tourism Geographies*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388>
- Mody, M., Woosnam, K.M., Suess, C., & Dogru, T. (2023). Hapless Victims or Empowered Citizens? Understanding Residents' Attitudes towards Airbnb using Weber's Theory of Rationality and Foucauldian Concepts. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 284–306. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1834567>
- Moraru, A.D., Duhnea, C., Barbulescu, A., Jugaranu, M., & Jugaranu, I.D. (2021). Residents' Attitude Toward Tourism—Do the Benefits Outweigh the Downsides? The Case of Constanta, Romania. *Sustainability*, 13(2), Article 882. <https://doi.org/10.3390/su13020882>
- Nijkamp, P., & Kourtit, K. (2023). Culture and Tourism: A Sustainable Dilemma? In J. Vroomans, B. Kuipers, & R. van Duin (Eds.), *Keeping the Focus on Sustainability: A Challenge for Governance* (pp. 90–101). Erasmus University Rotterdam.
- Nost, E. (2013). The Power of Place: Tourism Development in Costa Rica. *Tourism Geographies*, 15(1), 88–106. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.699090>

- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, Trust, Social Exchange and Community Support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997–1023. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.11.017>
- Ouyang, Z., Gursoy, D., & Sharma, B. (2017). Role of Trust, Emotions and Event Attachment on Residents' Attitudes toward Tourism. *Tourism Management*, 63, 426–438. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.026>
- Pedersen, A. (2002). *Managing Tourism at World Heritage Sites: A Practical Manual for World Heritage Site Managers*. UNESCO World Heritage Centre.
- Perdue, R.R., Long, P.T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586–599. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-q)
- Pérez-Sánchez, M., Casanoves-Boix, J., & Ruiz-Lanuza, A. (2024). The Tourist's Perception of the Management of Guanajuato Cultural Heritage Destination. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(1), 295–309. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/558>
- Pine, B.J., & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.
- Pinheiro, A.J., & Paulino, F. (2022). Urban Tourism and World Heritage: Relations and Effects of the Classification. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(5), 1243–1154. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.084>
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and Overcoming Negative Impacts of Tourism in City Destinations: Conceptual Model and Strategic Framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144–156. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>
- Pulido-Fernández, J.I., & Ruiz-Lanuza, A. (2017). Propuesta para una agenda de investigación de los impactos del turismo en los destinos Patrimonio de la Humanidad. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (73), Article 2423. <https://doi.org/10.21138/bage.2423>
- Ribeiro, M.A., Pinto, P., Silva, J.A., & Woosnam, K.M. (2017). Residents' Attitudes and the Adoption of Pro-Tourism Behaviours: The Case of Developing Island Countries. *Tourism Management*, 61, 523–537. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.004>
- Richards, G. (2022). Urban tourism as a special type of cultural tourism. In J. van der Borg (Ed.), *A Research Agenda for Urban Tourism* (pp. 31–50). Edward Elgar.
- Ruiz-Lanuza, A., & Alvarado-Sizzo, I. (2018). Criterios básicos para la planificación turística sustentable de los sitios culturales patrimonio de la humanidad. *ACE: Architecture, City and Environment*, 37, 31–50. <https://doi.org/10.5821/ace.13.37.5144>
- Sánchez-Aguirre, D. P., & Martínez, D. (2024). Tourists' Perceptions of Cultural Experiences in Heritage Hotels in Queretaro City. *Tourism Cases*, 2024. <https://doi.org/10.1079/tourism.2024.0071>
- Sánchez-Fernández, M.D., Álvarez-Bassi, D., & Ramón-Cardona, J. (2019). Environmental and Economic Concerns in Residents' Attitudes in Punta del Este (Uruguay). *Sustainability*, 11(24), Article 7246. <https://doi.org/10.3390/su11247246>
- Santamarina, B., & Del Marmol, C. (2020). “Para algo que era nuestro . . . ahora es de toda la humanidad”: el Patrimonio Mundial como expresión de conflictos. *Chungara: Revista de Antropología Chilena*, 52(1), 161–173. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562020005000301>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Sharpley, R. (2014). Host Perceptions of Tourism: A Review of the Research. *Tourism Management*, 42, 37–49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' Opinions of Tourism Development in the Historic City of York, England. *Tourism Management*, 20(5), 595–603. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00030-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00030-8)
- Soccali, G., & Cinà, G. (2020). Heritage Policies in the Neoliberal Arena: Spaces of Exclusion and Gentrification in Urban World Heritage Sites. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 11(2–3), 282–306. <https://doi.org/10.1080/17567505.2020.1741152>
- Sommer, C., & Helbrecht, I. (2017). Seeing like a Tourist City: How Administrative Constructions of Conflictive Urban Tourism Shape Its Future. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 157–170. <https://doi.org/10.1108/jtf-07-2017-0037>
- Stevic, I., Rodrigues, V., Breda, Z., Veríssimo, M., Silva, A.M.F. da, & Costa, C.M.M. da. (2024). Residents' Perceptions of Negative Tourism Impacts and Mitigation Strategies: The case of Porto. *International Journal of Tourism Cities*, 10(4), 1488–1506. <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2022-0254>
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E.M. (2014). Residents' Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts. *Tourism Management*, 45, 260–274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>

- Su, M.M., Wall, G., & Xu, K. (2016). Heritage Tourism and Livelihood Sustainability of a Resettled Rural Community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 735–757. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1085868>
- Tarsi, E. (2008). Heritage Tourism and Displacement in Salvador da Bahia. In L. Porter & K. Shaw (Eds.), *Whose Urban Renaissance? An International Comparison of Urban Regeneration Strategies* (pp. 171–179). Routledge.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S.F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668–688. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(01)00074-3)
- Timothy, D.J. (2020). Heritage Consumption, New Tourism and The Experience Economy. In M. Gravari-Barbas (Ed.), *A Research Agenda for Heritage Tourism* (pp. 203–218). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789903522.00023>
- Trivi, N.A., Moscoso, F.V., & Morales-Blanco, N.M. (2023). Touristification and Urban Extractivism in Latin American Destinations: Heritage and Conflicts in Antigua Guatemala (Guatemala) and Cartagena de Indias (Colombia). *Journal of Urban Affairs*, 46(6), 1205–1225. <https://doi.org/10.1080/07352166.2023.2242535>
- Van der Borg, J., & Gravari-Barbas, M. (2022). Towards A Research Agenda for Urban Tourism. A synthesis. In J. van der Borg (Ed.), *A Research Agenda for Urban Tourism* (pp. 295–322). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789907407.00023>
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269–290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)
- Woo, E., Uysal, M., & Sirgy, M.J. (2019). What Is the Nature of the Relationship Between Tourism Development and the Quality of Life of Host Communities? In A.M. Campón-Cerro, J.M. Hernández-Mogollón & J.A. Folgado-Fernández (Eds.), *Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management: A Quality of Life Perspective* (pp. 43–62). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91692-7_3
- World Tourism Organization (UNWTO). (2018). 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
- Yanes-Torrado, S. (2018). Recuperar el barrio. Maniobras de transformación urbana en la Ciudad Vieja de Montevideo. In C. Milano & J.A. Mansilla (Eds.), *Ciudad de vacaciones: conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 439–471). Pol-len.
- Yescas-Sánchez, M. (2018). La turistificación en el Centro Histórico de Oaxaca. *Estudios Críticos del Desarrollo*, VIII, 75–111. <https://doi.org/10.35533/ecd.0814.mys>
- Zhu, Y. (2021). *Heritage Tourism: From Problems to Possibilities*. Cambridge University Press.

Recibido: 04/02/2025

Reenviado: 08/10/2025

Aceptado: 08/10/2025

Sometido a evaluación por pares anónimos

Gentrificación en zonas turísticas: ¿cómo avanza la revitalización del Centro Histórico de São Luís/Maranhão, Brasil?

Andressa Mayra Sousa Costa* David Leonardo Bouças da Silva**
Universidad Federal do Maranhão (Brasil)

Wilmara Aparecida Silva Figueiredo***
Universidad Federal do Pará (Brasil)

Argemiro Cesar do Vale Verde de Lima e Silva****
Davi Alysson da Cruz Andrade*****
Universidad Federal do Maranhão (Brasil)

Resumen: Este estudio tuvo como objetivo comprender los impactos del programa “Nosso Centro” desde la perspectiva de actores vinculados al Centro Histórico de São Luís (CHSLZ), Maranhão, Brasil, además de identificar si las iniciativas de revitalización han favorecido la gentrificación en este territorio. Este estudio cualitativo se basó en entrevistas en profundidad con personas que residen, trabajan y/o tienen conocimiento del proceso de revitalización del CHSLZ. Los resultados demuestran que los impactos positivos del Programa se reflejan en las inversiones público-privadas, el mayor interés del público y el aumento de la visibilidad para el CHSLZ. Sin embargo, también se identificaron efectos negativos, como: la imposibilidad de algunos trabajadores de continuar operando en la localidad; la revitalización centrada en el turismo; la especulación inmobiliaria; la ineficacia de las políticas sociales; la falta de reconocimiento del derecho de uso/ocupación de los edificios por parte de antiguos residentes, entre otros. Se concluye que la revitalización del CHSLZ presenta indicios de procesos similares a la gentrificación observada en otras realidades.

Palabras clave: Revitalización; Centro Histórico; Gentrificación; Turismo; São Luís/Maranhão.

Gentrification in Tourist Areas: How Is the Revitalisation of the Historical City Centre of São Luís, Maranhão, Brazil progressing?

Abstract: This study aims at facilitating comprehension of the impacts of the “Nosso Centro” program from the perspective of stakeholders associated with the Historical Centre of São Luís/Maranhão (CHSLZ), as well as to identify whether these revitalisation initiatives have contributed towards gentrification in the area. This qualitative work used in-depth interviews with individuals who reside and /or work in the area and/ or have knowledge of the CHSLZ revitalisation process. The results show that the positive impacts of the programme are reflected in public-private investments, increased public interest and greater visibility for the CHSLZ. However, the negative effects are diverse: the inability of some workers to continue operating in the area; revitalisation focused on tourism; real estate speculation; the inefficiency of social policies; the lack of recognition of the right of use/occupation of buildings by former residents, among others. It is concluded that there are signs here of situations similar to those observed in gentrification processes in other contexts.

Keywords: Revitalization; Historic Center; Gentrification; Tourism; São Luís/Maranhão.

* <https://orcid.org/0009-0009-4465-0068>; E-mail: andressa.mayra@discente.ufma.br

** <https://orcid.org/0000-0002-4562-5421>; E-mail: david.boucas@ufma.br

*** <https://orcid.org/0000-0003-4153-9371> E-mail: wilmara.figueiredo@gmail.com

**** <https://orcid.org/0000-0003-1333-992X>; E-mail: argemiro.vale@gmail.com

***** <https://orcid.org/0000-0002-1718-9116>; E-mail: davi.andrade@ufma.br

Cite: Costa, A.M.S.; Silva, D.L.B.; Figueiredo, W.A.S.; Silva, A.C.V.V.L.; Andrade, D.A.C. (2026). Gentrificación en zonas turísticas: ¿cómo avanza la revitalización del Centro Histórico de São Luís/Maranhão, Brasil? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 569-584. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.036>.

1. Introducción

La gentrificación ha sido, desde hace algún tiempo, un tema de investigación en diversas áreas (Yeom y Mikelbank, 2019) y en distintas regiones del mundo (Andrade y Góes, 2023; Ellis, 2014; Hidalgo y Janoschka, 2014), con especial atención a los cambios que este proceso genera en zonas urbanas centrales (Mourad, 2011). Estas áreas, convertidas en espacios de capital, se transforman en el foco de políticas públicas y en objetivos de inversión inmobiliaria, lo que provoca desigualdades sociales (Falcão y Farias, 2018).

Cabe destacar que la revitalización urbana no solo persigue fines estéticos, sino también la reestructuración socioeconómica y la integración de áreas degradadas (Silva, 2002). Sin embargo, uno de los efectos adversos de estos procesos ha sido la gentrificación (Mourad, 2011). Las transformaciones en infraestructura y economía derivadas de estas iniciativas pueden ocasionar la expulsión de poblaciones vulnerables debido al aumento del costo de vida, el encarecimiento de los alquileres y la elevación de los estándares de consumo (Ribeiro, 2018).

Como consecuencia de la gentrificación, se produce la salida de las clases populares de los centros urbanos (Smith, 2006), mientras que, de manera simultánea, ingresan residentes con mayor poder adquisitivo y nuevas inversiones (Yeom y Mikelbank, 2019). En este sentido, se configuran como temas correlatos a la gentrificación: revitalización urbana, desplazamientos, nuevas edificaciones, políticas urbanas, agentes gentrificadores, entre otros (Mendonza, 2016).

En este escenario, el presente estudio se centra en el Centro Histórico de São Luís (CHSLZ), en el estado de Maranhão, Brasil, reconocido como Patrimonio Cultural Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) desde 1997 (Silva, 2009). Desde hace más de dos décadas, investigaciones han señalado que los programas de revitalización implementados en el CHSLZ han priorizado intervenciones físicas, por encima de iniciativas de carácter social, en beneficio de trabajadores y residentes de la zona (Mendes, 2020a). Actualmente, se destaca el programa “Nosso Centro” desarrollado por el Gobierno del Estado de Maranhão, pero que, según Oliveira (2020), aún se requieren más estudios para comprender los verdaderos impactos de esta iniciativa.

A partir de este contexto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo han percibido las comunidades las iniciativas de revitalización del CHSLZ? Con base en ello, el presente estudio tiene como objetivo comprender los impactos del programa “Nosso Centro” desde la perspectiva de los actores sociales vinculados al CHSLZ. Adicionalmente, se pretende identificar en qué medida las iniciativas de revitalización en esta área han favorecido procesos de gentrificación.

Esta investigación se justifica en la recomendación de Ribeiro (2018) de profundizar el análisis de las políticas de revitalización de centros históricos. Además, contribuye al debate al ampliar el enfoque de estudios previos, los cuales han tendido a centrarse exclusivamente en los factores que desencadenan la gentrificación (Yeom y Mikelbank, 2019). Desde una perspectiva gerencial, este estudio también tiene la intención de proponer sugerencias para mitigar los impactos negativos de la gentrificación en comunidades afectadas, principalmente en aquellas ubicadas en áreas históricas.

Este trabajo se organiza en varias secciones. Además de esta Introducción, se presenta una revisión conceptual sobre la gentrificación y los hallazgos de investigaciones previas en contextos nacionales e internacionales. Las secciones 3 y 4 están destinadas, respectivamente, a describir los aspectos metodológicos y a exponer los resultados y la discusión del estudio, incluyendo sus implicaciones prácticas y teóricas. Finalmente, la última sección presenta las principales conclusiones, las contribuciones gerenciales, las limitaciones del estudio y una agenda para futuras investigaciones.

2. Gentrificación de Zonas Históricas y Turísticas

El término “gentrificación”, acuñado por Glass en 1964 (Andrade y Góes, 2023), describe las transformaciones de un territorio con el objetivo de aumentar su valor, lo que implica la expulsión de la población que originalmente habitaba esta área y la llegada de grupos de mayores ingresos, garantizando así una mayor rentabilidad para los inversionistas inmobiliarios (Ribeiro, 2018). En otras palabras, la gentrificación genera cambios profundos en la dinámica de un barrio y/o región (Mourad, 2011), especialmente en su infraestructura, en los hábitos introducidos por nuevos empresarios que buscan atraer visitantes y en el perfil socioeconómico de los nuevos residentes, generalmente de alto poder adquisitivo (Yeom y Mikelbank, 2019).

Como resultado, los residentes de bajos ingresos son desplazados debido a la presión inmobiliaria y al encarecimiento del costo de vida, ya que carecen de los recursos financieros necesarios para permanecer en la localidad (Santos, 2014). Además, se observa una transformación en los hábitos locales impulsada por los recién llegados, lo que puede hacer que los antiguos residentes se sientan excluidos o inadecuados frente a nuevas normas de convivencia, mayor presencia policial, entre otros factores. En este sentido, se entiende que la llegada de grupos con mayores ingresos y nuevas demandas de consumo promueve procesos gentrificadores con mayor claridad que las dinámicas propias del mercado inmobiliario (López, 2018).

Smith (2006) planteó que la gentrificación ocurre en fases secuenciales. La primera etapa es impulsada por artistas y jóvenes profesionales atraídos por los bajos precios de alquiler, quienes buscan un estilo de vida más alternativo e invierten en la restauración de viviendas por cuenta propia. En la segunda fase, la gentrificación se consolida con la llegada de grandes inversionistas inmobiliarios, lo que incrementa el valor de los inmuebles y eleva los precios locales. En la tercera fase, se implementan políticas de regeneración urbana que fomentan el asentamiento de personas más acomodadas.

Es importante señalar que la gentrificación no debe confundirse con la renovación o revitalización de áreas degradadas (Ribeiro, 2018), ya que estas últimas suelen utilizarse como un eufemismo para justificar procesos de regeneración urbana (Smith, 2007). En este sentido, Smith (2006, p.32) advirtió que:

Aunque hace treinta años no era más que un proceso marginal, iniciado por algunos actores privados, la gentrificación se ha convertido hoy en la forma dominante del urbanismo contemporáneo [...] articulando asociaciones financieras público/privadas. También comienza a ganar adeptos en otros contextos urbanos, incluso en las ciudades de los países emergentes. Los programas urbanos de gentrificación ahora se expanden a escala mundial y están ampliamente vinculados a las economías nacionales y globales. Tienen también, generalmente, la particularidad de ocultarse bajo el lenguaje eufemístico de la “regeneración” urbana.

Cabe resaltar que la gentrificación representa una disputa entre diversos actores por la ocupación del territorio: quienes llegan en busca de mejores condiciones de vida en un entorno revitalizado, aquellos que lucran proporcionando dichas condiciones (vivienda, servicios, etc.) y los antiguos residentes, muchos de ellos de bajos ingresos. Generalmente, los dos primeros grupos prevalecen, mientras que los más pobres son desplazados, como si estas partes no pudieran coexistir en un mismo espacio, debido a sus realidades socioeconómicas tan distintas (Yeom y Mikelbank, 2019).

En este contexto, Mendonza (2016) identificó a los principales agentes gentrificadores: el poder público, la iniciativa privada y los nuevos propietarios. Esto demuestra que la gentrificación puede ser impulsada tanto por empresarios (Yeom y Mikelbank, 2019) como por el propio Estado, como ocurrió en el proceso de reurbanización surcoreano (Ha, 2015). Complementariamente, Cocola-Gant y Lopez-Gay (2020) señalaron que, en regiones turísticas, incluso los inmigrantes interesados en el estilo de vida local pueden convertirse en agentes gentrificadores, como ha sucedido en Barcelona (España). En este mismo destino, López (2018) identificó que, en Poblenou, un antiguo barrio obrero, las dinámicas de desplazamiento socioespacial no se deben exclusivamente al turismo, sino a una serie de proyectos de transformación urbanística desarrollados en la zona durante décadas.

Se reconoce que la gentrificación no es un fenómeno exclusivo de las grandes metrópolis de países desarrollados, sino que también ocurre en economías menos imponentes, donde el poder público suele promover iniciativas de revitalización que terminan generando procesos gentrificadores (Oliveira y Marquesan, 2019). En esta línea, Andrade y Góes (2023) expusieron que la gentrificación en el Sur global tiene un carácter higienista y presenta una particularidad: enormes desigualdades socioespaciales y altos niveles de informalidad, lo que conlleva la estigmatización de los sectores más vulnerables. Así, las presiones para sustituir a la población en áreas valorizadas por el capital provienen del propio Estado, cuyas políticas urbanas legitiman los desalojos y criminalizan las prácticas socioculturales, restringiendo el acceso de los más pobres a los espacios urbanos. Ribeiro (2018) añadió que la gentrificación no solo transforma la infraestructura y el perfil de los habitantes, sino que también selecciona a los visitantes, configurando lo que denomina “gentrificación de los espacios públicos”, impulsada por alianzas público-privadas.

En relación con el sector turístico, Gotham (2005) introdujo el concepto de “gentrificación turística”, que implica la transformación de un territorio de clase media en un enclave exclusivo y relativamente adinerado, caracterizado por la proliferación de actividades recreativas y sitios turísticos. Sin embargo, se sostiene que la gentrificación turística también puede ocurrir en áreas populares y no centrales (Dürr y Jaffe, 2012), a partir de su valorización e incorporación al mercado inmobiliario del turismo.

La condición para ello es la existencia de un potencial para el desarrollo de actividades turísticas, como ocurre en zonas naturales y costeras (Andrade y Góes, 2023; Cocola-Gant, 2018), así como en áreas con alto valor histórico que se convierten en objetivos de revitalización (Santos, 2014), muchas de las cuales cuentan con la intervención de agentes transnacionales, como la UNESCO (Ribeiro, 2018). De esta manera, el turismo abre posibilidades para la inversión inmobiliaria, introduce nuevos estilos de vida y, al mismo tiempo, pone en riesgo la permanencia de las comunidades locales, por lo que se considera un motor de la gentrificación (Cocola-Gant, 2018).

Respecto a los efectos de la gentrificación, se destacan inicialmente los impactos negativos: la expulsión de residentes de bajos ingresos debido al aumento del costo de vida local; la pérdida de identidad cultural; la especulación inmobiliaria y el consecuente incremento en los precios de la vivienda y el alquiler, lo que profundiza las desigualdades sociales. Estos cambios también presionan a los antiguos comerciantes a cerrar sus negocios, provocando la desaparición del comercio local (Campos, 2013; Oliveira y Marquesan, 2019). Por otro lado, entre los efectos positivos de la gentrificación se encuentran: la rehabilitación y el embellecimiento de áreas degradadas, especialmente inmuebles y espacios públicos; la mejora de la infraestructura urbana, que contribuye a una mayor calidad de vida; el aumento de la seguridad pública; y el fortalecimiento de la economía local, con la aparición de nuevos negocios en sectores como Alimentos y Bebidas (A&B), hospedaje, entre otros (Campos, 2013).

Desde esta perspectiva, la atracción de inversiones y turistas beneficia a diversos actores, como promotores inmobiliarios y grandes empresas, pero a costa de la expulsión de residentes y negocios menos cualificados, que quedan atrapados en un proceso de exclusión y marginalización socioespacial (Mendes et al., 2018). Así, la gentrificación favorece a grupos con mayor poder adquisitivo mientras debilita a los más desfavorecidos, dificultando su permanencia en el espacio revitalizado (Andrade y Góes, 2023). En efecto, el problema central de la gentrificación es el desplazamiento de la población de bajos ingresos (Yeom y Mikelbank, 2019).

