

# HACIA UN MODELO DE ECOSISTEMA SOSTENIBLE

## TOWARDS A SUSTAINABLE ECOSYSTEM MODEL

Mateo Manuel Córcoles-Muñoz (Universidad de Castilla-La Mancha)\*

### Resumen

Debido a la importancia actual de la sostenibilidad se demandan nuevos modelos de turismo sostenible. En este trabajo se presenta un modelo teórico que analiza el papel de los destinos y clusters turísticos como ecosistemas turísticos sostenibles. Se realiza una aproximación al concepto y características estructurales, funcionales y competitivas de los destinos y clusters turísticos. Además, se examina el fenómeno de los ecosistemas empresariales sostenibles. Para analizar si los destinos y los clusters turísticos son ecosistemas turísticos sostenibles se desarrolla un análisis de sistema de los diferentes *stakeholders* presentes en todo sistema turístico y cómo influyen y están influidos para lograr un turismo sostenible. Concluimos que los destinos turísticos, entendidos como clusters, se configuran como ecosistemas sostenibles en los que los comportamientos de cada uno de los actores que los integran conducen hacia un funcionamiento y comportamiento sostenible a nivel de destino. Se recogen un conjunto de recomendaciones para gobiernos, instituciones y empresas y líneas de investigación futura.

**Palabras clave:** destino turístico, cluster turísticos, turismo sostenible, ecosistema sostenible.

**Clasificación JEL:** D85, L83, O18, R12

### Abstract

Due to the current importance of sustainability, new models of sustainable tourism are in demand. This paper presents a theoretical model that analyzes the role of tourism destinations and clusters as sustainable tourism ecosystems. It is an approach to the concept and structural functional and competitive characteristics of destinations and tourism clusters. In addition, the phenomenon of sustainable business ecosystems is examined. In order to analyze whether destinations and tourism clusters are sustainable tourism ecosystems, a systems analysis of the different stakeholders present in any tourism system and how they influence and are influenced to achieve sustainable tourism is performed. We concluded that tourist destinations, understood as clusters, are configured as sustainable ecosystems in which the behavior of each of the actors involved leads to sustainable operation and behavior at the destination level. A set of recommendations for governments, institutions and firms and a series of lines of future research are included.

**Keywords:** tourism destination, tourism cluster, sustainable tourism, sustainable ecosystem.

**JEL Codes:** D85, L83, O18, R12

\* Autor de correspondencia. Email: [mateom.corcoles@uclm.es](mailto:mateom.corcoles@uclm.es)

Fecha de envío: 23/13/2022. Fecha de aceptación: 05/05/2022.

## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la sostenibilidad ha despertado un interés creciente por parte de políticos, sociedad civil, empresas y académicos hasta convertirse hoy en día en uno de los temas centrales de atención mundial. Este interés surge al considerar a la sostenibilidad como la única solución posible ante los problemas de contaminación, residuos, agotamiento de recursos, cambio climático y desigualdad entre sociedades generados por el desarrollo humano y económico desde la segunda mitad del siglo XX. Actualmente, como se destaca en la Agenda 2030 propuesta por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), es imprescindible que todos los Estados y actores de la vida social y económica contribuyan de manera eficaz al desarrollo sostenible desde tres esferas equilibradas: económica, social y medioambiental si se pretende alcanzar una efectiva sostenibilidad (ONU, 2015). Si bien la sostenibilidad es fundamental para todos los ámbitos económicos, adquiere un especial protagonismo en el sector turístico ya que, como se afirma el turismo, no puede tener futuro a menos que se vuelva sostenible (OMT, 2013) debido a que los problemas generados por esta actividad pueden amenazar su bienestar y competitividad (Buckley, 2012). En este sentido, el turismo sostenible es aquel que puede mantener su viabilidad en un área específica por un período indefinido y que no degrada ni altera el entorno natural y social (Butler, 1999).

El turismo con anterioridad a la pandemia de la COVID-19 crecía ininterrumpidamente hasta alcanzar en el año 2019 un total de 1.460 millones de turistas internacionales y unos ingresos de 1,5 billones de dólares (OMT, 2020), los cuales representaron un 10,3 por cien del PIB mundial. Además, generó 330 millones de empleos -uno de cada diez empleos del mundo- (Consejo Mundial del Viaje y Turismo, 2020). Como consecuencia de su potencial generador de riqueza, empleo y desarrollo local, así como por su vinculación con otros sectores de actividad, el turismo ha adquirido un gran valor estratégico para los países y regiones (Roxas *et al.*, 2020). Además, al influir directamente en los entornos naturales y sociales en los que se desarrolla, el turismo también es reconocido como un sector estratégico para lograr un efectivo desarrollo sostenible (OMT, 2018). No obstante, con el creciente aumento de la demanda turística también han aumentado los efectos negativos en los entornos naturales y sociales en los que tiene lugar esta actividad, entre los que destacan el incremento de residuos, contaminación (Scott *et al.*, 2016), masificación (Higgins-Desbiolles, 2018) o gentrificación turística (González-Pérez, 2020). De modo que, aunque presenta un elevado potencial para lograr un desarrollo turístico sostenible, todavía tiene un largo camino por recorrer. Para avanzar en un desarrollo turístico actualmente se demandan nuevos modelos turísticos sostenibles basados en un equilibrio en el que participen todos los actores del turismo (OMT, 2005), dando lugar a un importante y creciente debate académico sobre sostenibilidad y turismo (Vrontis *et al.*, 2021). Sin embargo, todavía aparecen importantes huecos de investigación, especialmente a nivel de destinos turísticos ya que, aunque es la unidad básica de estudio del turismo (OMT, 2002; Baggio, 2020) y el ámbito en el que se generan los efectos económicos, medioambientales y sociales de esta actividad (von Bergner y Lohmann, 2014), todavía son escasos los estudios centrados en ellos (Mathew y Sreejesh, 2017; Baggio, 2020; Czernek-Marszałek, 2020).

La competitividad, atractivo y éxito de los destinos turísticos depende de preservar sus entornos naturales y sociales (tom Dieck y Jung, 2017), así como de responder a las exigencias actuales de turistas, gobiernos y sociedades para avanzar hacia modelos más sostenibles y equilibrados (Buhalis, 2000). De este modo, la sostenibilidad ocupa una posición central en los destinos turísticos (Garrigos-Simón *et al.*, 2018), los cuales deben ser analizados desde un enfoque de sostenibilidad (Rivera y Gutierrez, 2019). Esto ha supuesto un importante

crecimiento de la literatura sobre la gestión de destinos turísticos, demandando nuevos modelos de gestión para lograr un turismo sostenible (Pearce, 2015), así como la utilización de enfoques holísticos y sistémicos que consideren las interacciones complejas y dinámicas entre los actores integrados en ellos con el objetivo de diseñar medidas y soluciones sobre los problemas de la actividad turística (Olya y Taheri, 2021). En este contexto, se reclaman nuevos trabajos sobre destinos turísticos desde la perspectiva de cluster al aportar una conceptualización innovadora de los mismos (Laing y Lewis, 2017), un enfoque teórico adecuado para comprender el funcionamiento y competitividad de los destinos y de la actividad turística (Baños y Jiménez, 2012) y cómo se relacionan y comportan sus actores (García-Villaverde *et al.*, 2020), así como una perspectiva más sólida para definir nuevas estrategias de desarrollo local (Jackson y Murphy, 2002; Laing y Lewis, 2017).

La literatura previa vincula a los destinos turísticos con los clusters por las similitudes entre sus características estructurales y funcionales -concentración de empresas de una industria y complementaria, relaciones de competencia y cooperación, especialización, interdependencia para generar una oferta turística completa y la presencia de un conjunto de sinergias y economías externas- (Jackson y Murphy, 2002; 2006; Pearce, 2014; Perkins *et al.*, 2021). Los clusters han recibido una gran atención política e investigadora en varias disciplinas a lo largo de los años, por su papel para difundir la innovación y el desarrollo local (Mueller y Jungwirth, 2016; Lazzeretti *et al.*, 2019). No obstante, se siguen reclamando nuevas líneas de investigación (Lazzeretti *et al.*, 2019), especialmente en el campo de los clusters turísticos (Martínez-Pérez *et al.*, 2019), sobre cuestiones como su papel en el desarrollo sostenible (Lund-Thomsen *et al.*, 2016) y su capacidad para seguir creciendo y compitiendo ante disrupciones (Lazzeretti *et al.*, 2019), como la que representa la sostenibilidad actualmente.

Por otro lado, en la última década los ecosistemas empresariales han cobrado una gran atención en la teoría y la práctica (Spigel y Harrison, 2018; Romanelli, 2018; Palumbo *et al.*, 2021), especialmente en los campos del emprendimiento por su papel para la creación y el crecimiento empresarial (Stam, 2015), de la innovación empresarial (Xie y Wang, 2020), así como del desarrollo urbano sostenible (Wirtz y Volkmann, 2015) y la sostenibilidad (Palumbo *et al.*, 2021; Romanelli, 2018). Con el auge de la sostenibilidad de los últimos años, se ha popularizado el concepto de ecosistema empresarial sostenible tras considerar que las acciones individuales y cooperativas entre los diferentes actores que los integran -comunidades, gobiernos, empresas, etc.- pueden crear valor para la sociedad y entorno en los que actúan (Romanelli, 2018). De modo que, los ecosistemas empresariales tienen un papel clave para avanzar hacia un desarrollo sostenible local gracias al papel interdependiente, individual y conjunto de los actores que los forman y que determinan su comportamiento, funcionamiento y evolución.

El enfoque de ecosistema ha sido utilizado previamente en el sector turístico y en los destinos turísticos (Boes *et al.*, 2016; Arenas *et al.*, 2019). Así, aparece el término de ecosistemas turísticos como “*sistemas autoajustables y relativamente autónomos de actores integradores de recursos conectados por lógicas institucionales compartidas y creación de valor mutuo a través del intercambio de servicios*” (Vargo y Lusch, 2011, p. 176). La característica principal del ecosistema turístico es la cocreación de valor conjunta por medio de una oferta turística completa, que se crea debido a las fuertes relaciones de interdependencia entre los actores que los forman (Polese *et al.*, 2018), generando valor para dichos actores y para el conjunto del ecosistema, lo que determina su funcionamiento, éxito y supervivencia (Boes *et al.*, 2016; Polese *et al.*, 2018). Si bien los destinos turísticos han sido conceptualizados como ecosistemas de servicios, estos no han sido analizados previamente como ecosistemas sostenibles. Por su parte, los clusters industriales han sido

estudiados como ecosistemas empresariales que promueven el espíritu emprendedor (Spigel y Harrison, 2018). En cualquier caso, aunque aparecen trabajos que aproximan los clusters al concepto de ecosistemas sostenibles, como demuestra la utilización de enfoques de ecología y de simbiosis industrial para contrastar cómo a través de la interrelación de sus elementos pueden generar valor económico, medioambiental y social (Daddi *et al.*, 2017; Baldassarre *et al.*, 2019), todavía no aparecen trabajos que vinculen los clusters turísticos al novedoso enfoque de ecosistema sostenible.

El turismo sostenible, tanto en los destinos como en los clusters turísticos, no debe ser interpretado como un marco teórico rígido, sino como una estructura cercana a la idea de un paradigma adaptativo. Los destinos y clusters turísticos, como dos fenómenos interrelacionados, están formados por un conjunto de actores fuertemente vinculados a nivel estructural y funcional al ofrecer un producto turístico completo. Además, son sistemas en los que los cambios individuales de cada uno de sus actores generan estímulos causales que se propagan rápidamente a todo el sistema, determinando su comportamiento y evolución (Baggio, 2020). Por tanto, entendemos que, ante las presiones actuales para lograr un turismo sostenible, los diferentes actores que forman parte de estos contextos actuarán para implementar medidas y comportamientos más sostenibles que se extenderán al resto de actores, los cuales de forma individual y conjunta determinarán un funcionamiento y evolución hacia entornos turísticos, productivos, naturales y sociales más sostenibles, esto es, hacia ecosistemas turísticos sostenibles. En base a estos argumentos, planteamos la siguiente pregunta de investigación: ¿son los destinos y los clusters turísticos ecosistemas turísticos sostenibles?

El objetivo principal de este trabajo es plantear, a través de una amplia revisión de la literatura, un modelo teórico que explique cómo los destinos y los clusters turísticos pueden ser considerados como ecosistemas turísticos sostenibles. Para ello, se analiza desde la teoría de *stakeholders* de Freeman (1984), la cual ha sido ampliamente utilizada en el estudio del turismo sostenible (Vrontis *et al.*, 2021), cómo los diferentes actores que los integran influyen y están influidos por el resto de actores, determinando individual y colectivamente un comportamiento sostenible para todo el conjunto que forman.