A continuación, se presentan los resultados de investigaciones empíricas sobre la gentrificación. A nivel internacional, Ellis (2014) analizó el caso del *Meatpacking District* en Manhattan, Nueva York, donde la declaración del barrio como “sitio histórico” por parte de las autoridades estadounidenses atrajo restaurantes, bares y boutiques exclusivas. Esto generó un aumento en los costos de vida y los alquileres, lo que provocó la gentrificación y el desplazamiento de los residentes originales. Por su parte, Weissheimer (2022) estudió la gentrificación en el barrio de Marais, en París, y concluyó que la planificación urbana no puede descuidar la singularidad de las ciudades, sus transformaciones y los cambios en el comportamiento de la sociedad.

Santos (2020) constató la presencia de gentrificación turística en Quebra Costas, una de las calles más populares del centro histórico de Coímbra (Portugal). Según los antiguos residentes, las intervenciones locales priorizan el bienestar y la satisfacción de los turistas, lo que debilita las características originales del lugar y el sentido de pertenencia de quienes vivían allí. En Lisboa, la reconfiguración de barrios populares e históricos en espacios de consumo turístico, impulsada por actividades como el ocio y la oferta de hospedaje de corta duración, ha provocado la sustitución gradual de la función residencial tradicional (ocupación permanente y alquiler a largo plazo), el desplazamiento de residentes y la segregación socioespacial, reproduciendo así la gentrificación turística (Mendes, 2020b).

En Barcelona, la llegada de inmigrantes motivados por el estilo de vida de este destino mundialmente famoso ha ejercido presión económica sobre el mercado de la vivienda, desplazando a los antiguos residentes. Como resultado, estos últimos se ven obligados a vivir en zonas turísticas e interactuar con poblaciones móviles, como otros extranjeros y turistas, quienes suelen estar mejor posicionados en la estructura socioeconómica. Esto contribuye a que los locales se sientan cada vez más excluidos de su propio entorno (Cocola-Gant; Lopez-Gay, 2020). En Cartagena de Indias (Colombia), Andrade y Góes (2023) identificaron que el desplazamiento de la población tradicionalmente residente (como los pescadores) ocurre debido al desarrollo de proyectos turísticos en áreas costeras. Su estudio concluyó que la gentrificación, en este caso, tiene un marcado carácter étnico/racial, vinculado a procesos de “higienización” urbana.

En el contexto brasileño, diversas investigaciones han aportado elementos clave para comprender el fenómeno. Nobre (2003) analizó las intervenciones urbanas en el Pelourinho, en Salvador (BA), y concluyó que, bajo la dirección del Estado, se realizó una gran inversión pública en la región en beneficio de empresarios y turistas, sin priorizar iniciativas de fortalecimiento y/o inclusión de las poblaciones locales. Como consecuencia, muchos residentes tuvieron que abandonar sus hogares y migrar a zonas periféricas, lo que inició una posible gentrificación del territorio. Santos (2014) examinó la revitalización del centro histórico de Santos (SP) y señaló que este proceso condujo a la elitización y gentrificación del

área, ya que las políticas públicas de vivienda e inclusión social para los residentes de bajos ingresos fueron insuficientes.

Nascimento (2019) investigó la reestructuración espacial de la Zona Portuaria de Rio de Janeiro (RJ) y evidenció que este proceso provocó desplazamientos habitacionales y un aumento desproporcionado en los precios del suelo. Su análisis concluyó que el proyecto “Porto Maravilha” fue diseñado exclusivamente para la clase media y, aunque se justificó en términos de generación de empleo y valorización inmobiliaria, sus efectos favorecieron principalmente el turismo y los intereses mediáticos. Más recientemente, Trombetta (2020) examinó los cambios en Ouro Preto (MG), impulsados por la patrimonialización y el marketing urbano asociado a la imagen de la ciudad. Su estudio evidenció que la gentrificación, en curso desde hace décadas, ha debilitado la relación entre los residentes y los actores gentrificadores, entre ellos empresarios y el propio Estado.

El análisis de estos casos revela que la exclusión es un fenómeno estrechamente vinculado a la cultura, cuando en realidad esta debería ser un motor de inclusión social, como señaló Ellis (2014). Ante la evidencia de acciones gentrificadoras derivadas de la revitalización de zonas históricas y/o de interés turístico, tanto en el ámbito nacional como internacional, este estudio se propone a comprender, de manera preliminar, la realidad del CHSLZ y los posibles impactos de las iniciativas de revitalización en curso en este territorio.

3. Metodología

Antes de detallar los procedimientos metodológicos, es importante aclarar que el CHSLZ es un extenso territorio con diversas demarcaciones bajo la jurisdicción del gobierno federal, así como de los gobiernos estatal y municipal, en lo que respecta a la gestión de políticas de intervención en el patrimonio edificado (Figura 1).

Figura 1: Mapa del CHSLZ con indicación de las jurisdicciones federal y estatal



Fuente: Prado (2024).

Bajo la tutela del Instituto del Patrimonio Histórico y Artístico Nacional (IPHAN) de Brasil, organismo responsable de la gestión y fiscalización de iniciativas de revitalización, se encuentra la zona protegida por el gobierno federal desde 1974. Esta área se superpone con la reconocida como Patrimonio Cultural Mundial desde 1997, la cual abarca un conjunto arquitectónico de 1.357 inmuebles. La zona de protección estatal, por su parte, comprende 4.620 inmuebles. Sin embargo, el conjunto general del CHSLZ, que trasciende estas delimitaciones, abarca aproximadamente 220 hectáreas, distribuidas entre los barrios de Praia Grande, Desterro, Ribeirão, Santo Antônio, Apicum, Remédios y Centro, extendiéndose hasta el Canto da Fabril (Prado, 2024).

Este estudio es de naturaleza cualitativa, exploratoria, transversal y descriptiva, con la participación de distintos actores sociales que interactúan con el CHSLZ, centrándose en un segmento específico del área reconocida como Patrimonio Cultural Mundial (Silva, 2009). La elección de esta sección responde a su alta concentración de zonas de interés turístico y a los impactos generados por las recientes acciones del programa “Nosso Centro”, particularmente en la Calle Portugal y sus alrededores. Asimismo, la investigación examina las intervenciones del programa “Nosso Centro” en ciertos inmuebles, propiedad del gobierno del estado de Maranhão, ubicados en el área de Patrimonio Mundial. La selección de estos edificios responde a su relevancia socioeconómica en la región, ya que forman parte de una estrategia de concesión a la iniciativa privada.

Para la recolección de datos, se empleó un guion semiestructurado basado en la literatura especializada, el cual sirvió de guía en la realización de entrevistas en profundidad. Esta técnica combina preguntas previamente definidas con la flexibilidad necesaria para profundizar en aspectos emergentes a partir de las respuestas de los participantes, lo que permite una comprensión más detallada del fenómeno estudiado. Como resultado, se identificaron dos categorías principales de análisis (Tabla 1).

Tabla 1: Categorías y cuestionamientos de la investigación

Categorías	Cuestionamientos	Referencias
Impactos de las iniciativas de revitalización	1. ¿Cuáles son las principales acciones desarrolladas actualmente por el Programa “Nosso Centro”?	López (2018)
	2. ¿Cuáles son los impactos positivos y negativos del Programa en los diferentes grupos sociales involucrados en el CHSLZ?	Oliveira y Marquesan (2019)
	3. ¿El Programa está considerando las diferentes necesidades existentes en el territorio?	Ribeiro (2018)
Mejoras para la revitalización del CHSLZ	4. ¿Cuáles son los principales desafíos para el desarrollo del Programa?	Santos (2014)
	5. ¿Cuáles son las posibles mejoras para el Programa?	

Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura específica.

Las entrevistas en profundidad se llevaron a cabo entre junio y octubre de 2023 con seis individuos que mantenían una relación directa con el CHSLZ, ya sea por residencia, trabajo y/o conocimiento del proceso de revitalización (Tabla 2). Para la selección de los respondientes, se empleó la técnica de bola de nieve. La dificultad para acceder a una muestra mayor se debió a la sensibilidad del tema y a la dinámica propia del proceso de gentrificación en el CHSLZ, lo que hizo que algunos actores se mostraran reacios a participar. En varios casos, los posibles entrevistados expresaron temor e inseguridad al hablar sobre el tema debido a experiencias previas de presión o represalias relacionadas con su permanencia en el territorio. Por esta razón, los testimonios presentados no incluyen la identificación de los investigados.

Tabla 2: Caracterización de la muestra

Entrevistado	Edad (años)	Género	Escolaridad	Ocupación/cargo	Relación con CHSLZ
A	51	M	Educación secundaria	Director cultural	Reside y trabaja
B	51	M	Educación superior	Artista Plástico Profesional autónomo	Trabaja
C	68	M	Educación secundaria	Artista	Trabaja
D	29	F	Educación superior	Administradora Profesional autónoma	Trabaja
E	29	F	Educación superior	Arquitecta (sector privado)	Trabaja
F	62	M	Educación superior	Artista y educador (sector público)	Reside y trabaja

Fuente: Elaboración propia a partir de la literatura específica.

Aunque el número de entrevistas realizadas no permite afirmar que se haya alcanzado la saturación teórica, la profundidad de las respuestas y la convergencia de los relatos en torno a los principales ejes de análisis aportaron información sustancial para comprender el fenómeno estudiado. Asimismo, las entrevistas en profundidad facilitaron una exploración detallada de los temas de interés, permitiendo identificar patrones y perspectivas clave sobre el impacto del programa en el CHSLZ, incluso con un número reducido de participantes (Duarte, 2005).

Las entrevistas fueron grabadas con la autorización de los respondientes. Cinco de ellas se realizaron de forma presencial, de acuerdo con las preferencias de los participantes, mientras que una se llevó a cabo en línea, a través de *Google Meet*. Posteriormente, los audios de las grabaciones fueron transcritos para aplicar el análisis de contenido (Hsieh y Shannon, 2005), siguiendo un enfoque dirigido en el que las categorías de análisis fueron definidas previamente con base en la literatura y ajustadas a partir de la información emergente en las entrevistas. Este procedimiento garantizó una interpretación sistemática y estructurada de los datos recopilados. El *corpus textual* resultante de la transcripción alcanzó un total de 21.791 palabras, con un promedio de 35 minutos por entrevista.

Las principales iniciativas de revitalización del CHSLZ se remontan a la década de 1980, con la implementación del “Proyecto Reviver”. Sin embargo, a lo largo de las décadas siguientes, estas acciones fueron insuficientes para asegurar la preservación del vasto conjunto de viviendas históricas que le valieron al CHSLZ el reconocimiento de la UNESCO como Patrimonio Cultural Mundial (Silva, 2009). Más recientemente, a finales de 2019, se lanzó el programa “Nosso Centro” (Nuestro Centro), que engloba subproyectos enfocados en la ocupación social y el desarrollo económico del área del CHSLZ (Oliveira, 2020).

En particular, el programa “Nosso Centro” busca reducir los espacios urbanos ociosos mediante obras de infraestructura tanto públicas como privadas, promoviendo el comercio, la vivienda, las actividades culturales y la captación de inversiones para la recuperación del patrimonio histórico edificado, a través de asociaciones con la iniciativa privada. Entre los proyectos asociados al “Nosso Centro” destacan:

- 1) “Adote um Casarão” (Adopta una Vivienda), que fomenta la concesión de inmuebles del Gobierno de Maranhão ubicados en el CHSLZ, a personas físicas y jurídicas, con el objetivo de restaurarlos y darles un nuevo uso;
- 2) “Habitar no Centro” (Habitar en el Centro), cuyo propósito es promover el uso habitacional de los inmuebles en las zonas históricas, incentivar la permanencia de los residentes en el Centro y atraer nuevos habitantes, así como actividades comerciales;
- 3) “Cheque Minha Casa” (Cheque Mi Casa), destinado a familias de bajos ingresos, con el objetivo de brindarles apoyo financiero para la reforma, ampliación o mejora de sus viviendas (SECIDMA, 2019).

4. Resultados y Discusiones

Las percepciones iniciales presentadas por los entrevistados sobre los programas de revitalización se centran en sus impactos (Tabla 3). En primer lugar, los testimonios destacan, de manera positiva, las *inversiones público-privadas* dirigidas a reducir los espacios desocupados mediante obras de infraestructura, tal como se pretende en el programa “Nosso Centro” (SECIDMA, 2019). Como consecuencia, los investigados han observado un *mayor interés del público y una mayor visibilidad para el CHSLZ*. Según Campos (2013), estos incentivos para la recuperación de zonas históricas de alto interés económico y turístico tienden a mejorar áreas degradadas y fomentar actividades de ocio.

Tabla 3: Impactos de las iniciativas de revitalización para el CHSLZ

Categorías	Subcategorías	Testimonios
Positivos	Inversiones público-privadas	Cuando los empresarios ingresan al Centro Histórico para invertir, ¿qué pasa? Ellos traerán más gente.
	Mayor interés por parte del público local y de los visitantes	Se nota un aumento en el movimiento y el flujo de personas. Cuantas más atracciones haya aquí, más gente vendrá y, en consecuencia, habrá más oportunidades de venta [...] El Centro Histórico se está promocionando con mayor intensidad [...] Gracias a las iniciativas de “Nosso Centro”, cada vez más personas de São Luís e incluso de otras partes de Maranhão tienen interés en visitarlo [...] Ha mejorado considerablemente el flujo turístico y las visitas, incluso desde el interior del estado y de estados vecinos. La presencia de estas personas en el Centro Histórico es positiva. Sin embargo, hay mucho por mejorar.
	Mayor visibilidad para el CHSLZ	El impacto es positivo porque estamos en un centro que todo el mundo quiere ver [...] Para quienes llegan por primera vez, es una maravilla, fascinante [...] las galerías aquí tienen más visibilidad [...] he tenido talleres en otros lugares y noto que, en el Centro Histórico, la gente me encuentra más fácilmente.
Negativos	La imposibilidad de algunos trabajadores de continuar operando en el CHSLZ	Creo que hay residentes y trabajadores del Centro Histórico que sienten este impacto [...] Algunos trabajos dependen mucho de estar, vivir aquí.
		La “blitz” urbana a veces es complicada [...] Tenemos que sacar permisos y eso ya es un costo extra para nosotros. Sé que existe el programa “Más Renda” [...] pero no todos los trabajadores informales pueden acceder a él.
		Podríamos hablar de gentrificación en la plaza, frente a la “Casa de Maranhão” [...] Antes había bares sencillos, una tienda de segunda mano, lugares más modestos, pero poco a poco los reemplazaron con restaurantes elegantes [...] El último bar que quedaba allí [...] también fue presionado para cerrar.
	La revitalización de los edificios enfocada en segmentos específicos del turismo y centros administrativos	Veo que muchas de estas iniciativas van dirigidas a un nicho específico y sector empresarial concreto [...] no hay espacio para otras actividades [...] Abrir un restaurante en el Centro Histórico trae público [...] Sin embargo, no debería limitarse a eso. Podría haber, junto con el restaurante, una galería, un espacio para presentaciones, un horario para manifestaciones culturales [...] Algunas actividades están perdiendo esa continuidad.
		El mayor desafío del Centro Histórico [...] es que haya gente viviendo aquí porque las políticas gubernamentales, en su mayoría, están más enfocadas en emprendimientos, incluso en la revitalización de edificios históricos, pero para usarlos como edificaciones administrativas. Los edificios quedan hermosos y entre semana hay movimiento, pero los fines de semana se vuelven desiertos, lo que crea un vacío de vida dentro del Centro Histórico [...] No hay una política humanista que busque dar refugio a quienes viven en la calle [...] Me preocupa mucho esa idea de higienización.
	La especulación inmobiliaria	He notado que cada vez hay más letreros de “se vende” y “se alquila” [...] a medida que avanzan estas políticas, las propiedades se reforman, se ven más bonitas. Entonces, eso llama la atención, se calienta el mercado, los precios suben de los inmuebles. El alquiler de mi casa [...] se volvió carísimo. Es una casa pequeña, pero el precio es alto solo por estarnos ubicados en el Centro.
	La falta de apoyo a los hacedores de cultura en el CHSLZ	Me gustaría que el gobierno impulsara una política cultural para el Centro Histórico [...] los artistas siguen activos, pero falta algo que los reúna y los muestre al público [...] Se han desmantelado organismos culturales [...] La gestión pública no respeta la cultura. Solo tenemos pocos eventos como política pública: Navidad, San Juan y Carnaval. Es como si eso fuera la política cultural, y ya [...] no hay convocatorias para investigación, producción, circulación de arte [...] Antes había eventos muy significativos como Guarnicé [...] los festivales de poesía, de música [...] pero fueron desapareciendo [...] Estamos pasando por un momento muy difícil en lo artístico.
	La ineficacia de las políticas sociales	El programa de vivienda es demasiado lento [...] hay muchos edificios que podrían rehabilitarse en el Centro Histórico [...] Se habla mucho del tema, pero en la práctica no hay políticas reales.
	El abandono de los espacios culturales	Muchas galerías han cerrado. No ha habido inversión para mejorarlas [...] el Centro de Arte de Japiça, que formaba artesanos, también cerró [...] el Odylo Costa Filho, que era un centro de creatividad vibrante [...] de responsabilidad pública [...] con teatro, sala de danza, cine, talleres [...] está en ruinas.
La falta de reconocimiento del derecho de uso/ocupación de las edificaciones por antiguos residentes	Este espacio que ocupamos durante casi dos décadas [...] de repente dijeron que estaba completamente desocupado, pero no lo estaba [...] dijeron que habíamos invadido el edificio [...] ya me notificaron, y en cualquier momento la policía puede venir con un oficial de justicia a desalojarnos [...] Quienes ocupamos estos espacios estamos en tensión porque las casas están siendo recuperadas.	
La ausencia de diálogo del poder público con la comunidad local	Ni el Gobierno del estado ni el municipal [...] nos llaman para dialogar. Como siempre, el Estado solo impone [...] y no hay conversación [...] no nos convocan a discutir [...] las políticas, ni en la fase de implementación ni en ninguna otra.	

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de la investigación.

Inicialmente, como efecto negativo, los testimonios recogidos evidencian un patrón de exclusión en la zona histórica, manifestado en la *imposibilidad de algunos trabajadores de continuar operando en el CHSLZ*, especialmente pequeños comerciantes y vendedores ambulantes. La falta de medidas inclusivas, como el apoyo financiero gubernamental, ha generado la marginación de estos trabajadores, favoreciendo a los grandes empresarios y limitando el acceso de sectores más vulnerables a los beneficios de la revitalización.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Mendes et al. (2018), quienes identificaron que los procesos de renovación urbana suelen beneficiar a grupos económicamente más fuertes, en detrimento de los trabajadores de bajos ingresos. Asimismo, Andrade y Góes (2023) destacaron que la gentrificación en América Latina reproduce desigualdades socioespaciales y refuerza la informalidad, afectando principalmente a las poblaciones más empobrecidas. En este sentido, la revitalización de los espacios tiende a responder a intereses empresariales y turísticos, restringiendo el uso y la permanencia de los antiguos residentes en estas áreas.

Los entrevistados también mencionaron, de manera crítica, que la *revitalización de los edificios es enfocada en segmentos específicos del turismo y centros administrativos*. En otras palabras, las iniciativas de revitalización en el CHSLZ tienden a concentrarse en el sector de A&B, sin considerar la diversidad de actividades que podrían enriquecer la vida urbana. Además, destacaron que la recuperación de los edificios históricos se ha orientado más hacia la instalación de centros administrativos que al fomento del uso habitacional del área. En este contexto, la *especulación inmobiliaria* emerge como un efecto colateral de estas transformaciones. Uno de los entrevistados señaló que, con las políticas de revitalización y las mejoras en la infraestructura urbana, se ha observado un incremento en la cantidad de inmuebles en venta o alquiler, así como un alza considerable en los precios. Esto genera un proceso de valorización que, si bien puede atraer inversiones, también dificulta la permanencia de los residentes más vulnerables, reforzando dinámicas de exclusión socioespacial.

Los resultados de las entrevistas coinciden con lo señalado por diversos estudios sobre los efectos de la gentrificación en espacios históricos. De esa manera, Gotham (2005) advirtió sobre la transformación de estos lugares en entornos exclusivamente turísticos, lo que puede limitar su diversidad funcional. Santos (2014) también resaltó que la sustitución de emprendimientos de mayor envergadura por negocios más simples puede alterar las dinámicas culturales características de una localidad, reflejando un proceso de gentrificación. Por otro lado, Oliveira y Marquesan (2019) explicaron que la especulación inmobiliaria influye en el aumento de los precios, dificultando la permanencia de personas de menores ingresos en la zona. Además, la gentrificación suele contar con la participación activa del Estado (Ribeiro, 2018), lo que se evidencia en las regulaciones del IPHAN. Dichas normativas, al exigir altos costos de restauración, restringen el acceso a la vivienda para ciudadanos de clase media y asalariados. Estas dinámicas complejas subrayan la necesidad de un enfoque más equitativo en las acciones de revitalización, considerando sus impactos socioculturales en la comunidad local y promoviendo la ocupación diversificada del espacio para evitar su desertificación en ciertos períodos.

Otro aspecto señalado por los respondientes fue la percepción de un proceso de “higienización” en el CHSLZ. Según uno de ellos, las políticas de revitalización no están dirigidas a las personas más necesitadas ni incluyen estrategias que favorezcan su permanencia y desarrollo socioeconómico a través de acciones de capacitación e inserción productiva. Esta exclusión de ciertos grupos sociales en los procesos de revitalización no es un fenómeno aislado, sino que ha sido documentado en otros contextos urbanos. En este sentido, Andrade y Góes (2023) destacaron que el desplazamiento de poblaciones en zonas turísticas, vinculado a factores étnico y raciales, ha sido observado en otro importante destino sudamericano con características similares a São Luís. Cartagena de Indias, una ciudad histórica y costera declarada patrimonio cultural mundial, experimentó un proceso de revitalización que implicó la concesión de edificios históricos a la iniciativa privada. El “Plan de Desarrollo del Clúster de Turismo de São Luís” recomienda explícitamente que la ciudad tome como referencia este modelo colombiano de revitalización con enfoque en el turismo (SPI, 2012). No obstante, la literatura ya ha detectado un intenso proceso de gentrificación en Cartagena (Andrade y Góes, 2023; Piñeros, 2017), lo que constituye una advertencia para el CHSLZ.