Con este trabajo se pretende hacer frente a la demanda de nuevos trabajos dirigidos, por un lado, a entender y afrontar los desafíos sostenibles a los que se enfrenta la actividad turística (Rivera y Gutierrez, 2019) y, por otro, a aportar enfoques innovadores sobre destinos (Nassanbekova *et al.*, 2019) y clusters turísticos (Lazzeretti *et al.*, 2019). Además, este trabajo ayuda a consolidar el estudio todavía limitado de los ecosistemas sostenibles en el ámbito del turismo. Una contribución relevante del trabajo es aportar un modelo teórico sólido para ayudar a gobiernos e instituciones a planificar y gestionar los destinos turísticos de manera holística para lograr un desarrollo turístico sostenible que garantice su éxito a largo plazo.

Para alcanzar el objetivo de esta investigación, el trabajo se estructura en diferentes apartados. En primer lugar, se realiza una aproximación al concepto y características de los destinos turísticos. Posteriormente, se aborda la conexión entre los destinos y los clusters turísticos, centrándonos en sus similitudes estructurales, funcionales y competitivas que han llevado a que sean conceptos vinculados estrechamente. En tercer lugar, se analizan los ecosistemas empresariales y sostenibles para estudiar el papel de destinos turísticos como ecosistemas turísticos sostenibles. Finalmente, se expone la discusión del modelo teórico propuesto y se presentan un conjunto de conclusiones, recomendaciones y líneas de investigación futuras.

## 2. EL CONTEXTO DE LOS DESTINOS Y LOS CLUSTERS TURÍSTICOS COMO FENÓMENOS SIMILARES

### 2.1. Destinos turísticos

Los destinos turísticos son la unidad fundamental de estudio del turismo (OMT, 2002; Baggio, 2020). Sin embargo, son todavía pocos los estudios de la literatura turística que se centran en estos contextos (Mathew y Sreejesh, 2017; Baggio, 2020; Czernek-Marszałek, 2020) y son menos todavía aquellos que los vinculan con el fenómeno de los clusters (Jackson y Murphy, 2002, 2006) y con los ecosistemas sostenibles. Desde la aparición del concepto de destino turístico a partir del desarrollo del turismo de masas en la segunda mitad del siglo XX la literatura guardó prácticamente silencio durante el pasado siglo sobre lo que es, lo que constituye e incluso cómo funciona y se gestiona, quedando en una tiniebla conceptual y analítica a pesar de su importancia (OMT, 2002). El turismo es una actividad económica y social consistente en la visita por diferentes motivos de turistas desde su lugar de procedencia a otros lugares y espacios concretos en los que se integra una cultura, economía y vida social de las comunidades locales. Esta actividad se caracteriza por la interconexión en un lugar determinado de la producción y el consumo turístico, espacio conocido de manera simplista con el término de destino turístico (Saraniemi y Kylänen, 2011). Los destinos turísticos representan el ámbito territorial en dónde se realizan gran parte de actividades de producción y consumo turístico y dónde se producen la mayor parte de los efectos económicos, sociales, medioambientales, culturales y geográficos de este sector (Ivars, 2003; Barrado-Timón, 2004). Por tanto, el concepto de destino turístico es uno de los más relevantes dentro del ámbito del turismo, especialmente desde una perspectiva económica, directiva y de sostenibilidad. Prestando atención a su definición, se encuentra que a medida que ha aumentado el interés académico por el turismo han aparecido cada vez más conceptualizaciones desde diferentes campos de conocimiento -geografía económica, sectorial, sistémica, aglomeraciones territoriales de empresas, teoría de redes, construccionismo social-, aunque sin llegar a aparecer una generalmente aceptada debido a la complejidad de los fenómenos y relaciones que se desarrollan en estos contextos (Pearce, 2014; Nassanbekova *et al.*, 2019). No obstante, una definición ampliamente reconocida es la propuesta por la OMT (2002) al definirlos como:

*"Espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad"* (OMT, 2002, p. 1).

En relación con las características de los destinos turísticos, cabe señalar que son sistemas complejos y dinámicos formados por una amplia amalgama de elementos interrelacionados, los cuales determinan su estructura y funcionamiento. De modo que, su estudio permite generar una idea sintetizada y sencilla de estos contextos (Baggio, 2008, 2020). Para Goeldner y Ritchie (2012) estos elementos son:

-*Visitantes*: la presencia a través del desplazamiento de un lugar de origen a otro de destinos de turistas representa el elemento central de todo destino turístico pues sin estos actores no existiría el turismo.

-*Recursos sociales, naturales y medioambientales*: todo destino turístico se caracteriza por la naturaleza y clima de su entorno, así como por la presencia de una cultura y recursos culturales generados por una comunidad local. La presencia de una comunidad de residentes

locales es otro elemento central de estos contextos al influir y estar influenciados por la actividad turística. Además, esta comunidad aporta trabajadores al sistema turístico.

*-Entorno construido:* está configurado por componentes creados por los seres humanos en los espacios turísticos, que incluyen la presencia de: 1. Infraestructuras que satisfacen las necesidades de los residentes locales y que son fundamentales para el turismo -carreteras, tecnologías, aeropuertos, redes de comunicación, instalaciones comerciales, sanitarias, etc. -; 2. Superestructura -infraestructuras desarrolladas para satisfacer las necesidades de los turistas-; 3. Capacidad para reunir, utilizar e interpretar información con diferentes fines, como diseñar servicios turísticos o apoyar a la comunidad local-; 4. Gobernanza local, política, administrativa y fiscal, que regula el funcionamiento del destino; y 5. Factor cultural -lengua, modo de vida, costumbres, valores y tradiciones de las comunidades locales-.

*-Sector operativo:* sectores económicos que integran la actividad turística junto con los recursos y atracciones turísticas que motivan el desarrollo de la misma. Está formado, por un lado, por actividades de transportes, alojamiento, alimentación, comercio, agencias de viajes, operadores turísticos y, por otro, por atracciones turísticas, como museos, recursos culturales, patrimoniales, naturales, deportivos, históricos, etc. De modo que, en los destinos turísticos aparecen una gran cantidad de empresas turísticas y de apoyo de diferentes tipos y naturaleza en las que predominan las de tamaño micro, pequeñas y medianas (Zach y Hill, 2017; Czernek-Marszałek, 2020), que junto con las instituciones privadas y públicas trabajan para ofrecer una experiencia turística adecuada y completa a los turistas.