Otro efecto negativo observado es *la falta de apoyo a los hacedores de cultura*. Algunos entrevistados expresaron sus dificultades para acceder al respaldo gubernamental a través de convocatorias y otros mecanismos de financiamiento, para su producción artístico-cultural. Además, percibieron una priorización de festividades más alineadas con el turismo, como San Juan y Carnaval, en detrimento de otras manifestaciones culturales locales. Esta falta de incentivo no solo debilita el desarrollo artístico, sino que también resulta en la exclusión de estos agentes creativos de las dinámicas económicas y sociales

de la ciudad. Asimismo, las acciones de revitalización implementadas han generado barreras para la permanencia de los trabajadores culturales, quienes enfrentan un proceso de desplazamiento ante la transformación del espacio urbano y la llegada de nuevos públicos con mayor capacidad de consumo, considerados más rentables para los inversores.

Este fenómeno se inscribe en un proceso más amplio de mercantilización de la cultura, ampliamente discutido en la literatura. Rosa (2016) criticó que la conversión de expresiones culturales en productos comerciales desvirtúa su autenticidad y las somete a las lógicas del mercado turístico. En esta misma línea, Cocola-Gant (2018) dijo que el turismo puede actuar como un factor de presión sobre las comunidades locales, dificultando su permanencia y propiciando dinámicas de gentrificación en destinos. La falta de apoyo financiero agrava esta situación, ya que limita la sostenibilidad de las expresiones culturales y restringe las oportunidades de los artistas y productores locales (Campos, 2013; Oliveira y Marquesan, 2019), perjudicando el desarrollo artístico y cultural local (Falcão y Farias, 2018; Ribeiro, 2018; Yeom y Mikelbank, 2019). Además, estudios previos han evidenciado que los procesos de revitalización urbana suelen generar la expulsión de públicos menos favorecidos, incluidos los hacedores de cultura, debido al encarecimiento del costo de vida y la reconfiguración del entorno para atraer a consumidores de mayor poder adquisitivo (Falcão y Farias, 2018; Ribeiro, 2018; Yeom y Mikelbank, 2019).

La *ineficacia de las políticas sociales* también fue destacada como un problema en las opiniones recogidas, especialmente en lo referente a la vivienda en el CHSLZ. La falta de avances concretos en este ámbito fue puesta en evidencia por uno de los entrevistados, quien subrayó la lentitud del programa de vivienda y la ausencia de acciones efectivas para la recuperación de edificaciones en el CHSLZ. Estos hallazgos refuerzan las conclusiones de Carvalho y Simões (2012), quienes ya advertían que la problemática habitacional en la localidad no había sido resuelta, con una gran cantidad de personas sin hogar en situaciones de riesgo. Las deficiencias en las políticas públicas y la demora en la implementación de los programas de vivienda evidencian un problema estructural que trasciende el discurso gubernamental. Este escenario coincide con lo señalado en estudios previos (Nobre, 2003; Santos, 2014), que han documentado la ineficacia de las acciones gubernamentales en materia de vivienda e inclusión de poblaciones vulnerables en contextos similares. La persistencia de este problema subraya la necesidad urgente de revisar y ajustar las estrategias adoptadas, garantizando no solo una planificación adecuada, sino también su efectiva aplicación en beneficio de la población en situación de vulnerabilidad. Los actores vinculados al CHSLZ expresaron, con desánimo, su crítica al *abandono de los espacios culturales* en la zona histórica, como el “Centro de Creatividad Odylo Costa Filho”, uno de los puntos culturales más importantes de São Luís, que recientemente ha sido objeto de vandalismo (G1 Maranhão, 2024). Cabe recordar que el “Centro de Cultura Popular Domingos Vieira Filho” enfrenta una problemática similar, con su edificio de exposiciones cerrado. Como se ha señalado en estudios previos (Silva, 2009), diversas áreas del CHSLZ han permanecido abandonadas durante décadas, sufriendo el deterioro de edificaciones de gran valor histórico, a pesar de los múltiples intentos de revitalización emprendidos desde la década de 1970.

Según los testimonios, la priorización del turismo ha relegado a un segundo plano los espacios culturales y sus creadores, como si no fueran parte esencial de la identidad y el atractivo local. Esta omisión resalta la necesidad urgente de una gestión urbana más integradora, que no solo impulse el turismo, sino que también garantice la continuidad y el fortalecimiento de la cultura local como pilar del desarrollo económico. Además, se advirtió sobre la preocupante pérdida de identidad histórico-cultural del CHSLZ, un aspecto que no debería sacrificarse en favor de los intereses de ciertos actores del sector turístico. Considerando lo anterior, Campos (2013) sostiene que la desconfiguración de los elementos identitarios del territorio como consecuencia del turismo puede ser interpretada como un efecto gentrificador en este espacio patrimonial.

Finalmente, se identificaron dos impactos adicionales: *la falta de reconocimiento del derecho de uso/ ocupación de las edificaciones por parte de los antiguos residentes* y *la ausencia de diálogo del gobierno con la comunidad local*. En el primer caso, algunos residentes que han ocupado edificaciones durante décadas han visto sus derechos ignorados, siendo considerados invasores por el poder público. La incertidumbre sobre su permanencia ha generado un estado de tensión constante entre los ocupantes, quienes temen ser desalojados sin previo aviso ni alternativas habitacionales. La literatura sobre gentrificación señala que, en contextos de transformación urbana, los antiguos residentes con menor poder adquisitivo suelen ser desplazados por poblaciones más adineradas que responden mejor a los nuevos intereses económicos del área (Campos, 2013; Oliveira y Marquesan, 2019; Ribeiro, 2018). Estos procesos tienden a generar una presión sistemática sobre los grupos más vulnerables que confirman una dinámica de exclusión y marginalidad socioespacial mencionada por Mendes et al. (2018). Adicionalmente, se destaca que en

sítios gentrificados también se producen cambios en el perfil de los visitantes (López, 2018; Ribeiro, 2018), en parte debido a la llegada de nuevos usos y costumbres, así como a la preferencia por servicios o productos vinculados a un estatus social más elevado.

En el segundo caso, sobre la dificultad para dialogar con el poder público, los relatos evidencian la ausencia de consulta que refuerza la percepción de exclusión de los habitantes, quienes se sienten marginados en los procesos de transformación urbana. Asimismo, la exclusión de los residentes en los procesos de toma de decisiones se alinea con el análisis de Carvalho y Simões (2012), quienes afirmaron que la falta de diálogo con los gobiernos es un rasgo característico de la gentrificación en ciudades históricas. Trombeta (2020) reforzó esta idea al verificar que, en Ouro Preto, Brasil, la transformación urbana debilitó la relación entre los residentes históricos y el Estado, generando una pérdida progresiva del control comunitario sobre el territorio.

En la Tabla 4 se presentan las sugerencias de mejora para el CHSLZ. La primera categoría, relacionada con *el fortalecimiento de la seguridad y la limpieza en el CHSLZ*, responde a un aspecto previsible en los procesos de recuperación urbana de áreas degradadas, según lo expuesto por Silva (2002). No obstante, estos avances pueden verse comprometidos cuando los gobiernos no dan continuidad a las acciones planificadas por administraciones anteriores, lo que resulta en la ineficacia de las políticas públicas dirigidas al mantenimiento de la ciudad y al bienestar de sus residentes. Otra recomendación se centra en la *promoción de actividades culturales en el CHSLZ*, una estrategia que Brusadin (2012) sugirió para las ciudades turísticas, destacando la importancia de aprovechar su potencial sin descuidar la preservación cultural como parte del patrimonio histórico. Además, los participantes resaltaron la importancia de diversificar y garantizar de manera continua la oferta de actividades culturales en la zona, como forma de evitar la estacionalidad en el uso de los espacios culturales y fortalecer la identidad local frente a los procesos de transformación urbana.

Tabla 4: Sugerencias de mejoras para la revitalización del CHSLZ

Categorías	Testimonios
El fortalecimiento de la seguridad y la limpieza en el CHSLZ	<p>[...] Seguridad [...] Las oficinas cierran los sábados, y entonces todo queda [...] cerrado, vacío. Es un incentivo para robos, hurtos, asaltos, no hay nadie en las calles, ¿verdad? Se convierte en un desierto [...] no hay gente en las puertas conversando, como en otros barrios [...] veo mucho este problema del vandalismo.</p> <p>Muchos eventos no traen baños químicos y terminanos con desechos humanos esparcidos por la ciudad [...] creo que la empresa de limpieza hace su trabajo, pero también se necesita conciencia por quienes frecuentan el Centro Histórico [...] La basura se acumula aquí a diario.</p>
La promoción de actividades culturales en el CHSLZ	<p>Hace falta una gestión que dinamice un poco más, que aproveche mejor el Centro Histórico [...] una política permanente que dé visibilidad a los artistas con ferias, exposiciones, espectáculos regulares [...] que el Centro se convierta en un polo cultural con bienales, muestras de cine, conciertos, cultura popular, artesanía, y que esto sea algo continuo [...] que crezca, que desborde [...] se podría ocupar las plazas con grupos de cuerdas tocando música instrumental, teatro callejero y títeres, artistas circenses.</p>
La concesión de espacios para los artistas locales	<p>Que haya más espacios para estas manifestaciones [...] aprovechar mejor los espacios fijos [...] que el Centro Histórico sea un lugar de encuentros para quienes producen cultura, literatura [...] Los caserones deberían estar más habitados [...] hay poblaciones que necesitan vivienda, artistas que necesitan talleres. Y al mismo tiempo, tenemos un conjunto arquitectónico con muchos edificios ociosos [...] no hay un encuentro entre la voluntad política y la necesidad real de la gente de utilizar estos espacio [...] Quienes realmente necesitan estos lugares no pueden acceder a ellos [...] hay demasiadas casas abandonadas.</p>
El diálogo entre el gobierno y la población residente	<p>Un Estado civilizado y respetuoso, lo primero que debe hacer es dialogar con su población [...] ¿Qué puede haber más democrático que los consejos? Consejos de residentes que puedan dar su opinión [...] si no insistimos en que aquí debe haber una población, la gentrificación va a seguir avanzando. Si la gente que vive aquí no es vista, no es valorada, no es atendida como ciudadana, como alguien con derechos [...] la expulsión será inevitable.</p>

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de la investigación.

Se plantea, además, la sugerencia de *conceder espacios a los artistas locales*., aprovechando las numerosas edificaciones ociosas del CHSLZ. La revitalización del área podría orientarse hacia la creación de espacios de encuentro para creadores, promoviendo una ocupación más dinámica y funcional de los caserones históricos. Esta propuesta contrasta con lo señalado en la literatura sobre gentrificación, donde se observa que las políticas de vivienda e inclusión social suelen ser ineficaces para garantizar la permanencia de las poblaciones más vulnerables en zonas en proceso de revitalización (Santos, 2014; Yeom y Mikelbank, 2019). En estos contextos, es común que los intereses económicos prevalezcan sobre las necesidades sociales, lo que genera desplazamientos y limita el acceso de los grupos culturales a espacios esenciales para su desarrollo.

Por último, los entrevistados enfatizaron la importancia del *diálogo entre el gobierno y la población residente*, considerándolo un factor clave para asegurar que sus necesidades sean atendidas y sus derechos protegidos. Ellos destacaron la necesidad de espacios de participación más efectivos que permitan a la población expresar sus opiniones y ser escuchada en la toma de decisiones. En síntesis, el análisis de los impactos derivados de las iniciativas de revitalización del CHSLZ sugiere una tendencia hacia la gentrificación, lo que indica que este proceso podría estar contribuyendo a una transformación socioeconómica desigual en la región. Esto demanda una mayor atención por parte del poder público en la implementación del programa “Nosso Centro”.

4.1. Implicaciones prácticas y/o teóricas

Ante las recomendaciones de Ribeiro (2018) en relación a la necesidad de profundizar en la discusión sobre la revitalización de centros históricos, y de Oliveira (2020) respecto a la comprensión de los impactos reales del programa “Nosso Centro”, así como la observación de que la mayoría de los estudios se centran únicamente en los factores causales de la gentrificación (Yeom y Mikelbank, 2019), este trabajo aporta nuevos elementos para la comprensión del proceso de revitalización del CHSLZ y su relación con la gentrificación en esta zona histórica.

El análisis revela que la recuperación del CHSLZ comparte elementos presentes en la literatura sobre gentrificación: revitalización urbana, desplazamientos, políticas urbanas, agentes gentrificadores (Mendonza, 2016). En este sentido, este estudio constituye una advertencia sobre los rumbos que las iniciativas de revitalización del patrimonio cultural mundial de São Luís han tomado. Así, algunas evidencias se destacan a continuación:

- i) En países periféricos, la gentrificación suele ser impulsada por el poder público en colaboración con la iniciativa privada (Ha, 2015; Oliveira y Marquesan, 2019);
- ii) La revitalización del CHSLZ ha intensificado las desigualdades socioespaciales y la informalidad, un fenómeno común en zonas gentrificadas (Andrade y Góes, 2023);
- iii) Las políticas públicas de revitalización ejercen presiones sobre los antiguos residentes en situación de vulnerabilidad económica, generando desalojos forzosos hacia zonas periféricas (Nobre, 2003);
- iv) Existen disputas reales entre los antiguos residentes, especialmente creadores de cultura, y el poder público, que en muchos casos actúa como un agente gentrificador (Mendonza, 2016);
- v) La revitalización del CHSLZ ha mostrado indicios de favorecer a públicos con mayor poder adquisitivo, en detrimento de políticas de inclusión para los residentes más empobrecidos (López, 2018; Mendes et al., 2018; Santos, 2014; Yeom y Mikelbank, 2019);
- vi) En ciudades con alto valor histórico reconocido, el interés turístico impulsa inversiones inmobiliarias que amenazan la permanencia de las comunidades locales y, consecuentemente, fomentan la gentrificación (Cocola-Gant, 2018).

Desde una perspectiva gerencial, con el fin de mejorar la posible revitalización en curso, y con base en la opinión de los participantes de la investigación, se sugiere: reforzar las políticas de seguridad pública y limpieza urbana; promover actividades culturales de manera amplia, diversa y continua; fomentar el uso y ocupación de edificaciones históricas por parte de artistas locales, con apoyo financiero para su recuperación y mantenimiento; establecer un diálogo efectivo entre el poder público y los distintos actores involucrados en el CHSLZ para el desarrollo de las acciones del programa “Nosso Centro”. Adicionalmente, se recomienda: ampliar y mejorar las políticas habitacionales; garantizar que la comunidad se beneficie del turismo; brindar apoyo a los artistas locales; proporcionar espacios adecuados para vendedores informales; y revitalizar edificaciones culturales.

5. Conclusiones

Este trabajo tuvo como objetivo comprender los impactos del programa “Nosso Centro” desde la perspectiva de los actores sociales vinculados al CHSLZ, además de identificar en qué medida las iniciativas de revitalización del CHSLZ favorecen la gentrificación del territorio. Entre los impactos positivos percibidos por los entrevistados se destacaron las inversiones público-privadas, el aumento del interés y visibilidad del CHSLZ. Por otro lado, los efectos negativos identificados incluyeron: la imposibilidad de algunos trabajadores de continuar operando en el CHSLZ; la revitalización de los edificios enfocada en determinados segmentos del turismo y centros administrativos; la especulación inmobiliaria; la falta de apoyo a los creadores de cultura; la ineficacia de las políticas sociales; el abandono de espacios culturales; la falta de reconocimiento del derecho de uso/ocupación de los edificios por parte de antiguos residentes; y la ausencia de diálogo entre el gobierno y la población local.

Se observa que la dificultad en conciliar políticas públicas de preservación del patrimonio con una mayor participación de los residentes de bajos ingresos en las decisiones sobre la revitalización del CHSLZ, sumada a la ineficacia en la restauración y mantenimiento del acervo arquitectónico, han contribuido directamente a los desafíos urbanos enfrentados. La crítica situación de las edificaciones históricas y de los espacios culturales refuerza la urgencia de una acción más eficaz por parte de las autoridades competentes. Es imperativo que las políticas públicas y la gestión urbana consideren como prioridad los elementos culturales característicos del CHSLZ, con el objetivo de conciliarlos con el desarrollo socioeconómico esperado para la localidad.

Asimismo, los impactos de la revitalización en el CHSLZ presentan evidentes contradicciones. Por un lado, se mencionan de manera positiva las inversiones público-privadas destinadas a reducir los espacios desocupados mediante obras de infraestructura, en consonancia con los lineamientos del programa “Nosso Centro”. Este enfoque sugiere una intención de rehabilitar áreas abandonadas, promoviendo el desarrollo urbano y atrayendo a un mayor número de visitantes a la zona histórica.

Sin embargo, desde otra perspectiva, surge una contradicción cuando se consideran las presiones para que ciertos grupos de residentes abandonen el CHSLZ, especialmente aquellos de bajos ingresos, como pequeños comerciantes y creadores de cultura, en favor de públicos empresariales más alineados con grandes inversores. Así, se evidencia un conflicto entre las acciones de revitalización y los intereses de los sectores con menor poder adquisitivo. Esto plantea interrogantes sobre la verdadera intención detrás de las iniciativas del “Nosso Centro”, sugiriendo que, a pesar de los esfuerzos por mejorar la región, persisten desafíos significativos para promover la inclusión social y preservar la identidad cultural local. El análisis de estas contradicciones resulta esencial para una comprensión más amplia y crítica de los efectos de la revitalización en el CHSLZ, cuyos impactos reflejan características comúnmente asociadas a procesos de gentrificación, según la literatura especializada.

Cabe aclarar que este estudio no afirma categóricamente que el CHSLZ esté atravesando un proceso gentrificador. No obstante, tampoco se pueden ignorar los indicios que señalan similitudes con dinámicas gentrificadoras identificadas en otras realidades, tanto de Brasil como en el exterior. Esto debe servir de alerta para el poder público y demás autoridades competentes, quienes deben considerar con cautela las acciones en curso y futuras relacionadas con la recuperación urbana y económica del CHSLZ. Es fundamental diseñar estrategias que incluyan activamente la participación de la población directamente afectada en la formulación e implementación de estas políticas. Del mismo modo, se debe fortalecer el desarrollo de políticas de vivienda e inclusión social, que favorezcan que los grupos más vulnerables accedan a condiciones de vida dignas y en equilibrio con los diversos públicos que habitan la zona. Adicionalmente, se refuerza que la revitalización de áreas históricas constituye una pieza clave en el fortalecimiento de destinos turísticos, como es el caso de la ciudad investigada en este estudio.

Finalmente, se deben señalar algunas limitaciones de este trabajo. Dada la sensibilidad del tema, se presentaron dificultades para ampliar el número de entrevistados, ya que muchos mostraron reticencia o no disponían de tiempo para participar en la investigación. Esta limitación afectó la posibilidad de captar una mayor diversidad de perspectivas. Sin embargo, la profundidad de las entrevistas realizadas permitió recopilar información valiosa y detectar patrones significativos en las narrativas de los participantes. Además, el estudio abarcó un público poco heterogéneo y, en algunos casos, con conocimiento limitado sobre el programa “Nosso Centro” en su totalidad, lo que posiblemente refleje la escasa aproximación entre estos actores, los agentes gentrificadores y las entidades públicas responsables de la formulación de dichas políticas. Por otro lado, al tratarse de una investigación transversal, se reconoce que el proceso de revitalización es un fenómeno que se desarrolla a lo largo de varios años y que requiere un

seguimiento longitudinal para su adecuada comprensión. Asimismo, la investigación se centró en una realidad específica: el CHSLZ, dentro del contexto particular del destino São Luís, Maranhão.

Ante lo expuesto, como agenda de investigación futura, se recomienda: ampliar el número de entrevistados y explorar metodologías complementarias que permitan profundizar en la comprensión del fenómeno; expandir el estudio a más organizaciones y/o personas vinculadas al proceso de revitalización del CHSLZ, o incluso abordarlo desde otros enfoques de investigación; realizar estudios sobre gentrificación en diferentes contextos nacionales e/o internacionales; y desarrollar investigaciones longitudinales para examinar la evolución del proceso de revitalización en áreas históricas en otros escenarios.