*-Organizaciones de planificación, desarrollo y promoción:* conjunto de instituciones -gobiernos, asociaciones y oficinas de turismo, asociaciones turísticas empresariales, etc.- presentes en todo destino y que pertenecen a diferentes niveles: local, municipal, regional y nacional. Pueden ser tanto públicas como privadas, ya que los sectores público y privado controlan y operan con un porcentaje elevado de instalaciones, eventos y programas turísticos. Su función consiste en planificar, catalizar, desarrollar y promover los destinos turísticos mediante políticas y estrategias que deben ser conjuntas, cooperativas y colaborativas con todos los actores del destino si se desea tener éxito. Así, se encargan del desarrollo, conservación o mejora de recursos turísticos, infraestructuras e instalaciones de acuerdo con las características de cada destino, coordinan acciones conjuntas de promoción y comercialización del destino, facilitan relaciones entre empresas y de estas con actores externos al destino (Soulard *et al.*, 2018), regulan, desde un enfoque normativo, el comportamiento de los actores del destino turístico, entre otras funciones.

*-Espíritu de hospitalidad.* Es el conjunto de actuaciones, comportamientos y actitudes transmitidas por parte de los residentes locales a los turistas. El turismo, como un sistema complejo, requiere de todas sus partes para ofrecer experiencias de calidad. Luego, no basta con ofrecer servicios y una experiencia adecuada si la comunidad local es contraria al turismo. Por esta razón, los actores locales deben actuar con respeto, cortesía y predisposición para ayudar a los turistas llegados al destino, aumentando el valor percibido por estos de la experiencia turística. Cabe resaltar que la actitud de la comunidad local hacia el turismo es un aspecto muy importante a tener en cuenta en todo destino turístico, ya que si es positiva refuerza la actividad turística, mientras que si es negativa puede generar movimientos y actuaciones contrarias. En este sentido, los residentes locales son participantes activos, tanto para la cocreación de experiencias turísticas como para la configuración del destino en su conjunto a través de políticas y estrategias de planificación turística (Saraniemi y Kylänen 2011).

La interrelación de todos estos elementos hace que los destinos turísticos deban ser interpretados holísticamente como una realidad compleja y sistémica ya que si solo se presta atención a alguno de los elementos individuales que los integran supondrá una conceptualización

sesgada e incompleta de los mismos (Barrado-Timón, 2004). Diversos trabajos enfatizan el carácter sistémico del turismo en general y de los destinos turísticos en particular (OMT, 2002; Ivars, 2003; Barrado-Timón, 2004; Pearce, 2014; Baggio, 2020). El origen de la utilización del enfoque de sistemas en los destinos turísticos se encuentra en la aplicación de la Teoría General de Sistemas en el ámbito del turismo (Bertalanffy, 1986). Según esta teoría un sistema es “*un grupo de elementos interrelacionados e interdependientes que interactúan juntos formando una estructura funcional*” (Weaver y Opperman, 2000, p. 23). El turismo está formado por conjuntos de subsistemas formados por un cierto número de elementos -no necesariamente iguales o similares-, unidos por dinámicas y relaciones no lineales que, a través de los comportamientos naturales de sus elementos, influyen mutuamente en el resto de elementos, generando estímulos causales que se propagan y crean cadenas de eventos que resultan en el comportamiento y la función general del sistema en su conjunto (Baggio, 2020). Luego, el turismo es un sistema formado por un conjunto de elementos interrelacionados que afectan a la actividad turística en general (García y Pereira, 2016) y al destino turístico en particular. En base a estos argumentos, Ivars (2003, p. 25) define a los destinos turísticos como “*un gran número de elementos interrelacionados e interdependientes que satisfacen la demanda turística a través de su estructuración en productos turísticos concretos que surgen de distintas combinaciones entre sus elementos*” y que, en definitiva, proporcionan una producción turística integrada, completa y única (Ivars, 2003; Jackson y Murphy, 2006; Saraniemi y Kylänen, 2011). Por tanto, los destinos turísticos son sistemas complejos integrados por un gran número de elementos interrelacionados a través de interacciones no lineales que se realizan en bucle y que determinan el funcionamiento del conjunto que forman. También son sistemas abiertos, al tener un intercambio continuo con el entorno en el que se incrustan, siendo influidos por este e influyentes en el mismo (Baggio, 2008, 2020).

Explicados los elementos que forman parte de los destinos, es fundamental comprender su funcionamiento. Como se ha visto, estos contextos actúan como un grupo de elementos interrelacionados e interdependientes que forman una estructura funcional (Weaver y Opperman, 2000). En concreto, en ellos aparece una concentración de instituciones, empresas turísticas encargadas de suministrar servicios de diversa índole, así como empresas de apoyo que les proporcionan servicios y productos. Estos actores individuales heterogéneos entre sí funcionan de manera independiente los unos de los otros, pero son interdependientes entre ellos al competir y cooperar para ofrecer un producto turístico completo que represente una mejor experiencia turística (Ivars, 2003; Jackson y Murphy, 2006; Saraniemi y Kylänen, 2011) y que es percibido como un producto unificado (Rodríguez-Girón y Vanneste, 2019). Esta estructura productiva ha sido calificada como diagonal puesto que las empresas interdependientes y complementarias pertenecen a diferentes subsectores de actividad -alojamiento, restaurantes, ocio, etc.-, mientras que la competencia se mantiene a nivel horizontal (Michael, 2003), es decir, entre empresas que compiten al ofrecer productos y servicios similares. Por ejemplo, un establecimiento hotelero puede ofrecer a sus huéspedes otros servicios turísticos, mediante acuerdos con otras empresas, basados en experiencias gastronómicas o de ocio a un mejor precio que si se obtienen por separado, proporcionando una mejor y más completa experiencia turística, sin olvidar que también pueden llegar a acuerdos con proveedores tradicionales.

En línea con lo anterior, como resultado de la naturaleza complementaria y coproductiva de la oferta turística en los destinos turísticos aparece una combinación de relaciones de cooperación y competencia. De igual modo, aparecen relaciones sociales formales e informales entre los actores del destino que favorecen la cooperación y un mayor intercambio de recursos valiosos como información y conocimiento, mayor capacidad de innovación (Zach y Hill, 2017), proyectos de objetivos compartidos (Rodríguez-Girón y Vanneste, 2019), mejor detección de oportunidades y amenazas del entorno, menores costes de transacción (Czernek-Marszałek,

2020), incremento de valor a través del intercambio de servicios (Vargo y Lusch, 2011) y una mejora general en la calidad del producto turístico ofertado (Ávila-Bercial y Barrado-Timon, 2005). Así mismo, estas relaciones junto con la rotación laboral de trabajadores entre empresas hacen que en estos contextos se genere un conocimiento semipúblico local sobre el mercado laboral, la competencia y la situación del sector (Czernek-Marszałek, 2020). Por su parte, también aparece una alta competencia que obliga a las empresas turísticas de una misma rama de actividad a vigilar a sus competidores, imitar prácticas exitosas, así como realizar acciones e innovaciones para superarlos. La combinación de las relaciones de competencia y cooperación, junto con la naturaleza relacional de los destinos, generan un efecto acumulativo que aumenta la competitividad del conjunto al ofrecer una única y sólida imagen de destino y al crear y comercializar un producto turístico completo y de calidad que mejora los resultados (Baggio *et al.*, 2010). De igual modo, pero a nivel micro, los destinos aportan ventajas para sus actores vinculadas con una mayor capacidad para adaptarse a los cambios de los mercados (Czernek-Marszałek, 2020), una mayor capacidad innovadora (Zach y Hill, 2017), acceso a economías de escala (Pearce, 2014) y, por tanto, el desarrollo de ventajas competitivas (Gursoy *et al.*, 2015).

En resumen, los destinos turísticos se configuran como contextos socioeconómicos, formados por una amalgama de elementos de diversa naturaleza, fuertemente interrelacionados e interdependientes en un mismo ámbito de actividad y proximidad, que generan un conjunto de ventajas que benefician a las empresas y al conjunto productivo y social.

## 2.2. Clusters turísticos

El enfoque teórico de los clusters, como una forma general de aglomeración territorial de empresas, parte del economista Alfred Marshall (1920) al examinar cómo la ubicación en determinadas localizaciones aporta a las empresas un conjunto de ventajas no disponibles para aquellas localizadas en el exterior de dichas zonas. Estas ventajas, al originarse por las características particulares del conjunto productivo local, se denominaron externalidades positivas. A partir de aquí, el fenómeno de las aglomeraciones territoriales de empresas, como sistemas productivos locales, se configuró como una entidad de base territorial de gran importancia para el estudio del desarrollo económico y regional. De entre los diferentes tipos de aglomeraciones territoriales de empresas, destacan los clusters, por su amplia utilización y popularidad entre la comunidad científica y entre los responsables políticos de gran cantidad de naciones y organismos internacionales, al ser vistos como una herramienta para difundir la innovación y el desarrollo regional (Lazzeretti *et al.*, 2019). El estudio de los clusters se popularizó en la década de 1990 con Michael Porter (1990, 1998), al incorporar el análisis de la ubicación sobre la competitividad de las empresas para la consecución de mejores resultados económicos, destacando el papel clave de la innovación como un determinante del crecimiento y desarrollo regional.

Porter (1998, p. 199) definió a los clusters como “*un grupo geográficamente próximo de empresas interconectadas e instituciones asociadas en un campo particular, vinculado por aspectos comunes y complementariedades*”. En los clusters se desarrollan un conjunto de relaciones entre los actores que los forman, que dan lugar a una cadena de valor grupal determinante de una serie de ventajas competitivas para todo el conjunto productivo que se traduce en mayor competitividad y desarrollo económico. Complementariamente, Porter (1998, p. 197) completa su definición, destacando el papel de los actores que forman parte de los clusters y sus relaciones, al señalar que estos son “*concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, empresas en una industria relacionada e instituciones asociadas (por ejemplo, universidades, agencias, cámaras de comercio) en un campo particular en el que compiten, pero también cooperan*”. A través de



la popularidad del concepto y enfoque teórico, varios trabajos posteriores han desarrollado esfuerzos dirigidos a delimitar las características particulares de los clusters, destacándose tres elementos clave que determinan su estructura, funcionamiento y competitividad, como son: la agrupación en un área geográfica de instituciones y empresas de una misma industria y complementarias; la especialización, las redes sociales, las relaciones de cooperación entre los actores; y, por último, las economías de aglomeración.

En primer lugar, estos contextos se caracterizan por la presencia de una concentración de empresas e instituciones en una determinada área geográfica. Las empresas localizadas en los clusters tienen tanto carácter público como privado y están fuertemente especializadas al pertenecer a una misma industria o a industrias complementarias. Si bien aparecen algunas corporaciones multinacionales, son las pequeñas y medianas empresas las que representan el núcleo del clúster. Estos contextos también están formados por un destacado número de instituciones públicas y privadas -cámaras de comercio, asociaciones, agencias gubernamentales, centros formativos y de investigación- que juegan un papel destacado en el funcionamiento y éxito del conjunto al encargarse de establecer normas de comportamiento, al apoyar al conjunto mediante entidades de formación que conducen a la presencia de trabajadores altamente cualificados, al realizar inversiones en infraestructuras, investigación, marketing y servicios de asesoramiento y colaboración técnica especializada (McEvily y Zaheer, 1999). Además, también actúan como agentes puente al vincular actores externos al cluster con actores internos, permitiéndoles detectar y obtener información y conocimiento valioso para desarrollar una mayor innovación local y regional. Por su parte, las asociaciones empresariales y cámaras de comercio generan relaciones de cooperación, una cultura común y la reducción de comportamientos oportunistas que promueven un mayor intercambio de información, conocimiento y capacidad innovadora (Molina-Morales *et al.*, 2014).

En segundo lugar, los actores del cluster forman un ámbito social común en el que participan e interactúan con mayor frecuencia que con actores externos al mismo (Porter, 1998). De modo que, son redes de relaciones interorganizativas (McEvily y Zaheer, 1999). Estas relaciones, se suelen desarrollar en un nivel vertical y horizontal. Mientras que en el primer nivel se dan relaciones de cooperación entre proveedores y clientes, en el segundo se dan relaciones entre empresas competidoras, si bien pueden aparecer casos de alianzas de cooperación entre competidores para alcanzar objetivos comunes. La presencia y combinación de estos tipos de relación supone la presencia de relaciones de cooperación, que se configuran como uno de los rasgos centrales de todo cluster. Prestando atención a estas relaciones, en los clusters se desarrolla una competencia perpetua que obliga a las empresas a actuar para eliminar competidores o reducir su poder a través de una mayor eficiencia o innovación que, a su vez, obliga a las competidoras a tratar de igualarlas o superarlas. Además, debido a los flujos de trabajadores y conocimientos entre empresas, estas son capaces de conocer y comparar los resultados e iniciativas de otros competidores exitosos, pudiendo imitarlos. De forma que, se produce un isomorfismo mimético basado en la imitación que aumenta la competitividad empresarial y, con ello, el progreso económico y el desarrollo local (Bengtsson y Kock, 1999). Por otro lado, la especialización de las empresas en diferentes partes del ciclo completo de producción de una misma industria genera fuertes vínculos hacia delante y hacia atrás en la cadena de valor que implican una dependencia empresarial mutua que favorece la cooperación (You y Wilkinson, 1994). Esta cooperación es especialmente relevante para las pequeñas y medianas empresas del cluster al permitirles superar los límites de su tamaño, sin perder las ventajas de su flexibilidad y dinamismo. Como resultado, la competencia obliga a las empresas a innovar y a ser más competitivas mientras que la cooperación favorece el desarrollo de sinergias y complementariedades basadas en el acceso a recursos y ventajas competitivas que por sí mismas no podrían conseguir, incluyendo la generación de nuevas