Bibliografía

- Andrade, R.C., y Góes, E.M. 2023. “Gentrificação em Cartagena de Índias-Colômbia: O caso de La Boquilla”. *Ateliê Geográfico*, 17(2), 76-97. <https://doi.org/10.5216/ag.v17i2.74558>.
- Brusadin, L.B. 2012. “A educação e a interpretação do patrimônio cultural na atividade turística”. *Revista OLAM*, XII(1-2), 88-116, jan./dez. <https://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/4291>
- Campos, H.R. 2013. “Gentrificação na área central de Tiradentes/MG”. *Mercator*, Fortaleza, 12, 29, 69-87. <http://www.mercator.ufc.br/mercator/article/view/996>
- Carvalho, K.D., y Simões, M.L.N. 2012. “Análise do modelo de preservação do Centro Histórico de São Luís do Maranhão: uso social e uso turístico”. *Turismo Visão e Ação*, 14(2), 196-213, mai./ago. <https://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=15123>
- Cocola-Gant, A. 2018. “Tourism gentrification”. En: *Handbook of gentrification studies*. Edward Elgar Publishing. (pp.281-293). <https://doi.org/10.4337/9781785361746.00028>.
- Cocola-Gant, A., y Lopez-Gay, A. 2020. “Transnational gentrification, tourism and the formation of ‘foreign only’ enclaves in Barcelona”. *Urban studies*, 57(15), (pp.3025-3043). <https://doi.org/10.1177/0042098020916111>
- Duarte, J. 2005. *Entrevista em profundidade. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 1, 62-83.
- Dürr, E., y Jaffe, R. 2012. “Theorizing Slum Tourism: Performing, Negotiating and Transforming Inequality”. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, 93, 113-123. <https://doi.org/10.18352/erlacs.8367>
- Ellis, A.L.D. 2014. “¿Cómo pueden funcionar la cultura y el patrimonio como mecanismos de exclusión?”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 137-143. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.010>
- Falcão, A.V., y Farias, T.Q. 2018. “Gentrificação de Áreas Históricas: Desenvolvimento Urbano e Patrimônio Cultural”. *Revista Direito e Liberdade*, 20(2), 31-52. https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/125382/gentrificacao_areas_historicas_falcao.pdf
- Gotham, K.F. 2005. “Tourism Gentrification: The Case of New Orleans’s Vieux Carre (French Quarter)”. *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- G1 Maranhão. 2024. “Vândalos arrombam Centro Odylo Costa Filho em São Luís; este é o segundo caso em 10 dias”. 11.abr.2024. <https://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2024/04/11/vandalos-arrombam-centro-odylo-costa-filho-em-sao-luis-este-e-o-segundo-caso-em-10-dias.ghtml>
- Ha, S.-K. 2015. “The endogenous dynamics of urban renewal and gentrification in Seoul”. En: *Global gentrifications*. Policy Press, 165-180. <https://doi.org/10.1332/policypress/9781447313472.003.0009>
- Hidalgo, R., y Janoschka, M. 2014. “La ciudad neoliberal. Gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid”. Chile: GeoLibros/Instituto de Geografía Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Hsieh, H.F., y Shannon, S.E. 2005. “Three approaches to qualitative content analysis”. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- López, J.A.M. 2018. “Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona”. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279-296. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.020>
- Marques, W.R., Silva, V.P., Sousa, Â.R.C.N., Viana, M.C.V., Sousa, A.R.C.N., Santos, E.C.L., ... y Dutra, S.T.D.J.P. 2021. “O patrimônio cultural e as políticas públicas para o centro histórico de São Luís do Maranhão”. *Brazilian Journal of Development*, 7(3), 29853-29870. <https://doi.org/10.34117/bjdv7n3-619>

- Mendes, C.S. 2020a. “Centro histórico da cidade de São Luís do Maranhão: da degradação a patrimônio cultural da humanidade”. *Brazilian Journal of Development*, 6(3), 12537-12556. <https://doi.org/10.34117/bjdv6n3-207>
- Mendes, L. 2020b. “Da gentrificação turística em Lisboa”. En: Cury, Raquel Balli, Pereira, Fernanda (Org.). *Interconexões: saberes e práticas da geografia*, 2 (cap.14, pp.173-185), Atena. <http://doi.org/10.22533/at.ed.119202611>
- Mendes, L., Salinas, L., Valença, M.M., y Martinez-Rigol, S. 2018. “Apresentação do Dossiê: As novas fronteiras da gentrificação no mundo ibero-americano”. *Sociabilidades Urbanas – Revista de Antropologia e Sociologia*, 2(6). https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/39190/1/Mendes_Lu%C3%ADs%5Bet%20al.%5D_2018.pdf
- Mendonza, F.R. 2016. “La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades”. *Cadernos Metrópole*, 18(37), São Paulo, set./dez. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3704>
- Mourad, L.N. 2011. “O processo de gentrificação do centro antigo de Salvador 2000 a 2010”. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, UFBA, Salvador. <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/30971>
- Nascimento, B.P. 2019. “Gentrificação na zona portuária do Rio de Janeiro: deslocamentos habitacionais e hiper precificação da terra urbana”. *Caderno Prudentino de Geografia*, 1(41), 45–64. <https://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/5716>
- Nobre, E.A.C. 2003. “Intervenções urbanas em Salvador: turismo e “gentrificação” no processo de renovação urbana do Pelourinho”. *Anais do X Encontro Nacional da Anpur*. Belo Horizonte, Anpur.
- Oliveira, D.P., y Marquesan, F.F.S. 2019. “Gentrificação em Fernando de Noronha”. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(1), 1-17. <https://doi.org/10.18472/cvt.19n1.2019.1334>
- Oliveira, T.T. 2020. “Programa “Nosso Centro”: um incentivo à cultura ludovicense e aos empreendedores de São Luís”. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – UNDB, São Luís. <http://repositorio.undb.edu.br/handle/areas/171>
- Piñeros, S.T. 2017. “Tourism gentrification in the cities of Latin America: The socio-economic trajectory of Cartagena de Indias, Colombia”. En: *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises*. Routledge, (pp.75-103).
- Prado, L. 2024. “Manual do Centro Histórico: São Luís, um patrimônio do mundo”. Coordenação geral: Prado, L.; Pesquisa/texto: Gouthier, D.; Fotos: Ramos, A. São Paulo: Quereres edições.
- Ribeiro, T.F. 2018. “Gentrificação: aspectos conceituais e práticos de sua verificação no Brasil”. *Revista de Direito da Cidade*, Rio de Janeiro, 10(3), 07-20. <https://doi.org/10.12957/rdc.2018.31328>
- Rosa, N.F.Q.D. 2016. “As implicações teórico-metodológicas e a concepção de turismo de massa na obra “Sociologia do Turismo” de Jost Krippendorff”. 169f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - UnB, Brasília. <http://www.realp.unb.br/jspui/handle/10482/21696>
- Santos, A.R. 2014 “Revitalização para quem? Política urbana e gentrificação no Centro de Santos”. *Cadernos Metrópole*, 16, 587-607, nov. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2014-3213>
- Santos, J.E.M. 2020. “Gentrificação Turística e a Renovação do Centro Histórico de Coimbra: O caso do Quebra Costas”. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade de Coimbra, Coimbra. <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/94671>
- Secretaria das Cidades e Desenvolvimento Urbano do Estado do Maranhão (SECIDMA). (2019). “Nosso Centro”. São Luís. <https://bit.ly/2TJf7jO>
- Secretaria das Cidades e Desenvolvimento Urbano do Estado do Maranhão (SECIDMA). 2020. “Adote um casarão”. São Luís. <https://bit.ly/34HmheC>
- Silva, H.A. 2002. “Revitalização urbana de centros históricos: uma revisão de contextos e propostas: a Ribeira como estudo de caso”. Dissertação de Mestrado - UFRN, Natal, RN. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/12313>
- Silva, J.R.C. 2009. “Políticas públicas no Centro Histórico de São Luís: as etapas do processo de intervenções urbanísticas”. *Anais da IV Jornada Internacional de Políticas Públicas*, São Luís.
- Smith, N. 2006. “A gentrificação generalizada: De uma anomalia local à ‘regeneração’ urbana como estratégia urbana global”. Bidou-Zachariasen, C. (Ed.). *De volta à cidade: dos processos de gentrificação às políticas de “revitalização” dos centros urbanos*. São Paulo: Annablume, (pp.59-87).
- Smith, N. 2007. “Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano”. *GEOUSP Espaço e Tempo (Online)*, 11(1), 15-31. <https://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/74046>
- Sociedade Portuguesa de Inovação [SPI]. 2012. “Plano de Desenvolvimento do Cluster de Turismo de São Luís”. SPI, Porto.

- Trombeta, T.P. 2020. "Sobre espaços urbanos patrimonializados e processos de gentrificação: estudo de caso sobre a Rua Direita em Ouro Preto/MG". 91f. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo), UFOP, Ouro Preto. <https://monografias.ufop.br/handle/35400000/2866>
- Weissheimer, M.R. 2022. "Patrimonialização e gentrificação: causa e consequência? O bairro do Marais, em Paris". *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, 30. <https://doi.org/10.1590/1982-02672022v30e46>.
- Yeom, M., y Mikelbank, B. 2019. "Gentrification: An introduction, overview, and application". *The 21st century American city: Race, ethnicity, and multicultural urban life.* (pp.79-96). https://www.researchgate.net/profile/Minkyu-Yeom/publication/337200128_Gentrification_An_Introduction_Overview_and_Application/links/5dcb37cd458515143506c78c/Gentrification-An-Introduction-Overview-and-Application.pdf

Recibido: 21/11/2024
Reenviado: 18/03/2025
Aceptado: 07/05/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Influenciadores digitais, blogs de viagem e imaginário turístico de Portugal

Flavia Lopes Sales do Nascimento*

Universidade do Porto (Portugal)

Cláudio Paixão Anastácio de Paula**

Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil)

Resumo: Este artigo explora o papel das narrativas digitais na promoção dos imaginários turísticos online, discutindo o conceito de imaginário turístico e o crescente interesse académico em narrativas digitais de influenciadores, como blogs e redes sociais, tendo como foco a representação de Portugal sob a ótica dos estudos do imaginário. Partindo da hipótese de que narrativas digitais podem construir imaginários turísticos utilizou-se a análise de conteúdo como metodologia para compreender como Portugal é apresentado a partir de relatos de narrativas de mulheres que viajam sozinhas, público que vem crescendo como turistas no país. O trabalho ressalta a importância de investigar Portugal no cenário de representação espacial digital e o impacto das narrativas de influenciadores digitais na construção desses imaginários. Os resultados apontam que o imaginário turístico lusitano combina uma identidade forte, oscilando entre a imagem de um país histórico, pitoresco e um paraíso natural e selvagem, características cada vez mais enfatizadas nas representações turísticas contemporâneas.

Palavras-chave: Narrativas Digitais; Imaginário; Imaginário Turístico; Digital influencers; Portugal.

Digital influencers, travel blogs, Portugal's tourist imaginary

Abstract: This article explores the role of digital narratives in promoting tourist imaginaries online, in the context of discussing the concept of tourist imaginary and the growing academic interest in digital narratives by influencers, such as blogs and social media, focusing on the representation of Portugal from the perspective of imaginary studies. Based on the hypothesis that digital narratives can build tourist imaginaries, we use content analysis as the methodology to understand how the country is portrayed through the narratives of women traveling alone, a tourist demographic that is increasingly growing in Portugal. The study highlights the importance of investigating Portugal in the context of digital spatial representation and the impact of influencers' narratives on the construction of these imaginaries. The results indicate that the Portuguese tourist imaginary offers a strong identity, oscillating between the image of a historical, picturesque country and a wild natural paradise, characteristics that are increasingly emphasised in contemporary tourist representations.

Keywords: Portugal; Digital Narratives; Imaginary; Tourist Imaginary; Digital influencers.

1. Introdução

A essência nômade da natureza humana, ilustrada por Maffesoli (2001) ao descrever a errância como a sede do infinito, permanece como característica fundamental nas nossas práticas sociais e, hoje em dia, mais ainda com a ubiquidade da tecnologia digital. Com as novas Tecnologias da Comunicação e da

* <https://orcid.org/0000-0003-2667-4364>; E-mail: flavia.lopes.sn@gmail.com

** <https://orcid.org/0000-0001-9587-2191>; E-mail: claudiopap@hotmail.com

Cite: Nascimento, F. L.S. & Paula, C.P.A. (2026). Influencers digitais, blogs de viagens e el imaginario turístico de Portugal. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 585-598. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.037>.

Informação, essa propensão à movimentação e exploração de outros lugares encontra outras formas. Num contexto cada vez mais globalizado, todos nós, em certo sentido, nos tornamos capazes de ser *flâneurs*¹ e *grand tourists*² em uma esfera digital, navegando por vastas paisagens virtuais, explorando destinos remotos e conectando-nos com diversas culturas sem deixar nossos locais físicos. Essa capacidade de viajar digitalmente não apenas reflete a busca humana pelo novo e pelo desconhecido, mas também nos permite expandir nossos horizontes e ampliar nossas experiências.

O ato de navegar no ambiente digital, chamado por “nomadismo tecnológico” por Lemos (2005, p. 2), é comportamento comum nas novas dinâmicas das sociedades contemporâneas, já que os “tradicionais espaços de lugar (rua, praça, avenidas, monumentos) estão pouco a pouco transformando-se em espaços de fluxos, espaços flexíveis comunicacionais” (Lemos, 2005, p.4), proliferando um “fluxo internacional de imagens, informações, migrações, turismo, fluxo de capital financeiro” (*Idem*, p.6). Isso nos leva a novos paradigmas formativos de compreensão social, como para Urry que propõe perceber a sociedade a partir das mobilidades contemporâneas – “*mobile sociology*” (*Idem*, p. 6), pois toda a gestão informacional das cidades e dos espaços de lugar³ agora transitam pelas tecnologias da era da conexão.

É nesse encontro entre mobilidade, era da conexão e turismo que podemos perceber como imagens, narrativas, conteúdos em geral disponíveis em plataformas digitais ajudam a construir imaginários de determinados lugares, proliferando diferentes tipos de representações imagéticas de cidades e espaços diversos.

Urry e Larsen (2022) afirmam que o olhar do turista é moldado por fatores sociológicos e culturais e que nossa percepção está sempre vinculada ao modo como observamos o mundo e suas relações conosco (Urry e Larsen, 2022, p.47). Assim, a função da análise de um imaginário turístico é compreender como esses olhares turísticos constroem representações dos destinos visitados, observando como “indivíduos e grupos representam um lugar como destino turístico de forma virtual, gerando desejo, tornando-o atraente e contribuindo para a concretização de uma viagem” (Gravari-Barbas e Graburn, 2012, p.2).

Desse modo, o presente estudo parte da hipótese geral de que narrativas digitais produzidas em blogs e redes sociais por influenciadores digitais viajantes ajudam a construir imaginários turísticos. A partir dessa premissa, foi explorado o papel dessas narrativas, discutindo o conceito de imaginário turístico e o crescente interesse acadêmico em narrativas digitais de influenciadores, como blogs e redes sociais, tendo como foco a representação de Portugal sob a ótica dos estudos do imaginário. Utilizou-se a análise de conteúdo como metodologia para compreender as principais temáticas relativas ao país em conteúdos produzidos por mulheres que viajam sozinhas, público que vem crescendo como turistas em Portugal⁴.

2. Fundamentação teórica

O conceito de imaginário é amplo e complexo e sua essência está ligada a todas as formas de produção e reprodução de conhecimento e informação geradas pelo ser humano (Durand, 2012). De forma geral, o imaginário, seja ele coletivo ou individual, desempenha um papel fundamental e profundo agindo como uma instância primária na formação de significado (Jung, 2016), o que levou alguns estudiosos a explorar sua complexidade, dentre eles Durand (2012, 2016, 1994); Castoriadis (2000); Jung (2016) e Maffesoli (2007).

No campo do turismo, a compreensão de que as percepções a respeito de um local se constrói e se reconstrói a partir de suas dimensões simbólicas e suas representações imagéticas impactando nas experiências turísticas vem crescendo dentro do debate sobre espaços turísticos e tornou-se ponto de interesse para autores como Gastal (2005), Gravari-Barbas e Graburn, Amirou (2007), Hiernaux-Nicolas, D. (2002) e Prado (2003). Em seus estudos, os autores buscam compreender o fenômeno turístico para além do seu viés mercadológico e econômico, ultrapassando para um campo mais social, cultural e simbólico.

De acordo com Gastal (2005), antes mesmo de se deslocarem, os viajantes já terão contato com o local de forma visual através de imagens, seja por meio de “fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas na internet ou mesmo por intermédio dos velhos e queridos cartões-postais” (p.13), e é por esse contato com as informações (imagéticas ou mesmo discursivas) que os turistas se conectam com a dimensão simbólica (ou imaginária) dos locais.

Assim, o imaginário turístico invoca uma compreensão multifacetada e de sentidos múltiplos, partindo não só do universo simbólico do local turístico, mas também da concepção que os próprios turistas constroem sobre o local (Gravari-Barbas e Graburn, 2012, p.1).

Já Amirou (2007), partindo de um ponto de vista sociológico, compara a atividade turística com o ato da peregrinação, como um “rito de passagem” simbólico que integra elementos espaciais e temporais

dos destinos ao imaginário turístico vivenciado pelos viajantes. Esse paralelo entre peregrinação e turismo sugere que ambos envolvem não apenas a visita a um lugar, mas também uma jornada pessoal e cultural significativa, que pode transformar tanto os indivíduos quanto os destinos que eles exploram.

Hiernaux-Nicolas (2002) explica que a ideia originária do imaginário pode ser definida de forma preliminar como um conjunto de crenças, imagens e avaliações definidas em torno de uma atividade, um espaço, um período ou uma pessoa (ou sociedade) em um determinado momento. A representação que o imaginário elabora é construída a partir de imagens reais ou poéticas (imersas no campo da fantasia). Nesse sentido, por ser variável e distendido, o imaginário é uma construção social - ao mesmo tempo individual e coletiva - em permanente remodelação, uma espécie de edifício mental que não está terminado, podendo ser expandido ou remodelado. Desse ponto de vista, o imaginário turístico, então, é a parte do imaginário social que se refere ao fato do turismo, ou seja, a parte do imaginário social que se refere ao evento turístico e às inúmeras manifestações do processo social de viagem e da prática social da viagem.

De um ponto de vista crítico, Prado (2003) entende que o substrato ideológico das ideias que constituem os imaginários turísticos não surgem por geração espontânea. O autor reconhece que essa construção desses imaginários é muito mais complexa do que uma simples representação inocente de um local, e por isso é paradoxo. Isso ocorre porque os lugares hospedeiros precisam destacar esses imaginários específicos nos espaços e atividades destinados ao turismo. Essa condição resulta em uma influência significativa no espaço e na vida das comunidades locais e das pessoas que as visitam, uma vez que as atividades turísticas são projetadas para atender às expectativas criadas por esses imaginários. Assim, Prado (2003) sugere que a criação e promoção do imaginário turístico não apenas moldam a percepção dos destinos, mas também impactam diretamente a vida e a identidade das áreas hospedeiras e de seus habitantes.

Nesse contexto, a exploração dos imaginários turísticos transcende a mera análise mercadológica e a perspectiva do turismo como um elemento unidimensional focado em fatores econômicos. Ela busca desvendar o significado simbólico subjacente aos espaços turísticos e compreender as experiências dos viajantes durante suas interações com os destinos. Essa abordagem mais profunda permite uma compreensão mais rica das motivações e impactos dessa dimensão no setor turístico a partir de uma leitura de representações dos campos simbólicos, culturais, sociais e antropológico dos espaços onde acontecem as experiências turísticas – experiências essas que podem ser melhor compreendidas a partir da leitura de relatos de viagem, registros essenciais para a compreensão de imaginários turísticos.

Muitos viajantes deixaram legados importantes a partir dos seus relatos de viagem, os quais modificaram a forma de compreender a peregrinação a outros locais através da prática do *Grand Tour*. A exemplo disso podem ser citados o novelista britânico Thobias Smollet, o poeta alemão Johann W. Von Goethe e o especialista inglês em antiguidades e teórico em estética Richard Payne Knight (Salgueiro, 2002). Foram também relevantes os relatos de viagem de Stendhal (1905) publicados no livro *“Mémoires d'un touriste”*, em que através da sua experiência de viagem pela França comenta os espaços a partir de uma perspectiva crítica política e sociológica (Figueiredo e Van de Meen Ruschmann, 2004).

Esses relatos deixados para a posteridade foram fontes de inspiração e de conhecimento do imaginário de diversos locais, e ajudaram a construir e a representar simbologias típicas de regiões. De acordo com Silva *et al.* (2019) os “relatos vivenciados nessas viagens já despertavam no próximo a busca do querer viajar. As imagens vistas, as paisagens pintadas e narradas de um indivíduo para o outro já traçavam a relação entre imagem e imaginário” (p.2).

Com o crescimento do turismo de massa, as mudanças sociológicas, econômicas e culturais, a prática de viajar para conhecer o mundo se democratizou, não ficando restrita apenas à aristocracia, burguesia ou à nobreza. Democratizou-se também a prática de compartilhamento dessas mesmas experiências turísticas, principalmente no contexto das novas Tecnologias da Informação e da Comunicação, como elucidam Urry e Jersen (2022) e Schmallegger e Carson (2008). Os blogs, como produtos desse novo contexto informacional digital, assim como as redes sociais, tornaram-se potenciais plataformas de avaliação de experiências turísticas na perspectiva de usuários da internet, (Schmallegger e Carson, 2008) e fontes de informação para estudos e pesquisas a partir de variadas abordagens.

Desde o surgimento da Web 2.0, essas plataformas tem ganhado notoriedade (Roig, 2010). Alguns exemplos de pesquisas podem ser citados, como Pan e Crotts (2007), que exploraram os *blogs* de viagem como uma manifestação de experiência de viagem, mas sob a perspectiva do marketing e Law e Cheung (2010) que também investigaram os *blogs* de viagem como uma manifestação da experiência turística, procurando perceber como era representada a imagem de destino de Hong Kong do ponto de vista dos turistas da China continental, através de uma análise de conteúdo. Já Banyai (2012) e Lee, Hsiao e Lu

(2015), analisaram o conteúdo de *blogs* de viagens para perceber tópicos mais populares de discussão e percepções de turistas sobre um destino, abordando como essas plataformas podem ser úteis em estratégias de marketing e mercadológica.

No entanto, outras investigações também apontam os *travel blogs* sob uma perspectiva mais social. Ting, Ting e Hsiao (2014), por exemplo, procuraram analisar por que *blogueiros* estão dispostos a compartilhar seus pensamentos em *blogs* de viagens, enquanto que Azariah (2016) parte de uma perspectiva antropológica das teorias de auto apresentação de Goffman e investiga como narrativas podem indicar os diferentes papéis ocupados pelo indivíduo no ambiente digital, ou seja, um *blogueiro* pode posicionar-se discursivamente como um viajante, e não como turista, uma dicotomia que sustenta muitos debates críticos na área de estudos de viagens e turismo.

Outro exemplo é a investigação de Duffy (2019) que analisa a problemática dos *travel blogs* abordando os temas de poder e privilégio. Em seu artigo *If I say you're authentic, then you're authentic: Power and privilege revealed in travel blogs*, argumenta como os *blogueiros* usam a autenticidade para se colocar em uma posição de privilégio e poder sobre as pessoas dos locais com quem interagem.

Segundo Schmallegger e Carson (2008) a análise de blogs pode refletir as opiniões e atitudes dos viajantes de uma forma mais genuína e representativa dado o fluxo mais casual de informações e a ampla gama de experiências descritas. Nesse contexto, a vasta possibilidade de abordagens temáticas do “*Travel 2.0*”, das blogosferas e dos discursos gerados nesse ambiente digital pode gerar diversas investigações interdisciplinares. Um exemplo disso, envolvendo turismo e imaginário, é a investigação de Bergmeister (2015), que aborda a questão da construção de imaginários turísticos em guias populares e blogs de viagens independentes, examinando criticamente questões de representação e relações de poder no contexto do Sudeste Asiático.