ideas y la creación conjunta de proyectos y objetivos comerciales duraderos y rentables. Por tanto, la cooperación, como la combinación de las relaciones de cooperación y competencia, se configura como una forma relacional generadora de sinergias y de mejores resultados para las empresas aglomeradas (Peiró-Signes *et al.*, 2015). Además, la mayor interacción social entre los actores de los clusters genera una atmósfera industrial que favorece la presencia, difusión y circulación de experiencias, información y conocimiento tácito, específico y común disponible para todos los actores que los integran (Porter, 1998). Esto facilita y promueve el aprendizaje, la detección de nuevas oportunidades (Belussi y Hervás-Oliver, 2018), la capacidad innovadora (García-Villaverde *et al.*, 2017) y el desarrollo de nuevas prácticas (Grimstad, 2011). De modo que, el cluster es un contexto que facilita un mejor desempeño económico y competitivo (Porter, 1998).

En tercer lugar, como se ha visto, las características particulares de los clusters aportan un conjunto de ventajas o economías de aglomeración para el conjunto productivo y para las empresas, que se traducen en un aumento de la competitividad regional, un mayor desarrollo local (Schmitz y Nadvi, 1999) y unos mejores resultados económicos empresariales (Belussi y Hervás-Oliver, 2018). Es decir, la generación de un efecto cluster (Porter, 1998) lleva a que gobiernos y académicos presten una gran atención a estos contextos al considerarlos herramientas de desarrollo regional (Lazzeretti *et al.*, 2019). El estudio de los clusters se ha centrado tradicionalmente en sectores manufactureros e industriales descuidando el sector servicios, en particular el turístico, llevando a que se demanden nuevos estudios que analicen el fenómeno de los clusters turísticos (Peiró-Signes *et al.*, 2015; Martínez-Pérez *et al.*, 2019). Aunque, recientemente, se está produciendo un interés creciente sobre los clusters turísticos (Laing y Lewis, 2017; Martínez-Pérez, 2019; García-Villaverde *et al.*, 2020, entre otros), todavía quedan huecos de investigación, desde nuevos enfoques innovadores (Lazzeretti *et al.*, 2019), como la sostenibilidad (Lund-Thomsen *et al.*, 2016).

En relación con los clusters turísticos, el sector turístico destaca por sus altos niveles de aglomeración territorial de empresas (Capone y Boix, 2008). Los destinos turísticos están formados por empresas turísticas y de apoyo, así como por instituciones necesarias para el buen funcionamiento del conjunto. Además, se caracterizan por la presencia de relaciones de competencia y cooperación para ofrecer una oferta turística completa, especialización, interdependencia y complementariedad. Estos rasgos en un contexto de localización conjunta dan lugar a un conjunto de sinergias y economías externas. De modo que, la teoría de cluster puede ser aplicada a la estructura productiva del sector turístico y, por ende, a los destinos turísticos (Pulido-Fernández y Merinero-Rodríguez, 2018). Así, aparece el concepto de cluster turístico como una aglomeración geográfica de agentes interconectados que incluyen proveedores especializados, proveedores de servicios e instituciones locales, tales como universidades, agencias y asociaciones comerciales, que compiten y cooperan en el dominio del turismo (García-Villaverde *et al.*, 2020).

De forma detallada, los clusters turísticos se caracterizan por una concentración de empresas e instituciones turísticas interdependientes que, al ofrecer paquetes de productos y servicios turísticos individuales en una misma área geográfica, forman un producto o experiencia turística completa (Jackson y Murphy, 2006; Pearce, 2014). La concentración de empresas se caracteriza por la presencia de organizaciones dedicadas directamente a la actividad turística -alojamiento, restauración, transporte, agencias de viajes, alquiler de transportes, ocio, etc.-, y a otras actividades complementarias -servicios financieros, informáticos, proveedores, etc.-, que apoyan la actividad turística y desarrollan redes sociales y alianzas conjuntas. Además, los clusters turísticos incluyen la presencia de una destacada comunidad local influida e influyente en la actividad turística. Todos estos actores están especialmente concentrados y desarrollan

relaciones verticales y horizontales e incluso diagonales (Michael, 2003) al tener lugar entre empresas de diferentes subsectores de actividad -por ejemplo, acuerdos entre hoteles con restaurantes o lugares de ocio-. De modo que también aparecen relaciones de cooperación, competencia y cooptación que llevan a las empresas a desarrollar relaciones simbióticas con las que aumenta la transferencia de conocimiento, la innovación, la competitividad y sus resultados económicos (Segarra-Oña *et al.*, 2012) al tiempo que benefician al conjunto al mejorar la calidad de la oferta turística (Morrison, 1998). Consecuentemente, la ubicación conjunta estimula un rendimiento mejorado de las empresas aglomeradas y de todo el conjunto de acuerdo con la idea central de Porter (1998). Luego, los clusters turísticos son una forma particular de clusters (Jackson y Murphy, 2002) que se diferencian de los industriales por las particularidades del sector de actividad y los agentes que operan en ellos. Por tanto, los clusters turísticos son aglomeraciones de empresas turísticas y de apoyo, relacionadas directa e indirectamente, que junto con un conjunto de instituciones y comunidad local dan lugar a una superestructura fuertemente interrelacionada encargada de desarrollar y ofrecer una experiencia turística completa con potencial generador de beneficios por sus rasgos de especialización, relaciones de cooptación y localización conjunta.