Nesse panorama de produção de conteúdo na web, as narrativas produzidas em redes sociais também apresentam-se como importante fontes para compreensão de opiniões e experiências de viajantes (Ana e Istudor, 2019; Rashidi *et al*, 2017; Kang e Schuett, 2013). Entende-se por rede sociais uma plataforma digital que agrega um conjunto de “nós e suas conexões” (Primo In Marcondes Filho, 2009, pp.399 e 400). São elas, que hoje, agregam milhares de usuários das mais variadas regiões do mundo.

Se com os *blogs* a presença de conteúdos produzidos por usuários da internet se intensificou, com o alastramento e democratização das redes sociais, o fenômeno aumentou muito mais. Na internet, cada usuário tem sua própria autonomia, uma voz, sendo produtor de seu próprio conteúdo, escrevendo, publicando fotografias, vídeos e emitindo opiniões a seu modo. Os usuários da internet que ganharam destaque dentro desses espaços públicos do ambiente digital são hoje chamados de “*digital influencers*” (Abidin e Karhawi, 2021).

De acordo com Karhawi (2017), os influenciadores são aqueles que manifestam algum poder no processo de decisão de compra entre usuários da internet, além de também poderem “colocar discussões em circulação, influenciar em decisões em relação ao estilo de vida, gostos e bens culturais daqueles que estão em sua rede” (p.48). Segundo a autora, esses influenciadores, em geral, vêm de uma jornada no ambiente digital, construindo um público seguidor desde sua formação enquanto *bloggers* (criadores de conteúdo em blogs) e *vloggers* (criadores de conteúdo de vídeo), capacitando-se como formadores de opinião para finalmente serem reconhecidos como influenciadores.

Para Abidin e Karhawi (2021), os influenciadores digitais são uma forma de microcelebridades da internet que buscam transformar essa visibilidade online em uma carreira digital remunerável, documentando suas vidas cotidianas, desde os aspectos triviais e mundanos até os momentos emocionantes em sua linha de trabalho e vida. Eles são também moldadores de opinião pública que persuadem seu público através da calibração consciente de suas personas nas redes sociais, apoiados por interações no espaço físico com seus seguidores para sustentar sua acessibilidade, credibilidade, emulação e intimidade, mesmo que em menor escala nas redes sociais (Abidin e Karhawi, 2021).

Ao levar em conta a dinâmica de produção de conteúdo com a intencionalidade de “influenciar”, Martino (2018) faz uma conexão entre essa nova categoria de atores sociais com os antigos líderes de opinião, explicados pela teoria comunicativa *Two Step Flow*⁵. Uma comparação crítica que não seria de todo anacrônica, se considerarmos a diferença do tempo e contexto da teoria de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944), e entender o papel dos influenciadores digitais como os novos líderes de opinião com muito mais autonomia e alcance proporcionado pelo contexto dos mídias digitais.

A inserção desse novo perfil de comunicadores estimulou um processo de profissionalização dessa nova atividade (Karhawi, 2017). Um processo profissionalizante, que de acordo com Ferreira, da Rocha Grangeiro e Pereira (2019) pode ser classificado em três fases:

A primeira fase [...] destaca o início da internet, quando pessoas comuns realizam postagens por hobby. Na segunda fase, denominada profissionalização, é identificada a relevância deste influenciador e sua preocupação para realizar maior engajamento de seu público. Por fim, a terceira fase, identificada como aspiração, caracteriza-se por intenso planejamento e objetividade das pessoas em se tornarem parte deste meio. Nesta fase, encontram-se influenciadores que representam modelos a serem seguidos. (Ferreira, da Rocha Grangeiro e Pereira, 2019, pp. 9 e 10).

Segundo os mesmos autores, os influenciadores digitais podem ser identificados por várias denominações, refletindo as constantes mudanças e adaptações do ambiente digital. Nesse sentido, esses novos atores sociais podem ser entendidos como: “criadores de conteúdo, blogueiros, *digital influencers*, influenciadores, youtubers. Dependendo da plataforma que ele é consolidado pode incorporar o nome da plataforma na qual está inserido, a exemplo, *instagrammers*, *bloggers*, *snapchatters*, *youtubers*.” ((Ferreira, da Rocha Grangeiro e Pereira, 2019, p. 11)

Apesar de terem se popularizado pioneiramente no setor da moda (Karhawi, 2017), o turismo também tornou-se um tema recorrente entre os assuntos de influenciadores digitais. Algumas investigações sobre a relação da promoção de um destino turístico a partir de *digital influencers* tornaram-se alvos de pesquisas, a exemplo, do trabalho “*DEIXE SEU LIKE! O Engajamento nas Publicações com Digital Influencers no Instagram das DMOs Brasileiras*” (Avelino, Silva, e Leal, 2020), que aborda como organizações podem se adaptar a esse novo cenário da internet e fazer uso de estratégias comunicacionais utilizando redes sociais e figuras públicas na internet aumentando o engajamento do público alvo através de influenciadores.

Outra pesquisa que mostra a importância dos *digital influencers* no contexto do turismo é a publicação “*#Catchmeinashithole: Black Travel Influencers and the Contestation of Racialized Place Myths*” (Arthur, 2020). Neste artigo o autor trata da presença de influenciadores e consumidores negros nas mídias digitais, um fenômeno importante para reconfigurar as imagens de pessoas negras no mundo digital, criando imagens cativantes que se contrapõem ao discurso neocolonialista e desafiam as problemáticas raciais sobre determinados espaços e pessoas.

Outro trabalho que exemplifica a importância de compreender o papel dos *digital influencers* no âmbito de conteúdos sobre viagens e turismo é o artigo “*Follow me, I’m famous: travel bloggers’ self-mediated performances of everyday exoticism*” (Duffy, 2020), que analisa as seções “Sobre mim” de 50 *blogs* de viagens populares para ver como os escritores assumem o controle de suas próprias representações. O artigo aborda ainda conceitos sobre “influenciador digital” ou “microcelebridade auto mediada” e busca enfocar como (micro) celebridades e *blogueiros* de viagens representam as normas sociais e os valores culturais na interseção do estilo de vida e da economia possibilitada pela mídia social digital e o papel da auto mediação em seu sucesso online.

Tendo em conta o crescimento do turismo em Portugal⁶ e a potencialidade do alcance das narrativas de experiências turísticas no ambiente digital, ainda é irrisória o número de pesquisas que vem sendo desenvolvidas sobre a temática a partir do ponto de vista dos estudos do imaginário. Sobre o imaginário português, por exemplo, são poucos os exemplos encontrados. No entanto, destacamos algumas pesquisas que vem se esforçando na compreensão de Portugal nesse contexto.

Em *Novas imagens para velhas cidades? Coimbra, Salamanca e o turismo nas cidades históricas* (Gomes, 2012), por exemplo, a autora discute as formas de produção e reprodução (re-criação) dos imaginários turísticos das cidades em Coimbra e Salamanca. O artigo analisa como as cidades são apresentadas ao exterior, “nas invisibilidades urbanas criadas pelo setor turístico e no caráter circunscrito e seletivo das cidades turísticas” (p.37). Através de imagens de produtos turísticos e sites oficiais, a autora reflete acerca “da forma como as cidades usam e reatualizam as suas imagens e significados, transformando-os em instrumentos ativos de estratégias de desenvolvimento urbano” (p.37). No entanto, a pesquisa analisa apenas a cidade de Coimbra e sob uma ótica superficial sem aprofundar nas instâncias imaginárias e arquetípicas que envolvem a cidade.

Uma perspectiva interessante para compreender o imaginário português pelo viés turístico é analisar alguns destinos de Portugal que serviram de cenários para produções culturais, como filmes, livros etc. Cordeiro (2011), por exemplo, em *Perpetuating tourism imaginaries: guidebooks and films on Lisbon*, trabalha sob essa perspectiva. Em seu artigo, a autora tem como objetivo contribuir com esse campo de investigação e procura destacar e debater a maneira como o guia de viagem se entrelaça significativamente com discursos sobre Portugal e sua cultura, contribuindo assim, para a perpetuação de um imaginário de turismo em que o país aparentemente permanece imutavelmente fechado.

Da Silva Gonçalves (2012) em sua dissertação de mestrado também procura avaliar o interesse de turistas espanhóis sobre Portugal como destino turístico através da análise de *blogs* e sites turísticos. O estudo recolheu 200 comentários aleatórios para análise e tratamento, através da consulta de sites da web e *blogs* de troca de opiniões, conselhos e experiências. E através dos comentários a autora procurou apurar dados como: que cidades os turistas visitaram, o que comeram, onde ficaram alojados, que transportes utilizaram.

Outro estudo, *An American Tourist in Portugal: Destination Image as Represented in Blogs and Online Reviews*, de Walzem (2011), também aborda como a imagem de Portugal é compreendida através de *blogs* de viagens e resenhas online. No entanto, apesar da pesquisa ter uma base estruturada e bem fundamentada em conceitos da antropologia, da sociologia e até mesmo da psicologia, as profundidades relativas ao imaginário de Portugal não são abordadas do ponto de vista dos estudos do imaginário – uma perspectiva intimamente conectada com esses campos teóricos, extremamente rica para análise e que é deixada em aberto como uma oportunidade para estudos subsequentes.

Estudos mais recentes contextualizam como Portugal entrou na rota de influenciadores digitais apontando para as narrativas digitais como importantes ferramentas para promoção do destino turístico. Na dissertação de mestrado “O papel dos influenciadores digitais portugueses na promoção de um destino turístico”, Ramalho (2019) retrata a forte relação de influência entre os influenciadores digitais e a intenção de visitar um destino turístico. O trabalho procurou aferir se os influenciadores digitais e as suas redes sociais, enquanto estratégia de marketing digital, influenciam a percepção da imagem e a intenção de visitar um destino.

No artigo “Marketing de influência e influenciadores digitais: aplicação do conceito pelas DMO em Portugal”, de Barreiro, Dinis, e Breda (2019), procura compreender a evolução do interesse do setor turístico pelo marketing de influência através de influenciadores digitais e como esse contexto está inserido nas promoções de destinos turísticos em Portugal. A partir de uma análise de conteúdo de notícias publicadas, nos últimos anos, na principal revista dos profissionais de turismo existente em Portugal (Publituris), na secção “Destinos”, os autores perceberam que cada vez mais as DMO recorrem a este tipo de estratégia de marketing, no entanto, verifica-se que é necessária uma ação mais concertada na seleção dos influenciadores digitais e uma maior articulação entre os objetivos da estratégia do destino turístico e a comunicação do influenciador digital.

Para acrescentar ao repertório de investigações sobre essa temática, apresentamos neste artigo uma análise de conteúdo de narrativas digitais produzidas por mulheres que viajam sozinhas, consideradas influenciadoras digitais, sobre Portugal com o intuito de destacar a importância do país como destino turístico e ainda compreender a formulação do imaginário turístico português a partir das temáticas mais mencionadas nessas narrativas.

3. Metodologia

A escolha da análise de conteúdo para desenvolver este estudo se deve ao fato desta ser uma técnica qualitativa que permite examinar e interpretar sistematicamente textos ou discursos, identificando padrões e categorias que revelam significados mais profundos. Conforme descrito por Bardin (1977), essa técnica envolve a codificação do texto, onde se identificam e organizam as unidades de significado em categorias temáticas. Aplicada às narrativas digitais de mulheres que viajam sozinhas, a análise de conteúdo permitiu categorizar como Portugal é representado, identificando os assuntos mais relevantes durante a experiência turística de mulheres neste destino turístico.

O material analisado foi reunido a partir de uma seleção de perfis de mulheres estrangeiras que viajam sozinhas e que produzem conteúdo no ambiente digital, especificamente em blogs e redes sociais. A identificação desses perfis se deu a partir de inquéritos lançados em grupos fechados do Facebook e busca na banda larga. Assim, o *corpus* de análise consiste em conteúdos de blogs, Facebook e Instagram de sete blogueiras e influenciadoras digitais, provenientes de distintos países (França, Brasil, Espanha e Canadá). Os blogs e seus relativos perfis nas redes sociais são: “Viajando por ah!” (Argentina) escrito por Aniko Villalba; Maracujá Roxo (Brasil/Portugal), criado pela brasileira Camila Aldrighi; Oneika the Traveller (EUA/Canadá), criado por Oneika Raymond; Itinera magica (França) criação da jornalista Ariane Fornia; Vida Mochileira (Brasil), criado pela brasileira Maryana Rodrigues; Crônicas de una cosmopolilla (Espanha), da jornalista Patri Rojas e This Battered Suitcase (Canadá) da canadense Brenna Holeman.

Dentre as produções de conteúdo dos perfis selecionados, foram coletadas narrativas com foco no cenário turístico português. Desses conteúdos, dois tipos de linguagens foram levadas em consideração: as linguagens textuais e as linguagens visuais, como textos escritos e imagens fotográficas. Foram analisados conteúdos num intervalo de 11 anos, desde o ano de 2010 a 2021. Na tabela abaixo é possível perceber a quantidade de conteúdos selecionados.

Tabela 1: Quadro de seleção de conteúdos analisados

Nome do Blog	Digital influencer/ produtora de conteúdo	País	Nº de Postagens		
			Blog	Facebook	Instagram
Viajando por ahí	Aniko Villalba	Argentina	4	8	23
Maracujá Roxo	Camila Aldrighi	Brasil	15	6	122
Vida Mochileira	Maryana Rodrigues	Brasil	9	32	94
This battered suitcase	Brenna Holeman	Canadá	5	0	6
Oneika the traveller	Oneika Raymond	Canadá/ Jamaica	4	7	13
Crónicas de una cosmopolilla	Patri Rojas	Espanha	16	4	48
Itinera mágica	Ariane Fornia	França	4	5	21
Total parcial			57	62	327
Total geral					446

4. Resultados

A partir da leitura e análise do *corpus* empírico, foi possível identificar elementos que contribuem para a construção de uma imagem de Portugal como atrativo destino turístico, delineando um perfil identitário da cultura portuguesa com base nas temáticas mais mencionadas.

As descrições dos locais e das experiências de viagem relatadas, em que as viajantes tratam de percursos e roteiros, histórias peculiares da cultura lusitana, bem como dos costumes e comportamentos da comunidade local, permitiu-nos compreender como Portugal foi (re)apresentado nas narrativas digitais.

Ao observar essas representações e reapresentações notou-se que o espaço atua para além de mero contexto situacional geográfico, mas como elemento que pré-determina todo o percurso narrativo. Como elucida Amirou (2007), o espaço turístico é um “receptáculo de sentimentos” (p.68), onde “prazer, euforia, nostalgia, dor, esforço, decepção ou encantamento” (*Idem*) se confluem, e por isso esse espaço é muito mais do que uma “superfície em que se podem observar estratégias deambulatórias, apropriações e racionalidades” (*Idem*). Segundo o autor, o espaço (turístico), concreto ou antecipado, é o lugar de criação do imaginário turístico: “Trata-se acima de tudo de um espaço «sonhado» e «vivido», antes de ser um território trabalhado por uma lógica económica ou por uma prática de distinção social” (Amirou, 2007, p. 68).

Nesse contexto, a análise das narrativas digitais de mulheres que viajam sozinhas permitiu explorar a percepção de Portugal a partir da imersão dessas viajantes no território, além de compreender como ocorre a construção de um imaginário turístico no plano discursivo. Foram identificadas temáticas que abrangem tanto descrições do espaço físico visível quanto relatos de experiências com a cultura local das cidades. Os temas mais recorrentes foram organizados em seis categorias principais: Paisagens Naturais, Paisagens Urbanas, Aspectos Turísticos, Aspectos Artísticos, Aspectos Culturais e Aspectos Históricos.

As paisagens citadinas, naturais, aspetos turísticos e históricos, nessa ordem foram os elementos mais relevantes identificados nas narrativas, como pode ser observado na tabela abaixo.

Tabela 2: Quadro com categorias identificadas nos conteúdos analisados

Categorias	Conteúdos	Nº de arquivos com as categorias identificadas
Paisagens naturais	Clima; Fauna; Flora; Jardins; Mar; Montanhas; Parques naturais; Praia; Rio.	158
Paisagens citadinas	Bar e ou restauração; Bibliotecas e livrarias; Comércio em geral; Galerias de artes; Habitações típicas; Igrejas conventos instalações religiosas; Mercado; Miradouros; Paisagens rurais; Praças; Universidades.	242
Aspectos artísticos	Arquitetura; Arte urbana contemporânea (grafites, muros etc); Azulejos portugueses; Escultura; Literatura; Música; Canto Alentejano; Fado; Pinturas;	23
Aspectos culturais	Aspectos religiosos do cristianismo; Comportamento e Sociedade; Agricultura e outras culturas; Artesanato e artefato em geral; Hospitalidade portuguesa; Língua e expressões; Cultura da navegação; Pesca; Salinas; Cultura da saudade e do passado.	14
Aspectos históricos	artefatos históricos; colonização e relação com colonizados; Escravidão; Idade do Ferro; Período Medieval; Monumentos históricos; Período árabe; Período da 2ª Grande Guerra; Período românico; Pré-história; pré-românico; Realeza e nobreza; Tempos de Salazar.	56
Aspectos turísticos	Aventura; Eventos e festas típicas; Gastronomia (comidas e bebidas); Hospedagens; Museus; Roteiros de viagem; Transportes; Turismo de experiência, visão local.	159

Sobre os elementos das paisagens naturais é importante destacar que estiveram presentes tanto de modo contextual e composicional nas narrativas, quanto marcando presença num primeiro plano, sendo tema principal dos textos e das fotografias, aparecendo, simultaneamente, nos blogs e nas redes sociais. De um modo geral, as paisagens pitorescas e naturais de Portugal, dialogavam com as experiências turísticas das mulheres viajantes, que ora procuravam um silêncio reconfortante na natureza, ora um maior contato com a fauna, a flora ou o mar, motivando a criação de narrativas introspectivas, particulares e experimentais.

Na análise, foi percebida também uma alta frequência de menções de cenários da natureza, como rios, mar, jardins, vegetação, etc. Em geral, Portugal foi considerado como um lugar “paradisiaco” e “pitoresco”, com belas praias e montanhas, parques naturais, onde o clima – do verão ao inverno – é atrativo. Outro ponto interessante é que os elementos e cenários naturais também foram descritos dentro do contexto urbano da cidade, apresentando Portugal como um país que ainda conserva a natureza mesmo dentro dos espaços citadinos, com grandes e belos parques naturais e jardins atrativos dentro das cidades, por exemplo.

As paisagens citadinas de Portugal ilustraram de forma massiva as narrativas digitais das blogueiras e influenciadoras digitais, aparecendo com bastante frequência tanto como contextos em cenário gráficos, quanto como objetos e tema principal das narrativas.

As representações de paisagens urbanas, habitações típicas portuguesas, instalações religiosas, bares e restauração, bibliotecas e livrarias, comércio, galerias de artes, mercados, miradouros, praças, universidades e paisagens rurais fizeram parte dos elementos típicos citados dentro a temática das paisagens urbanas, sendo mencionados como lugares sugestivos para visitas turísticas. Os elementos mais identificados e mais destacados, entretanto, foram as imagens de habitações típicas de Portugal e imagens e referências textuais a instalações religiosas cristãs, como conventos, igrejas, mosteiros etc.

Acredita-se que o alto índice de conteúdo com paisagens urbanas deve-se à grande quantidade de menções aos maiores centros urbanos visitados, como Lisboa e Porto, por exemplo, e também ao grande

número de fotografias que retratavam esses cenários. São imagens que registam o cotidiano das cidades, que capturam a atenção das viajantes através da autenticidade da vida local, demonstrando a cidade como ambiente vivo e orgânico, espaço de trocas e experiências.

As narrativas digitais também apresentaram diversos aspectos específicos sobre turismo, mostrando opções de interesse turístico que partem desde aventura, indicando e explicando roteiros de viagens, apresentando festas e eventos típicos de Portugal, assim como a gastronomia típica dos lugares visitados, dando indicações de hospedagens, museus, transportes e, finalmente, compartilhando relatos de um turismo de experiência, com vivências ativas e significativas, mostrando suas experiências imersivas na cultura de Portugal nos seus relatos de viagem.

A atividade turística de Portugal, para além da beleza natural do país e dos destinos atrativos, está também muito conectada com os aspectos históricos presentes no espaço lusitano. Por isso, ainda no âmbito de perceber as representações espaciais através das narrativas digitais, foram identificados aspectos para além do que era visível e palpável nas paisagens espaciais, como a aura histórica impregnada nessas mesmas paisagens, aspectos muito mencionados nas narrativas.

A partir dos aspectos históricos dos conteúdos analisados é possível identificar referências desde a pré-história até a fatos mais contemporâneos, como o governo de Salazar⁷, por exemplo. Dentre os aspectos mais mencionados estão o período Medieval, a relação com a nobreza, a realeza, a colonização e a relação com países colonizados. Os monumentos históricos, como objetos materializados de passagens históricas, entretanto, foram os mais mencionados, e pode-se inferir que esse fenômeno se deva à importância que desempenham na paisagem das cidades apresentando-se como pontos turísticos pertinentes para visitas de viajantes.

Para além dos aspectos históricos, turísticos e dos aspectos físicos que desenham o espaço das paisagens lusitanas, dentro do panorama das representações de Portugal nas narrativas investigadas, identificou-se também um esforço das autoras de tentarem traduzir uma identidade cultural da aura portuguesa em seus textos.

De acordo com Sairava (1996), historiador que procurou compreender a personalidade da cultura portuguesa, “Portugal é um estado-nação, isto é, um Estado implantado num território com uma cultura própria e relativamente homogênea” (p.79), apesar de possuir espaços territoriais com específicas particularidades, diferenças, no entanto, que “nunca foram bastante acentuadas para criarem pólos de poder ou de irradiação cultural” (p.80). Essa não percepção de divisões vívidas permite entender como a cultura portuguesa foi tratada pelas viajantes a partir de uma homogeneidade que permitiu a elas estenderem suas percepções locais ampliando-as e generalizando-as como características comuns a todo o território representado em suas narrativas.

As publicações comentam sobre particularidades da cultura portuguesa como um todo, valores, costumes, comportamentos, expressões e histórias de personagens locais, que foram identificados e codificados com marcações no tópico “Aspectos culturais em geral”. Nesse sentido, foram codificadas passagens textuais e imagéticas que se referem desde ao comportamento da sociedade, tradições e costumes locais, até a referências mais materiais como menções à agricultura, pesca e expressões linguísticas. Também foram registados aspectos culturais que se referiam à identidade de Portugal: menções nostálgicas ao passado e o patrimônio imaterial da saudade, à cultura da navegação e menções às grandes conquistas que marcam ainda hoje a memória histórica e cultural do país.

Dentro desse panorama de apresentação e representação espacial de Portugal, também foram identificados diversos aspectos referentes à arte produzida no país, com características artísticas típicas que permeiam o imaginário cultural português, resquícios de influências históricas de povos que habitaram o território, que ainda hoje representam o país, construindo sua identidade única através de aspectos estéticos.

A arquitetura, os azulejos portugueses, a arte urbana e contemporânea e o fado, foram os elementos com o maior número de registos nas narrativas, aparecendo, em geral, tanto nos textos quanto nas fotos das publicações digitais de modo a ilustrar a arte e o aspecto artístico que envolve a aura lusitana.

5. Discussões

Na análise realizada até aqui os conteúdos e elementos que contribuem para a construção do imaginário turístico português que emergiram nas narrativas digitais a partir das categorizações, evidenciaram a rica tessitura estética que permeia a cultura lusitana. A construção imagética, que se faz a partir das fotografias e dos textos dos blogs e das redes sociais, é formada por icônicos azulejos brancos e azuis

que se entrelaçam com os lamentos do fado, tecendo paisagens repletas de significado e nostalgia por uma cultura passada, gloriosa, apresentando paisagens de cidades e paisagens naturais, ostentando a grandiosidade do país a partir de sua intrépida história marcada em seus monumentos.

Essa curadoria, em geral, retrata a riqueza histórica e cultural do país, proporcionando o entendimento sobre quais ferramentas discursivas e imagéticas que, ao emergir das narrativas, proporcionam aos espectadores os recursos sensoriais de cores, sons e tradições que constroem o imaginário turístico de Portugal.

Apesar da particularidade subjetiva de cada blogueira/influenciadora digital, os conteúdos encontrados compõem representações imaginárias que dialogam entre si, mostrando um Portugal ainda enraizado às suas glórias passadas, numa natureza selvagem, numa aura marítima e numa representação colorida (azul, branca, vermelha), em paisagens aquáticas, montanhosas, em azulejos que resgatam imagens cristãs e celestes, ressaltando aspetos medievais de sua estrutura. Em um resumo geral, pode-se dizer que Portugal figura como um paraíso selvagem natural; ainda rural e rústico; com uma cultura alicerçada em mitos medievais; saudoso de sua glória passada e seus heróis da nação, e hoje, no presente, calmo, pacato, pacífico e pitoresco.

De acordo com Gravari-Barbas e Graburn (2012), o imaginário turístico desempenha um papel fundamental ao permitir que indivíduos e grupos representem um destino virtualmente. Suas funções incluem despertar o desejo de visitar um local, torná-lo atrativo e auxiliar na concretização dos planos de viagem. Além disso, ele ajuda a reduzir a percepção de distância em relação ao destino, facilitando a familiarização com seu caráter exótico e até mesmo participando ativamente de sua construção. O imaginário turístico não apenas influencia a escolha do destino, mas também molda as práticas turísticas associadas, orientando, determinando e, em alguns casos, até mesmo evitando certas atividades. Em situações desfavoráveis, pode até mesmo dissuadir a visita a determinados destinos.

Em sua proposta epistemológica de abordar os fenômenos turísticos, Amirou (2007) explica que estudar o turismo significa apreender teoricamente a relação com o vínculo social e com o imaginário ligado ao espaço e à alteridade, uma lógica diferencial, mas também *comunal* inerente à prática de peregrinação (p.50). O autor exerga a viagem ao equivalente simbólico de um rito de passagem que vai desde a partida ao regresso. Essa experiência é “contada, comentada, ilustrada por fotos, filmes e objectos-souvenirs, rememoradas em sessões de dispositivos, sem contar com as inúmeras narrativas de viagem que todo escritor-jornalista actual se julga na obrigação de publicar (...)”. (p.46). São essas formas de representação do espaço, narrativas subjetivas sobre os territórios, que são valorizadas pela perspectiva do estudo do imaginário turístico e que foram identificadas nas narrativas analisadas, permitindo uma leitura de como Portugal foi representado e como esse imaginário turístico foi construído.

Como observado por Silva (citado em Aliaga Sáez, 2022, p. 46), os estudos sobre o imaginário não têm como objetivo alcançar uma verdade absoluta em seus resultados, mas, primariamente, oferecem uma maneira de compreender as diversas percepções do mundo. De acordo com esse autor, frente à constante evolução urbana, especialmente inserida no contexto da quarta revolução industrial, onde há um crescente destaque para a valoração imaginária dos objetos e das realidades (Silva, 2020), o mundo físico tende a empobrecer em contraste com esse fenômeno de desmaterialização de suas características. Isso ocorre à medida que os valores agregados de funcionamento passam a predominar sobre o objeto material (Silva, 2020). Nesse contexto, as representações de um espaço, geradas a partir de percepções subjetivas, constroem e reconstróem imagens de um território real, transformando-o em um espaço imaginado, desejável, motivo de curiosidade e objeto de observação do imaginário turístico.

As representações sociais que compõem o imaginário (quer estejam soltas na memória dos cidadãos, fluídas na prosa dos cafés, nos gracejos dos cabarés ou cravadas nas pedras das catedrais) são como fosséis que se revelam de forma diferente para os olhos dos paleontólogos, dos poetas ou dos transeuntes desavisados.

Reinterpretando livremente Baeza (2011), ao tentar compreender as representações sociais a partir da perspectiva dos estudos do imaginário podemos direcionar nossas análises para diferentes condicionantes e suas respectivas relações com outros elementos, partindo desde compreensões sobre: como a condição espacial – na categoria de espaço físico (território) – se relaciona com outro território/ condição que é simbólico/a (delineado/a por fronteiras invisíveis e composto por lugares e eventos reais e imaginados); como a condição temporária e temporal onde o momento da visita atual é interpretado e o passado reinterpretado pela força do imaginário; e, finalmente, como a condição relacional, que explica a posição do diálogo ou do falar a partir da diferença entre as pessoas que ali se relacionam (e, de novo, pela ação do imaginário, com as representações, reminiscências, narrativas e interpretações

dessas reminiscências das pessoas que ali viveram), a partir de onde se estabelecem relações com realidades distintas.

6. Considerações finais

Em suma, as possibilidades que os estudos do imaginário apresentam podem pontuar interpretações sobre as mais variadas dinâmicas interacionais que ocorrem em diferentes condições: física, simbólica, temporal e relacional. Nesse sentido, os estudos sobre o imaginário turístico apresentam-se como mais um caminho interpretativo, uma hermenêutica que se debruça sobre formas presentes nas mais diversificadas narrativas que partem da experiência da viagem, seja do ponto de vista dos próprios turistas, de viajantes em deslocamento, ou por meio de outras maneiras de expressões que interagem com a dinâmica da viagem e do setor turístico.

Sobre as narrativas de Portugal analisadas foi possível perceber que os enunciados que constituem o discurso das viajantes ajudam a construir um imaginário turístico português que ressalta a grande nação que Portugal fora outrora e tranquila nação que se estabilizou na contemporaneidade. Essa camada discursiva dialoga diretamente com os mitos fundamentais que consolidam a estrutura mítica e imaginária de Portugal, perspectiva que aponta para um aprofundamento maior no âmbito da investigação do imaginário turístico português.

Assim, importa compreender como o imaginário turístico se manifesta no ambiente digital por meio das narrativas de influenciadores, seja em blogs ou redes sociais, dado o novo contexto da dinâmica das plataformas digitais na inserção das práticas sociais contemporâneas. Isso implica entender as motivações visuais que inspiram os viajantes a explorarem destinos específicos, identificar os aspectos culturais, sociais e antropológicos destacados nessas narrativas e considerar como essas informações podem contribuir para aprimorar a representação espacial de um destino turístico no ambiente digital.

Ao examinar essas dimensões proporcionadas por uma leitura sensível das narrativas, é possível também identificar valores culturais, crenças, mitos e símbolos que são atribuídos ao local, bem como compreender como esses elementos são reinterpretados e negociados no contexto digital. Dessa forma, as narrativas digitais tanto refletem o imaginário cultural de um destino, como também contribuem para sua evolução e transformação ao longo do tempo, à medida em que são compartilhadas, reinterpretadas e discutidas por uma audiência global.

Diante do notável crescimento do setor turístico em Portugal, a análise das narrativas no ambiente digital sobre este país oferece uma oportunidade valiosa de compreender a representação espacial e a experiência da viagem neste destino. As teorias do imaginário baseadas em uma abordagem teórico-metodológica com raízes na antropologia sensível, surgem, nesse cenário, como uma ferramenta promissora para desvendar o fenômeno ascendente de Portugal como destino turístico e sua rica cultura secular.

Referências

- Abidin, C. (2020). Somewhere between here and there: Negotiating researcher visibility in a digital ethnography of the influencer industry. *Journal of Digital Social Research*.
- Abidin, C., e Karhawi, I. (2021). Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueiras”: uma entrevista com Crystal Abidin. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44, 289-301.
- Abidin, C., e Ots, M. (2016). *Influencers tell all*. Unravelling Authenticity and Credibility in a Brand Scandal, 153-161.
- Aliaga Sáez, Felipe. (2022). *Investigación sensible*. Metodologías para el estudio de imaginarios y representaciones sociales / Felipe Aliaga Sáez, [y otros dieciséis autores]; editor académico, Felipe Aliaga Sáez, Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Amirou, Rachid (2007), *Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem*, Vila Nova de Gaia, Estratégias Criativas
- Ampersand Travel. (2018). Wander Women Index: The Best Destinations for Solo Female Travellers. Recuperado de <https://www.ampersandtravel.com/blog/2018/wander-women-index-the-best-destinations-for-solo-female-travellers>
- Ana, M. I., e Istudor, L. G. (2019). The role of social media and user-generated-content in millennials' travel behavior. *Management dynamics in the knowledge economy*, 7(1), 87-104.

- Arthur, T. O. (2020). #Catchmeinashithole: Black Travel Influencers and the Contestation of Racialized Place Myths. *Howard Journal of Communications*, 1-12.
- Avelino, M. R., Silva, A. S., e Leal, S. R. (2020). DEIXE SEU LIKE! O Engajamento nas Publicações com Digital Influencers no Instagram das DMOs Brasileiras. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14(3), 50-67.
- Azariah, D. R. (2016). The traveler as author: examining self-presentation and discourse in the (self) published travel blog. *Media, Culture e Society*, 38(6), 934-945.
- Baeza, M. A. (2011). Memoria e imaginarios sociales. *Imagonautas: revista interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, 1(1), 76-95.
- Banyai, M. (2012). Travel blogs: A reflection of positioning strategies? *Journal of Hospitality Marketing e Management*, 21(4), 421-439.
- Bardin, L. (1977) *Análise de Conteúdo*. Presses Univcrsitaires de France. Tradução de Luís Antero Reta e Augusto Pinheiro
- Barreiro, T., Dinis, G., e Breda, Z. (2019). Marketing de influência e influenciadores digitais: aplicação do conceito pelas DMO em Portugal. *Marketing e Tourism Review*, 4(1), 1-19.
- Bergmeister, F. M. (2015). Shaping Southeast Asia: Tracing tourism imaginaries in guidebooks and travel blogs. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 8(2), 203-208.
- Castells, M. (2002). *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- Castoriadis, Cornelius. (2000). *A instituição imaginária da sociedade*. 5 Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Cordeiro, M. J. (2011). Perpetuating tourism imaginaries: guidebooks and films on Lisbon Perpétuer les imaginaires touristiques: guides touristiques et films sur Lisbonne. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(3), 249-258.
- da Silva Gonçalves, A. R. (2012). Travel Blogs: A imagem de Portugal como destino turístico em Espanha.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 102, 85-102.
- Duffy, A. (2019). If I say you're authentic, then you're authentic: Power and privilege revealed in travel blogs. *Tourist Studies*, 19(4), 569-584.
- Duffy, A., e Kang, H. Y. P. (2020). Follow me, I'm famous: travel bloggers' self-mediated performances of everyday exoticism. *Media, Culture e Society*, 42(2), 172-190.
- Durand, Gilbert. (2012). *As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral*. 4 ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- Ferreira, E. A., da Rocha Grangeiro, R., e Pereira, R. (2019). INFLUENCIADORES DIGITAIS: Análise da Profissionalização de uma Nova Categoria de Trabalhadores. *Perspectivas Contemporâneas*, 14(2), 04-23.
- Figueiredo, S. L., e Van de Meene Ruschmann, D. (2004). Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. *Novos cadernos NAEA*, 7(1).
- Gastal, S. (2005). *Turismo, imagens e imaginário*. (Coleção ABC do Turismo). São Paulo: Aleph.
- Ghisleni, T. S., e Cardoso, D. S. (2017). Blogueiras: presença digital além dos blogs. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, 10(2), 218-240.
- Gomes, C. S. (2012). Novas imagens para velhas cidades? Coimbra, Salamanca e o turismo nas cidades históricas. *Sociologia*, 23, 37-49.
- Gravari-Barbas e Graburn. Imaginarios turísticos. Via. *Tourism Review*, (1).
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). Turismo e imaginarios. En Hiernaux-Nicolas, D. y Cordero, Allen (Eds.) *Cuaderno de ciencias sociales* (123), Imaginarios sociales y turismo sostenible. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). 7- 36. Recuperado de: www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/.../cuaderno123.pdf
- J. Krumm, N. Davies e C. Narayanaswami. (2008). User-Generated Content. in *IEEE Pervasive Computing*, vol. 7, no. 4, pp. 10-11, Oct.-Dec.
- Jung, Carl G. (2016). *O homem e seus símbolos*. 3 ed. Rio de Janeiro: Harper Collins Brasil.
- Kang, M., e Schuett, M. A. (2013). Determinants of Sharing Travel Experiences in Social Media. *Journal of Travel e Tourism Marketing*, 30(1-2), 93-107. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751237>
- Karhawi, I. (2017). Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *Communicare*, 17(12), 46-6.
- Law, R., e Cheung, S. (2010). The perceived destination image of Hong Kong as revealed in the travel blogs of mainland Chinese tourists. *International Journal of Hospitality e Tourism Administration*, 11(4), 303-327
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., e Gaudet, H. (1944). *The people's choice*.

- Lee, C. L., Hsiao, K. L., e Lu, H. P. (2015). Gender differences in antecedents and consequences of trust in an enterprise's travel blogs. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(2), 269-286.
- Lemos, André. (2005). *Cibercultura e Mobilidade*. A Era da Conexão. Rio de Janeiro.
- MacCannell, Dean. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. London Basingstoke: MacMillan.
- Maffesoli, M. (2001). *Sobre o Nomadismo: vagabundagens pós-modernas*, Rio de Janeiro, Record.
- Maffesoli, M. (2007). *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Rio de Janeiro: Record.
- Martino, L. M. S. (2018). Lendo “The People’s Choice” no seu 70o aniversário: do “líder de opinião” aos “influenciadores digitais”. Intercom: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 41(3), 21-32.
- O’Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0*. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Published on O’Reilly. Recuperado de: <http://oreilly.com>
- Pan, B., MacLaurin, T., e Crotts, J. C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 35-45.
- Prado, R. G. (2003). *Los imaginarios turísticos en la configuración urbana*. Urbano, vol. 6, núm. 8, septiembre, 2003. Universidad del Bío Bío Concepción, Chile
- Primo. (2009). Blog. In Marcondes Filho, C (2009). *Dicionário da comunicação* (2ª ed., pp. 399-400). São Paulo, SP: Paulus.
- Ramalho, B. P. D. C. (2019). *O papel dos influenciadores digitais portugueses na promoção de um destino turístico* (Dissertação de mestrado). Instituto Politécnico do Porto.
- Rashidi, T. H., Abbasi, A., Maghrebi, M., Hasan, S., e Waller, T. S. (2017). Exploring the capacity of social media data for modelling travel behaviour: Opportunities and challenges. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 75, 197-211.
- Roig, E. (2010). Los travel blogs como objeto de estudio de la imagen percibida de un destino. In Turitec 2010: *VIII Congreso Nacional Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones* (pp. 61-75). Universidad de Málaga (UMA).
- Rosas, F. (2001). O salazarismo e o homem novo: Ensaio sobre o Estado Novo e a questão do totalitarismo. *Análise Social*, 35(157), 1031-1054.
- Salgueiro, V. (2002). Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, 22, 289-310.
- Santaella, L. (2014). *Comunicação ubíqua: repercussões na cultura e na educação*. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus.
- Saraiva, A. J. (1996). *A cultura em Portugal: Teoria e história*. Livro I. Introdução geral à cultura portuguesa (2a ed.). Lisboa, Portugal: Gradiva.
- Schmallegger, D. e Carson, D. (2008). Blogs in tourism: Changing approaches to information exchange. *Journal of Vacation Marketing*, 14, 2, 99-110. doi: 10.1177/1356766707087519
- Stendhal. (1905). *Memoires dun touriste*. Oxford at the clarendon press.
- Silva, A. (2020). TERRITORIOS Y LUGARES IMAGINADOS. in *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*. Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades “Alfonso Vález Pliego” | BUAP Año XII | No. 19 | Octubre 2019 - Marzo 2020
- Silva, F. F., Bezerra, L. T., e de Mendonça Nóbrega, W. R. (2019). Imagem e Imaginário como componentes da construção da Experiência Turística do viajante. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(2).
- Ting, K. C., Ting, P. H., e Hsiao, P. W. (2014). Why are bloggers willing to share their thoughts via travel blogs? *International Journal of Technology Management*, 64(1), 89-108.
- Urbain, J. (1986). Sémiotiques comparées du touriste et du voyageur. *Semiotica*, 58(3-4), 269-286. <https://doi.org/10.1515/semi.1986.58.3-4.269>
- Urry, J., e Larsen, J. (2022). *O olhar do turista 3.0*. Edições Sesc SP.
- Veglis, A. (2012). From cross media to transmedia reporting in newspaper articles. *Publishing research quarterly*, 28(4), 313-324.
- Veneu, M. G. (1990). *O flâneur e a vertigem: metrópole e subjetividade na obra de João do Rio*.
- Walzem, S. J. (2011). *An american tourist in Portugal: destination image as represented in blogs and online reviews*. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Wolf, M., e de Figueiredo, M. J. V. (1987). *Teorias da comunicação*. Presença.
- World Population Review. (2024). *Most Dangerous Countries for Women*. Recuperado de: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-dangerous-countries-for-women>

Notes

- ¹ Palavra de origem francesa significa basicamente “vagabundo” ou “pessoa que passeia”. No contexto literário e cultural, especialmente associado ao movimento artístico e literário do século XIX, o flâneur era alguém que tinha o hábito de caminhar sem destino específico pelas ruas das cidades, observando a vida urbana, absorvendo as experiências e impressões do ambiente ao seu redor. “O flâneur, assim como a palavra, ‘não tem entrada nos dicionários’, isto é, nas estruturas fixas da vida social. É um ser das passagens e da mobilidade, cuja atividade hesita entre definir-se como “esporte” ou como “arte”, para a qual se requer “espírito vagabundo, cheio de curiosidades malsãs e os nervos com um perpétuo desejo incompreensível” [...]” (Veneu, 1990, p. 16 e 17)
- ² “Grand Tourist” é uma expressão historicamente associada a um tipo específico de viajante, principalmente nos séculos XVII e XVIII, relacionada à prática do Grand Tour, comum entre jovens aristocratas ou membros da elite burguesa, que empreendiam uma longa viagem por diversos países europeus, especialmente Itália, França e Grécia, com o intuito de ampliar sua educação, conhecimento cultural e experiência pessoal (Salgueiro, 2002).
- ³ “[...] organização espacial historicamente enraizada de nossa experiência comum” (Castells, 2002, p. 468).
- ⁴ Segundo dados da pesquisa da empresa *Ampersand Travel*, *Wander Women Index: The Best Destinations for Solo Female Travellers* (Ampersand Travel, 2018), Portugal foi um dos 10 destinos mais procurados por mulheres que viajam sozinhas em 2018. A pesquisa elencou os países mais desejados por mulheres de acordo com alguns critérios como segurança, direitos das mulheres, cultura, cenário, aventura etc. Outras pesquisas também elencaram Portugal como um dos melhores destinos para mulheres viajarem a solo, como o levantamento de Fergusson (2019), que coloca o país como um dos destinos mais seguros. Na tabela disponível no Anexo 1, é possível ver os indicadores que mantém Portugal como um destino indicado para mulheres viajantes a solo (World Population Review, 2024).
- ⁵ Os líderes de opinião funcionam como intermediários entre os meios de comunicação e os outros indivíduos dentro de um contexto social. O estudo do fluxo da comunicação a dois níveis (*two-step flow of communication*) “é determinado precisamente pela mediação que os líderes exercem entre os meios de comunicação e os outros indivíduos do grupo.” (Wolf e Figueiredo, 1987, p. 21).
- ⁶ Ver: Público. (2023, maio 15). Turismo coloca Portugal a crescer mais do que UE no ano passado. Público. <https://www.publico.pt/2023/05/15/economia/noticia/turismo-coloca-portugal-crescem-ue-ano-2049641>
Ver: Jornal de Negócios. (2024, janeiro 2). Vamos crescer mais em 2024: turismo fecha melhor ano de sempre. Jornal de Negócios. <https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/vamos-crescer-mais-em-2024-turismo-fecha-melhor-ano-de-sempre>
- ⁷ O período do governo de Salazar é relativo ao Estado Novo português, que ocorreu dos anos 30 aos 70. Este regime ditatorial foi marcado por um governo autoritário, nacionalista e conservador, baseado em valores tradicionais, como a defesa da religião católica, o fortalecimento do Estado, e a rejeição de ideologias comunistas e liberais (Rosas, 2001).

Recibido: 19/04/2024
Reenviado: 26/02/2025
Aceptado: 26/02/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

-Galán, Juan José; Martín, Ángel;
Ruíz, Josefina e Mandly, Antonio (1977).
Costa del sol. Retrato de unos colonizados.
Madrid: Campo Abierto ediciones.