Los rasgos estructurales, funcionales y geográficos de los destinos turísticos han conducido a que sean vinculados con el fenómeno de los clusters turísticos. De hecho, se afirma que el modelo de cluster es particularmente adecuado para analizar los destinos turísticos (Jackson y Murphy, 2002, 2006) al proporcionar un significado innovador de estos. Además, constituye una herramienta adecuada para, por un lado, elaborar estrategias de desarrollo local (Laing y Lewis, 2017) y, por otro, analizar el funcionamiento y la competitividad de los destinos turísticos desde un marco teórico y metodológico contrastado (Jackson y Murphy, 2002; Baños y Jiménez, 2012). En este sentido, Jackson y Murphy (2002) extienden el modelo de destino hacia el enfoque de cluster al considerarlo adecuado para examinar el funcionamiento y la competitividad en el turismo, así como para aportar nuevas estrategias de desarrollo local. En esta línea, Michael (2003) aplica el concepto de cluster a los destinos turísticos de pequeño tamaño, al considerar que este enfoque puede conducir al desarrollo económico regional, ya que facilita que las pequeñas y medianas empresas de los destinos desarrollen conjunta y complementariamente una oferta turística fuerte y especializada. Más tarde, Jackson y Murphy (2006) utilizan de nuevo el enfoque de clusters en cuatro destinos turísticos con la finalidad de identificar fuentes de ventajas competitivas. Así, encuentran en ellos un conjunto de atributos básicos de los clusters -especialización, cooptación, entorno socializado, instituciones públicas y privadas, e innovación- que mejoran los resultados empresariales y motivan la aplicación a los destinos de este enfoque. Ferreira y Esteveo (2009) configuran la estructura de los destinos turísticos desde el enfoque de clusters al compartir entre ellos diferentes factores competitivos básicos -relaciones de alta competencia, conglomerado de empresas turísticas, de apoyo e instituciones que mediante la cooperación definen un producto turístico completo-. Desde un enfoque metodológico, Segarra-Oña *et al.* (2012) y Peiró-Signes *et al.* (2015) aplican un análisis estadístico basado en el nivel de especialización turística en seis destinos para identificarlos como clusters. Más recientemente, Laing y Lewis (2017) testean un modelo teórico en el modelo de cluster con la finalidad de evaluar el potencial de los destinos para desarrollarse como un cluster, mostrando que los destinos, entendidos como clusters, deben tener una visión compartida, atracciones turísticas, una imagen y marca única y una conciencia de actuación conjunta por parte de todos sus actores. Recientemente, otros trabajos analizan las condiciones y etapas para que los destinos sean considerados clusters (Perkins *et al.*, 2021).

En resumen, los destinos turísticos comparten las características centrales de los clusters turísticos (Jackson y Murphy 2002, 2006). De este modo, en línea con otros trabajos, consideramos

adecuado aplicar el enfoque teórico de los clusters para analizar los destinos turísticos, como un planteamiento integrador que facilita su concepción como ecosistemas turísticos sostenibles orientados al desarrollo sostenible local y regional. En el próximo apartado se abordan los ecosistemas turísticos sostenibles, vinculados al análisis de los destinos turísticos desde el enfoque de clusters.

### 3. ECOSISTEMAS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

Los ecosistemas han cobrado un gran impulso en la teoría y la práctica empresarial de la última década (Spigel y Harrison 2018; Theodoraki *et al.*, 2018; Volkmann *et al.*, 2021), especialmente en el campo del emprendimiento (Audretsch y Belitski, 2017; Theodoraki *et al.*, 2018). También se han aplicado a ámbitos como los clusters (Spigel y Harrison, 2018), la innovación empresarial (Xie y Wang, 2020), el desarrollo urbano (Wirtz y Volkmann, 2015) y la sostenibilidad (Palumbo *et al.*, 2021; Romanelli, 2018).

El término de ecosistema es muy similar al de sistema. De hecho, la teoría de sistemas representa el corazón de todo ecosistema empresarial (Stam, 2015), ya que los ecosistemas, como un tipo particular de sistema, están formados por un conjunto de elementos y atributos fuertemente relacionados en los que los comportamientos de los diferentes elementos que los forman influyen en el resto de elementos y en el conjunto en diversos niveles (Baggio, 2020). Los ecosistemas son comunidades complejas de elementos interrelacionados e interdependientes que afectan a todos los aspectos del entorno en el actúan y en los que su evolución, funcionamiento y supervivencia dependen primordialmente de la existencia de un equilibrio sostenible (Xie *et al.*, 2018). Como resultado, los términos de sistema y ecosistema reflejan una misma realidad, si bien el sistema se centra en la estructura funcional que determinan sus actores, mientras que el ecosistema resalta el papel equilibrado e indispensable de sus elementos para garantizar su evolución, funcionamiento y supervivencia. Además, mientras que los sistemas pueden ser nacionales, regionales o locales, los ecosistemas suelen tener un carácter local. Desde una perspectiva empresarial, los ecosistemas empresariales son “*una comunidad dinámica de actores interdependientes -empresarios, proveedores, compradores, gobierno, etc.- y contextos institucionales, informativos y socioeconómicos a nivel de sistema*” (Audretsch y Belitski, 2017, p. 4). También se pueden definir como “*comunidades intencionales de actores económicos cuyas actividades comerciales individuales comparten en gran medida el destino de toda la comunidad*” (Moore, 2006, p. 33). Por tanto, los ecosistemas empresariales describen las relaciones interdependientes entre diferentes actores de un mismo contexto económico que facilitan la creación y distribución de un producto o servicio -estructura funcional- al tiempo que sus actuaciones individuales y conjuntas determinan la evolución, funcionamiento, supervivencia y éxito del ámbito productivo que forman. Además, los ecosistemas empresariales se caracterizan por su marcado carácter social, que, a través de actividades innovadoras y empresariales, permiten que cada uno de sus actores desarrollen sinergias y ventajas competitivas que aportan valor añadido al ecosistema (Theodoraki *et al.*, 2018).

De los diferentes tipos de ecosistemas empresariales, recientemente destacan los ecosistemas de servicios (Polese *et al.*, 2018). Estos son “*sistemas autoajustables y relativamente autónomos de actores integradores de recursos, conectados por lógicas institucionales compartidas y creadores de valor mutuo a través del intercambio de servicios*” (Vargo y Lusch, 2011, p. 176). Su característica básica es la cocreación de valor conjunto mediante las fuertes relaciones de interdependencia entre todos los actores del sistema (Polese *et al.*, 2018). Esta característica, junto al papel que ejercen las instituciones, la coordinación de intercambios, la

innovación y la existencia de una cultura y reglas comunes que facilitan la comunicación y la cooperación, tiene el potencial de proporcionar a cada miembro beneficios recíprocos (Vargo y Lusch, 2011). Los ecosistemas de servicios se han explorado en sectores de actividad distintos, entre los que destaca el turismo (Boes *et al.*, 2016; Arenas *et al.*, 2019). Los destinos turísticos, como unidades básicas del turismo, han sido considerados ampliamente como sistemas abiertos y complejos, formados por un conjunto de elementos interrelacionados mutuamente de manera dinámica (Baggio 2008, 2020), para ofrecer una mejor y más completa experiencia turística (Ivars, 2003; Jackson y Murphy, 2006; Saraniemi y Kylänen, 2011), en la que cada uno de los elementos que lo integran afectan a la misma y al conjunto que representan (García y Pereira, 2016). Los destinos turísticos también son percibidos como ecosistemas complejos, formados por una amplia cantidad de elementos y actores, que colaboran para crear valor para sí mismos y para el conjunto que forman determinando su funcionamiento, éxito y supervivencia (Boes *et al.*, 2016).