ISBN: 84-7446-017-4

Xerardo Pereiro*

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Resumen: Presento en esta reseña una revisitación y una relectura de uno de los libros sociológicos y antropológicos del turismo más importantes en la España de 1970. A raíz de las protestas contra el turismo en España producidas este verano pasado de 2024, reflexiono en diálogo con el libro sobre la necesidad de mirar crítica y calmamente el pasado de la historia del turismo español, especialmente el mediterráneo, para pensar mejor la situación actual y lo que se quiere o puede construir turísticamente en el futuro.

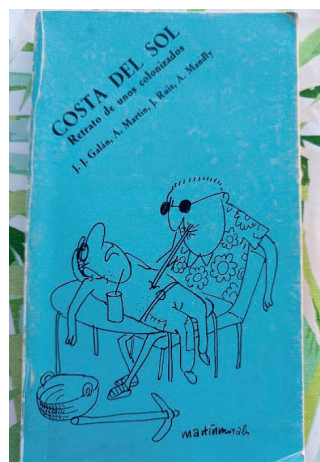
Palabras clave: Costa del Sol; Turismo; Visión crítica del turismo; Colonización turística.

Abstract: In this review I present a revisitación and rereading of one of the most important sociological and anthropological books on tourism in Spain in 1970. Following the protests against tourism in Spain this past summer of 2024, I reflect in dialogue with the book on the need to look critically and calmly at the past of the history of Spanish tourism, especially in the Mediterranean, in order to better think about the current situation and what we want or can build in terms of tourism in the future.

Keywords: Costa del Sol; Tourism; Critical vision of tourism; Tourist colonization.

1. Reseña

Esta es una revisitación y relectura de un texto considerado por muchos como un clásico de los estudios turísticos (cf. Hernández Ramírez, 2016), y en particular de la antropología y la sociología del turismo. Mi intención aquí es recomendar una visitación de este trabajo por su fecundidad y estímulo a la reflexión y el pensamiento sobre el desarrollo turístico, pero también una nueva edición, pues considero que este libro nos aporta una mirada histórica en perspectiva, pero al mismo tiempo lo considero útil para el estudio y análisis del turismo hoy en día. La autoría colectiva de tres profesionales del turismo y un



* <https://orcid.org/0000-0002-6298-5701>; E-mail: xerardopereiro@utad.pt.

Cite: Pereiro-Pérez, X. (2026). Reseña de Publicaciones: -Galán, Juan José; Martín, Ángel; Ruíz, Josefina e Mandly, Antonio (1977). *Costa del sol. Retrato de unos colonizados*. Madrid: Campo Abierto ediciones. ISBN: 84-7446-017-4. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 599-602. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.038>.

académico (sociólogo y antropólogo) hacen del libro una obra muy original en su metodología y técnica, pero además es muy original para su tiempo por la adopción de una epistemología y teoría críticas como es la de interpretar el turismo como colonización capitalista. La publicación llena 176 páginas de un contenido muy riguroso y está acompañado de gráficos muy pedagógicos, y también de dibujos de Martín Morales, que se articulan muy bien con el texto desde un humor crítico del turismo como forma de espejo reflexivo. La portada y la letra están escritos en color azul celeste, lo que no es habitual en la edición librería de libros científicos como el que hablamos, pero que ayuda simbólicamente a entender el objeto de su estudio. Su estructura es la siguiente: una breve introducción, 5 capítulos y unas conclusiones críticas. A continuación, voy a repasar algunos de sus contenidos principales y su potencial contribución para los debates del desarrollo turístico actual en el Mediterráneo español y en otros destinos de turismo de masas, especialmente los anclados en el sol y playa. El primer capítulo se centra en la urbanización del litoral de la provincia de Málaga y la participación del intenso desarrollo turístico en ese proceso (ej. 100.000 camas), cuyas consecuencias sociales han provocado el desvío de la mitad del anterior empleo en el campo y la pesca hacia el turismo y los servicios, el éxodo rural-urbano y emigraciones a otros lugares de residencia concentradas en el litoral. Pero ese proceso de urbanización turística es contextualizado en el contexto geopolítico del franquismo, que impuso sus criterios de desarrollo también en los espacios rurales (ej. en Tolox y Alcuación fueron obligados por Patrimonio Forestal del Estado a plantar pinos, a disminuir las tierras de ganado y se prohibió la tradicional extracción de carbón). Es por ello que el paisaje diverso de viñas, trigo y olivos se convirtió y especializó en un monocultivo de olivales. Y por otro lado, la emigración fue una forma de protesta. Fue una manera de “empobrecimiento de zonas no interesantes a las clases dominantes” y el desarrollo de una economía elefantiásica en el sector servicios” (Galán et al., 1977: 21), que conllevó explotación capitalista e importación de muchos productos foráneos para alimentar a los turistas. Además, las consecuencias ambientales fueron dramáticas, pues muchos de los hoteles se construyeron sin alcantarillas.

El segundo capítulo discute este proceso de urbanización turística, que es mal o bien, más o menos conocida, pero se prefirió y se prefiere aún hablar de “milagro turístico” (Palomino, 1972), y claro está, nadie puede negar hoy en día la importancia del turismo como motor de desarrollo, aunque sea desigual y no tenga siempre efectos totalmente positivos. El mito “solar” asociado al turismo ayudó a crear una nueva racionalidad basada en el consumo de experiencias, nace así la “Costa del Sol”. El texto se centra fundamentalmente en tres casos de estudio: Marbella, Fuengirola y Torremolinos, pero su valor intrínseco es la comparación de las semejanzas y diferencias en los efectos del turismo, especialmente desde una perspectiva de la desigualdad social y las diferencias culturales en interacción. Frente a la calificación de “milagro turístico”, designada por Palomino (1972), un director de hotel afín al régimen franquista, los autores de este libro señalan el proceso de especulación del suelo y la agresión ambiental en toda la Costa del Sol, el modelo del “monocultivo” turístico, la exención de impuestos a los extranjeros y el monopolio de los turoperadores. El concepto de milagro turístico es también deconstruido por los autores al afirmar que todo poder dominante utiliza una ideología eficaz, poderosa y mentirosa para legitimar su estatuto. Y en este caso esa ideología se ha topado con un subconsciente rural deseoso de dejar atrás la escasez y de abrazar el progreso, junto también con la necesidad de vacaciones de las clases medias y bajas europeas. Es lo que los autores llaman de capitalismo especulativo, planificado y dirigido, que implementa un proceso de colonización, y que en el texto es interpretado de forma polisémica. Por un lado, es una colonización de la producción y uso turístico del espacio (ej. turismo de masas en Torremolinos y Benalmádena, y turismo de élite en Marbella), con diferentes ofertas y demandas, integradas en un ciclo de desarrollo que tiene sus tiempos, altos y bajos, como los ocurridos el 10 de agosto de 1971 al derrumbarse parcialmente el hotel Riviera de Torremolinos (con 4 muertos y 10 heridos graves), o la crisis hotelera de 1974, la primera crisis de fe en relación al desarrollo del turismo.

El tercer capítulo es más sociológico y se centra en un análisis de los agentes sociales que intervienen en hotelería de la Costa del Sol. Sus análisis de las estructuras sociales y organizaciones son aquí muy detalladas y pormenorizadas, y demuestran un conocimiento íntimo, observacional y empírico de esa compleja realidad, opaca desde fuera y con mucha luz crítica en este capítulo, que me parece muy bueno para comparar con la situación actual de los trabajadores de hotelería. El texto incluye etnografías de las divisiones sociales y de las relaciones laborales organizadas en jerarquías complejas, vigiladas y con pocas posibilidades de ascenso según los autores, mostrando grados de explotación laboral, adaptación, conformismo, resistencia y contestación diversos. Los criterios sociológicos o variables analizadas son aquí el grado de especialización y formación para el trabajo desempeñado, la autonomía de las funciones, la competencia, la racionalización burocrática de los procedimientos y los orígenes sociales, culturales y económicos de los trabajadores. La industria hotelera es analizada aquí bajo el prisma de ser una

conquista del capitalismo, que ha construido en ella estratos sociales laborales, una jerarquía de papeles y prestigio asociada a la competición y a la alienación. Menos visible, pero no menos importante es la consecuencia de ello, un malestar importante que ha sido liderado y producido por “hijoputas por todas partes” (Galán et al., 2016: 110).

El cuarto capítulo está dedicado a la relación entre trabajadores turísticos y turistas, un tema clásico que hoy vuelve a ser recuperado por algunos autores como Ernest Cañada en España (Cañada, 2015) o Inés Brasão en Portugal (Brasão, 2017). El capítulo se acompaña de dibujos de Martín Morales muy elucidarios de las contradicciones y paradojas del turismo, como por ejemplo la viñeta de un camión descargando turistas en un hotel. Según los autores, la aplicación de la racionalidad neocapitalista ha sido un éxito, los trabajadores trabajan 230 días al año y tienen unos pocos días de vacaciones para seguir consumiendo y produciendo. Y, por otro lado, el turista tiene el cerebro en las manos de los técnicos de marketing, afirman los autores, algo que hoy podrá ser discutible, aunque cierto. Desde otra perspectiva, este capítulo también muestra las desigualdades entre los turoperadores turísticos internacionales (más poderosos), los políticos y agentes sociales locales. El resultado de esta relación desigual y dependiente es no solamente una diferencia y desigualdad salarial, sino también un sentimiento de frustración del colonizado que vive en un sistema vertical de papeles y categorías. Los horarios laborales de 12 horas, la poca movilidad ascendente, la poca autorealización, el estrés de la mudanza, el malestar general, el insomnio, la ansiedad, el cansancio, los problemas de salud mental son parte de las consecuencias de esa relación desigual referidas por los autores. Son problemas que no solamente permanecen en la actualidad, sino que en algunos casos se han intensificado.

Es interesante aquí observar su análisis de los cambios sociales introducidos por el turismo, por ejemplo, los autores afirman que los gestores turísticos, los managers, aumentan su poder con relación al poder de los caciques rurales. Ellos han promovido procesos de emulación, exhibición y neocolonización capitalista. También señalan como la introducción de la televisión en las casas ha difundido mucho la ideología dominante y provocado diversos choques culturales, alteración de los modos de vivir rurales y urbanos. Interesante su análisis de estos efectos sociales desde una perspectiva de género, según los autores, las mujeres de la Costa del Sol son más resistentes al cambio, más defensoras de los valores tradicionales y del sentido de comunidad, que los hombres.

El papel del Estado Español franquista también es aquí analizado en este trabajo, como cómplice de lo que ellos denominan neocapitalismo. Su colaboración se hace de diversas formas y con diferentes medios, pero la primera es la formación turística (escuelas de formación profesional y hoteles-escuela), dando respuesta a las demandas del capital en una actitud de “servir sopas” a los turistas. La segunda es la dependencia de los packs turísticos y una política turística a favor de las inversiones extranjeras, menoscabando en parte los capitalistas españoles. La tercera es promover el abandono del campo y la pesca. La cuarta es hacer que los millares de trabajadores hoteleros asuman e interioricen la ideología de la clase dominante, en un proceso de colonización sutil -valores, carácter social, mudanzas constantes, movilidad social, tiempo como dinero, admiración por quien está arriba, la alegría del consumo, los signos del éxito económico como “morfina”-.

Y frente a este neocapitalismo con el cual colaboró la autoridad franquista, las reacciones sociales fueron también diversas. Los autores, recurriendo a Robert Merton (1964) señalan las siguientes: a) conformidad con el sistema; b) innovación; c) ritualismo; d) rebelión. Las reacciones de los conformistas son las de aceptar las normas y las metas. Los innovadores aceptan las metas, pero no las normas. Los ritualistas no creen en las metas, no las aceptan, pero son conservadores y no tienen coraje para rechazar. Los retraídos no quieren ni metas ni normas, pasan de todo, dejan andar las cosas sin que les afecten mucho los cambios. Los rebeldes quieren cambiar las metas y las normas. En esto creemos que es muy original el libro, es decir, los autores no estudian solamente los efectos del turismo, sino también las reacciones de las comunidades en relación con esos efectos, algo que trabajarían después antropólogos como Jeremy Boissevain (2011).

El capítulo quinto analiza la gran huelga turística del 14 de agosto de 1977, producto del malestar analizado en el capítulo anterior. En la huelga participaron según los autores unos 23.000 trabajadores, que se resolvió con un pacto entre el gobernador de Málaga, los sindicatos y los turoperadores. Sin embargo, el análisis de los autores del texto concluye que la estratificación social, la desigualdad y la jerarquización continuaron a pesar de algunas mejoras conseguidas por los trabajadores, sus luchas y reivindicaciones.

Y en la conclusión del libro, los autores cuestionan el mito del turismo como milagro y gallina de los huevos de oro, porque los “raposos” (empresarios turísticos, turoperadores, capitalistas...) se comen a las “gallinas” (trabajadores del turismo, comunidades locales), y los “borregos” (turistas) se muestran

pasivos. Es decir, el mito, como modelo lógico para resolver contradicciones de la vida social cotidiana no ha conseguido resolver estas. Los autores también afirman que hay “gallinas” que se creen raposos y “gallos” que quieren engañar a los raposos convirtiéndose en ellos. Esta parte del libro concluye con dos ideas clave que tendrán continuidad en los estudios turísticos de décadas posteriores. La primera es una reflexión crítica sobre la relación entre turismo y neocapitalismo, destacando como la función social del turismo como recarga de energías de los trabajadores del sistema capitalista lleva también consigo una función de alienación de los problemas. La segunda es la necesidad de pensar y buscar alternativas a ese sistema y modo de desarrollo turístico, lideradas por “los insurgentes de la voluntad de vivir”, buscando construir nuevas relaciones humanas, nuevas relaciones de consumo y organización colectivas que no conviertan el Mediterráneo en el “estercolero de la Historia” (Galán et al., 1977: 174).

En definitiva, si bien hay otros muchos trabajos posteriores sobre el turismo en la Costa del Sol (ejs. O'Reilly, 2000; García Moreno et al., 2016; Collado Segovia, 2016; Fuentes Vega, 2017), algunos desde la mirada del papel del cine y su representación ((Zarrameño Aramendía, 2010), como podemos ver en las películas “Días de Viejo Color (Pedro Olea, 1967) o Hijos de Torremolinos (James A. Michener, 1971), este libro es iniciático y nos muestra lo que tan bien ha señalado Antonio Miguel Nogués Pedregal y es que el turismo es otra forma de hablar de relaciones de poder (cf. Yanes Torrado y Travé Molero, 2020), relaciones de poder que en aquel contexto y tiempo malagueños eran complejas y desiguales, no exentas de dominaciones, negociaciones, intermediaciones, subordinaciones, colonizaciones y también algunas resistencias y contestaciones que han llevado a algunas conquistas sociales por parte de los trabajadores del turismo. Es como resultado de esas dialécticas que mejor podremos entender el turismo de hoy en destinos como el mediterráneo español y otros muchos, donde el turismocentrismo es clave para entenderlos.

Referências

- Boissevain, J. 2011. Lidar con turistas. Reacciones europeas al turismo en masa. Barcelona: Bellaterra.
- Brasão, I. 2017 Hotel, os bastidores. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Cañada, E. 2015 Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral. Barcelona: Icaria.
- Collado Segovia, Ch. 2016 “Representaciones colectivas de la Costa del Sol, discursos oficiales y puntos de fuga”. URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales, 6 (1): 35-50. Online en: https://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/segovia_collado
- Fuentes Vega, A. 2017 “El latin lover español: ¿un mito ibérico? Una investigación iconográfica sobre el papel del erotismo en los imaginarios del turismo en España (1950-1970)”. Via Tourism Review, 11-12. Online en: <https://doi.org/10.4000/viatourism.1678>
- García Moreno, A.; Rosa Jiménez, C. y Márquez Ballesteros, María José 2016 “Lo banal como patrimonio de la Costa del Sol. Torremolinos (1959 -1979)”. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14 (1): 253-273. Online en: https://www.pasosonline.org/es/component/sobipro/898-pasos_revista_de_turismo_y_patrimonio_cultural_vol_14_n1_2016?Itemid=0
- Hernández Ramírez, J. 2016 “Hablan las trabajadoras de los rincones oscuros del turismo. Reseña del libro las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral. De Ernest Cañada (2015)”. Quaderns, 32: 205-209. Online en : <https://raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/320296>
- Merton, R. K. 1964 Teoría y estructura sociales. México: FCE.
- O'Reilly, K. 2000 The British on the Costa del Sol. Londres: Routledge.
- Palomino, A. 1972 El milagro turístico. Barcelona: Plaza & Janés.
- Yanes Torrado, S. y Travé Molero, J. 2020 “El turismo o la creación más perfecta y sofisticada del sistema de valores capitalista: Una entrevista a Antonio Miguel Nogués Pedregal”. Perifèria, revista de recerca i formació en antropologia, 25(3): 174-207. Online en: <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.819>
- Zarrameño Aramendía, G. 2010 “Cine y turismo en la Costa del Sol. Retrato de unos colonizados”. En Sauret Guerrero, M. T. (coord.), Usos, costumbres y esencias territoriales (pp. 581-598). Málaga: Universidad de Málaga.

Recibido: 30/01/2026

Reenviado: 05/02/2026

Aceptado: 05/02/2026

Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

Hernández Ramírez, M., & Escalera
 Reyes, Fco. J. (Eds.). (2024).

*Turismo y sostenibilidad urbana en la ciudad de Sevilla.
 Balances, actores y prácticas.*

Tirant Humanidades.

ISBN: 978-84-1183-578-7

Ignacio Barrera Martínez*
 Universidad Pablo de Olavide (España)

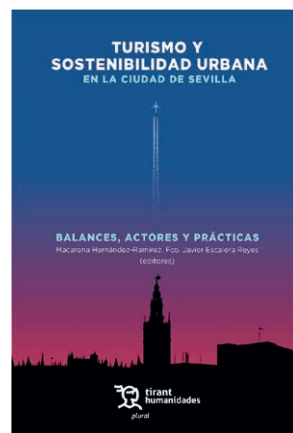
1. Reseña

Turismo y sostenibilidad urbana en la ciudad de Sevilla. Balances, actores y prácticas es una obra editada por Francisco Javier Escalera Reyes y Macarena Hernández Ramírez, publicada a finales de 2024 por la editorial Tirant Humanidades.

Esta obra es el resultado del proyecto de investigación *Turismo y sostenibilidad urbana en ciudades históricas desde la perspectiva de los trade-offs de resiliencia socioecológica*, desarrollado en el marco del programa operativo Feder Andalucía 2014-2020. En el proyecto ha trabajado un equipo multidisciplinar de 11 investigadores e investigadoras de la Universidad Pablo de Olavide entre diciembre de 2021 y junio de 2023.

La obra presenta a través de sus ocho capítulos un estudio que analiza los efectos del proceso turístico en Sevilla desde la perspectiva de los socioecosistemas urbanos y la resiliencia socioecológica. Para ello utilizan como unidades de observación dos espacios, el eje peatonal de la Plaza del Pan a la calle Regina en el centro de la ciudad, y la calle Afán de Rivera, en el barrio periférico del Cerro del Águila, abordando así los efectos del turismo desde una visión global de la ciudad. Los dos primeros capítulos exponen la posición teórica y metodología de la investigación, mientras que los capítulos restantes presentan los resultados del análisis de cinco aspectos afectados por el proceso turístico: el espacio público, el comercio, la vivienda, la gestión de residuos y la movilidad.

En el primer capítulo Fco. Javier Escalera Reyes y Macarena Hernández presentan la fundamentación teórica del trabajo, basada como he mencionado antes en la concepción de la ciudad como socioecosistema urbano con capacidad de resiliencia. Esto implica observar la ciudad como un sistema complejo adaptativo compuesto por elementos biofísicos y sociales, los cuales están dotados de capacidad transformación o adaptación mediada por la presencia humana. La resiliencia por su parte es la capacidad de los



* <https://orcid.org/0009-0004-3021-586X>; E-mail: ignaciobarreramartinez@gmail.com

Cite: Barrera Martínez, I. (2026). Reseña de Publicaciones Hernández Ramírez, M., & Escalera Reyes, Fco. J. (Eds.). (2024). *Turismo y sostenibilidad urbana en la ciudad de Sevilla. Balances, actores y prácticas*. Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-1183-578-7. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 603-606. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.039>.

socioecosistemas de aguantar situaciones aparentemente favorables o situaciones de estrés manteniendo su estructura e identidad a partir de una respuesta creativa. Por último, el capítulo presenta la idea de los *trade-offs* de resiliencia socioecológica como herramienta de análisis y evaluación de las transformaciones producida por el proceso turístico en Sevilla. Esto supone el análisis de los efectos que generan las acciones adaptativas de un socioecosistema con el fin de determinar si producen consecuencias positivas o negativas, para lo cual es necesario abordarlos desde determinadas escala espacio temporales y determinados individuos o colectivos.

El segundo capítulo presenta la propuesta metodológica de la investigación. Este capítulo puede dividirse en dos partes. En la primera Miquel A. Gual, Macarena Tejada Tejada y Macarena Hernández-Ramírez exponen la justificación de la elección del eje Plaza del Pan – Regina como ámbito de observación dentro del distrito turístico de la ciudad, y la elección del eje Afán de Rivera como zona alejada en gran medida del proceso turístico que utilizan como zona de contraste, así como exponen los cinco aspectos en los que se centra el estudio. Esta primera parte además presenta la idoneidad y la innovación que resulta de abordar este estudio desde una perspectiva etnográfica para incluir en análisis de este tipo datos cualitativos desde una esfera micro.

En la segunda parte presentan un modelo estadístico experimental con el que a través de diversos datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística han buscado calcular el número total aproximado de turistas y excursionistas que han visitado Sevilla entre 2018 y 2022, estimando su distribución tanto en los diferentes modelos de hospedaje que ofrece la ciudad, como la distribución en los distintos distritos de la ciudad. Estos cálculos señalan que el distrito Casco Antiguo recibe el 53,7% de la presión turística, mientras que el distrito Cerro – Amate recibe el 1,79%. Este análisis cuantitativo supone un punto de partida para medir el impacto biofísico del turismo en la ciudad.

En definitiva, estos dos primeros capítulos presentan la mirada con la que las investigadoras e investigadoras han abordado la investigación desde una perspectiva mixta en la que han operado tanto datos cuantitativos como cualitativos.

Francisco Aix Gracia y Mario Jordi-Sánchez analizan el espacio público en el tercer capítulo. Los autores presentan el centro de la ciudad como el espacio que alberga gran parte de la monumentalidad y la especificidad identitaria de Sevilla, lo que lo ha convertido en el espacio turistificado de la ciudad. Este proceso ha dado lugar a una paulatina privatización del espacio público por negocios cada vez más enfocados en el consumo turístico, lo que genera mal estar entre los habitantes del centro, pues ven su territorio convertido en un parque temático. Aun así, esto no implica la desaparición de los residentes en el centro, sino que este se convierte en un espacio de convivencia y conflicto entre dos colectivos con ritmos distintos. Mientras tanto, en Afán de Rivera se mantiene un modelo de sociabilidad de barrios tradicionales donde la calle adquiere un sentido semipúblico/semiprivado a raíz de las relaciones sociales cercanas y personales que denotan familiaridad y se desarrollan tanto en la calle como en los diferentes negocios de la zona. Este espacio también es espacio de relaciones de convivencia y conflicto, pero a diferencia del centro, aquí el turismo no genera ni malestar ni animadversión en los vecinos y vecinas.

El cuarto capítulo aborda el comercio y la hostelería. Cristina Gálvez-García, Auxiliadora González-Portillo y Esteban Ruiz-Ballesteros presentan en primer lugar la metodología que han utilizado para comparar la estructura comercial de los dos ejes, basada en la cuantificación de la tipología y el perfil de la clientela mayoritaria de los negocios. Al poner en conversación estos datos con los obtenidos de la observación y las entrevistas han representado analíticamente al eje centro como un espacio definido por su marcada función comercial que da lugar a un espacio pensado para el consumo, específicamente de restauración, en el que se registra una intensa rotación de negocios. Por su parte, el eje de Afán de Rivera es un espacio con una funcionalidad mixta, residencial y comercial, con una oferta variada y una rotación de negocios contenida.

Estos datos son la base de un análisis más extenso que presenta el comercio del centro como un producto más del proceso turístico, que ha llevado a la pérdida en gran medida del comercio tradicional y de proximidad, para dar lugar a un espacio en el que predominan los negocios de restauración gourmetizados enfocados en el turismo, lo que a su vez está generando una pérdida de la función social de los bares como espacios de encuentro de las vecinos y vecinas del centro u otros residentes de la ciudad. En Afán de Rivera, aunque los negocios también se adaptan a los gustos y necesidades de la población actual, sigue manteniéndose como un espacio comercial diverso enfocado en dar servicio a los vecinos y vecinas del barrio.

Macarena Hernández-Ramírez y Miquel A. Gual Font presentan su análisis sobre la vivienda en el quinto capítulo. Consideran la vivienda como el aspecto afectado por el proceso turístico que mayor movilización social genera en la ciudad, a raíz pérdida de vivienda residencial en favor de la vivienda

con finalidad turística y el efecto de este proceso en el mercado inmobiliario. Esta pérdida de vivienda residencial se está dando principalmente en el distrito Casco Antiguo, donde representa el 58% del parque de viviendas, mientras que el distrito Cerro – Amate la vivienda residencial supone el 86%. La diferencia porcentual de vivienda con finalidad turística en ambos distritos también es notable, pues en el Casco Antiguo abarca el 14% del parque de viviendas y en Cerro – Amate solo el 0,1%. El impacto del proceso turístico en la vivienda del Casco Antiguo se refleja también en que el 66,1% de las plazas turísticas se encuentran en este distrito.

En el marco de los ejes de observación, denotan que ambos ejes están sufriendo una transformación, aunque en el caso del centro esta reforma tiene carácter urbanística y arquitectónica con la rehabilitación de edificios y espacios enfocados principalmente en el turismo, y en Afán de Rivera la reforma tiene carácter arquitectónico enfocada en la rehabilitación y construcción de nuevas viviendas, que presumiblemente en el marco contextual del distrito tendrán primordialmente funcionalidad residencial. Resulta especialmente interesante en este capítulo el análisis que hacen los autores sobre la evolución de la estructura empresarial de la vivienda con finalidad turística en la ciudad a partir de entrevistas con propietarios y operadores.

El sexto capítulo trata la relación entre turismo y residuos urbanos. El capítulo es obra de Andrés Morillo Najarro, Miguel A. Gual Font y Fco. Javier Escalera Reyes. Su contenido puede dividirse en una primera parte de análisis cuantitativo y una segunda parte de análisis cualitativo a partir del cual abordan los efectos biofísicos y sociales de la relación residuos y turismo en la ciudad. En la primera parte presentan el modelo estadístico con el que han calculado la producción anual de kilos de residuos por habitante en los distritos de Sevilla. A partir de estos cálculos los investigadores obtienen que en 2018 en Sevilla se produjo de media 478Kg de residuos por habitante. En la distribución por distritos se obtiene que en el Casco Antiguo se produjo 1.282,4Kg de residuos por habitantes y en el distrito Cerro – Amate 321Kg por habitante. Esto muestra el importante impacto del turismo en la generación de residuos, tanto el generado por los propios turistas, como el generado por los negocios, especialmente los de restauración.

La segunda aborda los impactos sociales de los residuos. En Afán de Rivera los conflictos generados por la gestión de los residuos derivan del arbolado de la calle, la suciedad de los espacios libres cercanos al barrio, la distribución de los contenedores, y de lo que los vecinos definen como una culpa mutua entre la actitud incívica en cuanto a los residuos de parte de la población y la mala gestión por parte del servicio municipal de limpieza. En el eje centro los problemas con los residuos se encuentran en la escasez de papeleras y contenedores, los cuales en gran medida se sitúan en calles secundarias, que además de albergar los contenedores, reciben menos atención por el servicio de limpieza frente a las calles principales.

En el séptimo capítulo Adolfo García Jerez, Cristina Gálvez García, Mario Jordi-Sánchez, Francisco Aix Gracia analizan la movilidad urbana. El primer aspecto que tratan es el proceso de peatonalización del Casco Antiguo iniciado en 2006, el cual originalmente tenía la finalidad de reapropiar el espacio central de la ciudad para los viandantes, aunque también supuso un impulso del proceso turístico en el Casco Antiguo al transformarse en un espacio atractivo y seguro para pasear. La distribución espacial de los monumentos ha dado lugar a flujos específicos en el Casco Antiguo, que representan espacios saturados, no solo por peatones, sino también por ciclistas, patinetes eléctricos y terrazas de bares. Aun así, la proliferación de estos modelos de movilidad blanda no solo se debe al turismo, sino también a la facilidad que ofrecen estos vehículos a la hora de acceder al centro, especialmente para trabajadores que residen en otras zonas de la ciudad. Frente a los modelos de movilidad blanda los vehículos motorizados, tanto públicos (taxis) como privados encuentran dificultades para acceder al centro y especialmente para aparcar.

En el Cerro también hay conflictos relacionados con la movilidad, aunque esta zona a diferencia del centro no presenta saturación. Los conflictos se encuentran en la falta de aparcamiento y en la posibilidad de peatonalización del barrio, lo que algunos informantes han achacado a la costumbre de los vecinos del barrio de aparcar en la puerta de su casa, que genera mal estar cuando no consiguen hacerlo, aun habiendo aparcamiento de sobra normalmente en calles alejadas al barrio como la Avenida de Hytasa.

Este capítulo incluye también una interesante reflexión sobre el derecho al turismo y el derecho a la ciudad, en el que además de poner en interrogación la democratización del turismo también ponen en alza la necesidad de prevalencia del derecho a la ciudad.

El último capítulo recoge las conclusiones de la investigación. Macarena Hernández Ramírez, Fco. Javier Escalera Reyes y Cristina Gálvez García concluyen el libro a partir del análisis conjugado de los diferentes *trade-offs* de resiliencia socioecológica detectados en los cinco aspectos que aborda la

investigación. Esto pone de manifiesto que tanto las unidades de observación elegidas, como los aspectos tratados están estrechamente relacionados, y permiten desarrollar un análisis del proceso turístico desde una mirada global y compleja de la ciudad. A partir de esto la investigación determina que en Sevilla el turismo supone un conflicto en la cotidianidad de las vecinas y vecinos que habitan el centro, mientras que en barrios periféricos como el Cerro del Águila es un aspecto que llega a ser motivo de orgullo por la repercusión internacional que alcanza la ciudad. En términos generales, a pesar de que el proceso turístico aporte nuevas actividades, actores y prácticas a la ciudad, y en tanto añade capacidad de resiliencia, los *trade-offs* que producen en el Casco Antiguo pueden llegar a reducir drásticamente la identificación de la población local respecto al centro de la ciudad, perdiendo así un espacio y sus símbolos como elementos de cohesión social.

Esta obra, además de aportar un interesante análisis sobre el proceso turístico en Sevilla, creo que ofrece una herramienta metodológica innovadora para abordar los efectos del turismo en las ciudades, especialmente desde la antropología. Creo que, a diferencia de otras obras sobre procesos turísticos en entornos urbanos, que solo se centran en los espacios centrales de la ciudad, este libro recoge una visión global y compleja que reconoce la diversidad de agentes y espacios que componen las ciudades, aportando una visión integradora de las mismas.

Recibido: 25/01/2025
Reenviado: 08/03/2025
Aceptado: 08/03/2025
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

Pacheco, Anna (2024).
Estuve aquí y me acorde de nosotros.
Una historia sobre turismo, trabajo y clase.
Barcelona: Anagrama.

ISBN: 978-84-339-2230-4

Xerardo Pereiro*

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

1. Reseña

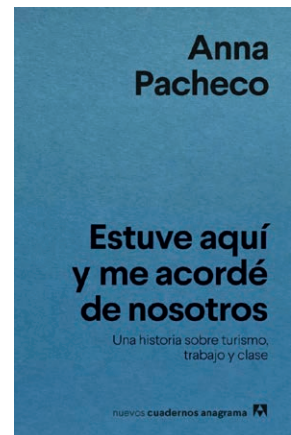
Estamos frente a un libro publicado por la editorial Anagrama (ver: https://www.anagrama-ed.es/libro/nuevos-cuadernos-anagrama/estuve-aqui-y-me-acorde-de-nosotros/9788433922304/NCA_68), que recupera su tradición de publicar libros de ciencias sociales en un formato de bolsillo muy accesibles al gran público y no solo para los especialistas. Pero este libro tiene una característica diferente, y es que ha sido publicado ya en las dos lenguas iberoamericanas predominantes, primero en español en el 2024 y luego en portugués en el 2025 (Pacheco, 2025) por la editorial Objectiva (ver: <https://penguinlivros.pt/loja/objectiva/livro/estive-aqui-e-lembrei-me-de-nos/>). Este último texto tiene como novedad un prólogo sobre la turistificación de Lisboa y sus consecuencias, que no tiene en la versión española. En nuestra reseña nos ceñiremos a la versión española, ya reseñada por el investigador José Antonio Mansilla López (2025), pero nuestra óptica será diferente de la de aquel, como veremos a continuación.

El libro de Anna Pacheco hay que relacionarlo con otros títulos publicados en la última década en España y Portugal (cf. Cañada, 2015; Brasão, 2023), países turísticos que dependen mucho de los trabajadores del turismo y del contrato social que el sistema turístico establezca con ellos. Paradójicamente poco se había investigado y hablado sobre esta problemática fundamental en turismo (cf. Galán et al., 1977), hasta que movimientos sociales como las “Kellys” en España o investigadores críticos y rigurosos como Ernest Cañada retomaron y visibilizaron este problema e introdujeron en una cierta agenda política, institucional e incluso académica.

Pero el libro de Anna Pacheco presenta también una mirada epistemológica más antropológica, entre autoreflexiva y “emic” (punto de vista de los protagonistas), pues ella se ha metido dentro de la realidad hotelera de Barcelona, ha escuchado, observado y descrito con estilo etnográfico y etnobiográfico la vida en los hoteles (no tanto fuera de ellos) de los trabajadores hoteleros, sus voces experienciales y sus tensiones con el sistema turístico. Para ello, la autora se nutre de teorías

* <https://orcid.org/0000-0002-6298-5701> ; E-mail: xerardopereiro@utad.pt.

Cite: Pereiro-Pérez, X. (2026), Reseña de Publicaciones: Pacheco, Anna (2024). *Estuve aquí y me acorde de nosotros. Una historia sobre turismo, trabajo y clase.* Barcelona: Anagrama. ISBN: 978-84-339-2230-4. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 24(2), 607-610. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.040>.



antropológicas del turismo desde una perspectiva teórica que podemos designar como economía política del turismo.

Ya en el prólogo afirma que las vacaciones configuran hoy la identidad de la gente, algo que algunos antropólogos anti-turismo aún no han sido capaces de aceptar, es decir la permeabilidad social y cultural del turismo a todos los órdenes de la vida. En antropología del turismo sabemos que se viaja para probar que se ha viajado, aunque el turismo internacional solamente se reserva para un 4% de la población mundial (Pacheco, 2024: 11). Su argumentario teórico se apoya en la filosofía y teoría del aburguesamiento de la clase obrera, que utiliza el consumo para dejar de sentirse proletario e intentar ser otra cosa, por lo tanto, se viaja para olvidar lo que se es, descubrir quienes somos y también para esconder quienes somos. Y así ella considera el turismo como un elemento social “desclasante”. Se hace turismo también para contar y relatar que se ha viajado.

Luego, esta periodista formada en antropología, nos cuenta que ha hecho trabajo de campo durante 7 meses, es decir, no se ha limitado a analizar estadísticas o hacer simplemente unas cuantas entrevistas (36), metodologías típicas en la investigación turística, sino que ha hecho observación participante en hoteles de lujo de la ciudad de Barcelona, y nos cuenta como ha entrado en ese campo, terreno o universo social. Cuando habla de lujo, esta investigadora diferencia entre lujo y calidad, conceptos sobre los que no hay un acuerdo académico o empresarial bien definido. Aquí intervienen variables de diferente tipo como el trato personalizado, el cariño, el esfuerzo, el dinero o la duración de la estancia.

Toda la publicación gira en torno a varias preguntas iniciales que se hace esta investigadora, entre ellas algunas que considero muy importantes y que tienen que ver con la descarbonización del turismo, su enverdecimiento (turismo verde, ecoturismo, turismo sostenible, turismo responsable...) y sobre todo con la posibilidad de construir un turismo pos-capitalista (cf. Lestegás Tizón, 2025) u otros turismos (ej. turismo lento).

El primer capítulo de esta interesante obra se titula “Barcelona, the City of Souvenirs” donde nos presenta como ha realizado su investigación (tesis de maestría) inmersiva, e interpreta los hoteles como espacios de trabajo, no solamente de ocio, como figuras morales y de autoridad de la contemporaneidad. El segundo capítulo se titula “El túnel de la experiencia”, y en el mismo entiendo los trabajadores de los hoteles como proveedores de servicios y parte del producto consumido, aunque también se desvía hacia cuestiones de imagen de promoción turística de los destinos, y como los trabajadores tienen la misión de mantener la imagen mental positiva sobre los destinos turísticos.

El tercer capítulo presenta un título muy provocador: “Por ganarme la vida, la estoy perdiendo”. En el mismo analiza la explotación laboral turística desde el control de la información sobre el tiempo de trabajo, un ejemplo del cual son las polémicas “horas extras” de los trabajadores. El capítulo se aproxima a como los trabajadores viven ese control del tiempo y los problemas que causan en sus vidas. El cuarto capítulo, titulado “Muchos paraísos”, nos muestra como el capitalismo turístico utiliza imaginarios sociales coloniales en su explotación de los recursos planetarios y como los trabajadores hoteleros actúan en el marco de una tensión entre el ideal del anfitrión y el servilismo disfrazado. Y frente a las imágenes edulcoradas dominantes en turismo, la autora nos muestra imágenes catastrofistas y también realistas de esos supuestos “paraísos” turísticos, con fosas, heridas y caras “B” de los relatos oficiales del turismo.

El capítulo 5 (“Ser un poco vivo”) refiere el turismo como un proyecto moral de ver el mundo, ambición de cultura y de estatus. Y el hotel como un lugar de aprendizaje, una especie de escuela de vida. La autora realiza aquí algunas observaciones críticas importantes, la primera es que el patriarcado autoritario anterior se ha reconvertido en un patriarcado que sabe todo, y critica a los empresarios que vienen de abajo y ascienden socialmente aparentemente solo con esfuerzo personal, cuando en realidad hay todo un contexto social, político y económico del que dependen. Es así también como en los hoteles se construye una división social del trabajo, según la cual la mayor ambición de los trabajadores de los hoteles es dejar de trabajar en ellos. Los trabajadores hoteleros se muestran cansados de las desigualdades, quieren una sociedad mejor y buena para todos, no solamente para unos pocos, quieren un capitalismo regulado y una sociedad cooperativa, o por lo menos es lo que manifiestan a esta investigadora.

El capítulo 6 nos parece también muy interesante, y en él se destaca la cuestión del resentimiento o el odio de clase. Los trabajadores se declaran como “clase media baja”, resultado del “exorcismo de la lucha de clases” (cf. Rodríguez López, 2023), y de la poca capacidad redistributiva de la ideología meritocrática tan cacareada en nuestras instituciones y organizaciones sociales. La autora también critica como muchos trabajadores “intermedios” (“una tierra de nadie”), son contratados como si

fuesen policías para ejecutar normas sin cuestionar si son buenas o malas, es decir, su sentido de justicia social.

El capítulo 7 (“La cena de Navidad”) analiza ese ritual en el contexto laboral de los trabajadores hoteleros como pretexto y co-texto para cuestionar los códigos de presentación social en el mundo del trabajo (ej. el código social del traje chaqueta) y las jerarquías sociales y espaciales (ej. clase profesional directiva y administrativa frente a las clases trabajadoras) entre trabajo productivo y reproductivo. En esta cuestión, Anna Pacheco se muestra muy crítica y afirma que la clase profesional y administrativa existe en función de la expropiación de habilidades y cultura de la clase obrera, creando así conflictos sociales. Y desde este marco teórico analiza las cenas de empresa de los hoteles donde participan los trabajadores turísticos, y donde se elucidan distancias y tensiones sociolaborales, pero igualmente diferenciaciones entre trabajo intelectual y manual (aunque toda actividad laboral es también mental). Y en el caso que nos ocupa la proletarianización del trabajo hotelero se ha visto acompañado de salarización diversa, tensión entre reproducción y producción, neutralización de los conflictos de clase y simplificación de las diferencias sociales. Frente a ello, la autora se pregunta si es posible y necesario un trabajo digno en el turismo.

El capítulo 8 (“El fin de algo”) cierra este pequeño libro con un diálogo con Ernest Cañada, que sirve de inspiración a la autora en la construcción del texto, para pensar fórmulas pos-capitalistas de organizar el descanso y otras formas de turismo sin servilismo, colonialismo y explotación. Desde esta visión utópica, la autora propone reformular prácticas sociales, inventar conceptos nuevos o reformular viejas prácticas (ej. pretende recuperar el excursionismo “dominguero”), autogestionar el ocio con base en un turismo de proximidad socialmente inclusivo, o gestionar lo que ella denomina “lujo comunal” (Pacheco, 2024: 119), o que los trabajadores hoteleros puedan usar las infraestructuras hoteleras y su espacio también como turistas. Además, propone medidas sociales generales como trabajar menos, moverse menos, u adoptar otro tipo de descanso frente a la distopía de los excesos del turismo, de los que habla en el epílogo de esta interesante y provocativa publicación.

Una publicación crítica y ensayística en la que la autora recurre mucho a una polifonía etnográfica, documental y artística, analizando textos académicos (no muchos de la antropología del turismo propiamente dicha), películas bien contextualizadas y relacionadas con la problemática que trata en su trabajo. Demuestra así su publicación, que la antropología del turismo es también un arte de la co-construcción de saber científico, y no solamente un arte de escritura literaria.

Referencias

- Brasão, Inês (2017) *Hotel, os bastidores*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos. ISBN: 978-989-8838-93-3. 150 páginas.
- Cañada, Ernest (2015) *Las que limpian los hoteles*. Barcelona: Icaria.
- Galán, Juan José; Martín, Ángel; Ruíz, Josefina e Mandly, Antonio (1977) *Costa del sol. Retrato de unos colonizados*. Madrid: Campo Abierto ediciones. ISBN: 84-7446-017-4. 176 páginas. Dibujos de Martín Morales.
- Lestegás Tizón, Iago (2025) *O paradoxo do turismo*. Santiago de Compostela: Sermos Galiza.
- Mansilla López, José Antonio (2024) *Reseña de “Estuve aquí y me acordé de nosotros. Una historia sobre turismo, trabajo y clase”*: Pacheco, A. (2024). *Estuve aquí y me acordé de nosotros. Una historia de turismo, trabajo y clase*. Editorial Anagrama 139 páginas ISBN: 978-84-339-2230-4. *Perifèria. Revista d'investigació i Formació En Antropologia*, 29(1), 140–144. <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.974>
- Rodríguez López, Emmanuel (2023) *El efecto clase media. Crítica y crisis de la paz social*. Madrid: Traficante de sueños.

Agradecimientos

O Centro em Rede de Investigação em Antropologia (CRIA) é uma unidade interuniversitária que existe desde 2007 como unidade de I&D da FCT e foi classificada com Muito Bom nas avaliações internacionais de Unidades de I&D de 2007, 2013 e 2017. Desde 2021, é um Laboratório Associado do Estado através da sua participação no consórcio IN2PAST - Laboratório Associado para a Investigação e Inovação em Património, Artes, Sustentabilidade e Território. Financiado pela FCT, I. P. (UIDB/04038/2020 e UIDP/04038/2020). / The Anthropology Research Network Center (CRIA) is an inter-university unit that

has existed since 2007 as an R&D unit of the FCT and was classified as Very Good in the international evaluations of R&D Units in 2007, 2013 and 2017. Also, in 2025 was classified as “Excellent”. Since 2021, it has been a Associated State Laboratory through its participation in the IN2PAST consortium - Associated Laboratory for Research and Innovation in Heritage, Arts, Sustainability and Territory. Funded by FCT, I. P. (UIDB/04038/2020 and UIDP/04038/2020)

Recibido: 23/09/2024
Reenviado: 04/11/2024
Aceptado: 04/11/2024
Sometido a evaluación por pares anónimos

Página Web:
www.pasosonline.org

Correo electrónico:
infopasos@ull.edu.es

Correo postal
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife) España