Recientemente, con el auge de la sostenibilidad de las últimas décadas, ha aparecido el concepto de ecosistema empresarial sostenible al considerarse que las acciones individuales y cooperativas entre los diferentes actores que lo integran -comunidades, gobiernos, empresas, etc.- pueden crear conjuntamente valor para la sociedad y para el entorno en el que actúan (Romanelli, 2018). Así, su principal característica es su potencial generador de valor sostenible en todas las esferas de la sostenibilidad -económica, social y medioambiental-. Desde este enfoque, los ecosistemas empresariales sostenibles actúan como “*un grupo interconectado de actores en una comunidad geográfica local comprometidos con el desarrollo sostenible a través del apoyo y la facilitación de empresas sostenibles*” (Cohen 2006, p. 3). Aunque los destinos turísticos se han conceptualizado como ecosistemas de servicios, no han sido analizados previamente como ecosistemas sostenibles. La sostenibilidad adquiere una gran importancia para la conservación medioambiental, social y patrimonial de los destinos turísticos (Garrigos-Simón *et al.*, 2018), actuando como un incentivo para preservar la experiencia turística que ofrecen, así como mantener e incluso mejorar su atractivo y competitividad en el tiempo (tom Dieck y Jung, 2017). Por tanto, ante las exigencias de competitividad y sostenibilidad, los destinos turísticos deben centrarse en el desarrollo sostenible para lograr un éxito duradero (Buhalis, 2000). De acuerdo con estos argumentos, para que los destinos turísticos sean ecosistemas sostenibles los diferentes actores que los integran deben, de manera individual y conjunta, comprometerse, actuar y cooperar para implementar medidas y comportamientos sostenibles que aporten valor económico, medioambiental y social al conjunto. De ahí que, este tipo de ecosistema puede generar y difundir un desarrollo sostenible en el ámbito económico, productivo y social en el que se desarrolla la actividad turística.

Los elementos de los destinos turísticos, desde una perspectiva de ecosistema, están fuertemente vinculados, de manera que los cambios individuales de cada una de las partes generan estímulos causales que se propagan rápidamente a todo el sistema, determinando su comportamiento (Baggio, 2020). En este sentido, los destinos turísticos son sistemas adaptativos abiertos y complejos en los que su crecimiento y evolución están vinculados con los cambios continuos producidos en sus redes a lo largo del tiempo (Baggio, 2008). Así, son creados y reconfigurados constantemente, reproduciendo estructuras y significados sociales de las múltiples partes interesadas que los forman, gracias a sus rasgos de autoorganización, organización caótica y resiliencia (Saraniemi y Kylänen, 2011). De este modo, un sistema puede aprender a ajustarse y adaptarse a los cambios de sus actores y entorno. En relación con la sostenibilidad, todos los actores que participan en los destinos turísticos desempeñan un papel de éxito o fracaso en el turismo sostenible -empresas, gobiernos, instituciones, comunidad local y turistas- (Roxas *et al.*, 2020). Por ello, todo cambio producido en materia de sostenibilidad por

parte de cada uno de los actores que forman los destinos turísticos puede conducir a que otros actores adopten medidas al respecto y, en definitiva, evolucionen hasta formar un ecosistema en el que las partes interactúen directa e indirectamente para lograr un desarrollo sostenible efectivo. En base a estos argumentos planteamos la siguiente proposición:

*PI: Los destinos turísticos, entendidos como clusters, se configuran como ecosistemas turísticos sostenibles.*

Esta propuesta responde a la consideración de que el turismo sostenible es el resultado de una gobernanza eficaz basada en la interacción y participación activa de todos los actores del turismo (Björk, 2000; Rivera y Gutiérrez, 2019). Para abordar esta perspectiva partimos de la teoría de *stakeholders* (Freeman, 1984), ya que el turismo solo se puede comprender a través de las interdependencias y relaciones entre las diferentes partes que lo integran y no por el estudio sesgado de una de ellas (Barrado-Timón, 2004). De acuerdo con Freeman (1984), los *stakeholders* o grupos de interés en turismo son todas aquellas personas, grupos, organizaciones y entidades públicas o privadas que están relacionados directa o indirectamente con la actividad turística y que, además tienen capacidad para influir en el sistema turístico en general y en los destinos turísticos en particular. Los principales grupos de interés son: turistas actuales y futuros, comunidad local, empresarios, gobierno e instituciones (Roxas *et al.*, 2020). Como resultado, para determinar si los destinos turísticos se configuran como ecosistemas sostenibles analizamos cómo los diferentes actores que los integran influyen y están influidos por el resto de actores, determinando individualmente y en conjunto un comportamiento sostenible para todo el ámbito económico, productivo y social que forman.

*-Turistas:* los turistas son el elemento central de todo sistema turístico, ya que sin estos actores no existiría el turismo. Estos juegan un papel destacado para lograr un efectivo desarrollo sostenible en el turismo. Con el auge de las preocupaciones por la sostenibilidad, los turistas demandan un turismo más sostenible (Roxas *et al.*, 2020) y, cada vez más, están dispuestos a pagar un precio más alto por disfrutar de experiencias más sostenibles que reducen su impacto negativo en el entorno natural y social. Sus gustos, preferencias y elecciones influyen en los servicios turísticos ofertados (Pulido-Fernández y López-Sánchez, 2016). En este sentido, favorecen y motivan a las empresas a ofrecer servicios más sostenibles al tiempo que favorecen la implementación de políticas, estrategias y normas de sostenibilidad. No obstante, si bien los turistas pueden actuar como incentivadores de un turismo sostenible, como participantes de la actividad turística, sus actuaciones también pueden influir negativamente en el entorno natural y social que visitan, por lo que sus comportamientos deben controlarse. Por ello, empresas, sociedad local y agentes políticos tratan, por medio de diferentes canales y medidas -campañas publicitarias, carteles informativos, prácticas empresariales, etc.-, concienciar a los turistas para participar en actividades y servicios turísticos que reducen los residuos y la contaminación, ayudan a conservar entornos naturales y patrimoniales, apoyan el consumo y la cultura, y generan riqueza local. Por tanto, los turistas son actores clave que obligan al sector turístico a adaptarse hacia la sostenibilidad.

*-Comunidad local:* el turismo es un sector generador de riqueza, empleo y desarrollo local (OMT, 2018). No obstante, con el crecimiento de la demanda turística también se generan problemas medioambientales y sociales en los destinos turísticos -aumento de la contaminación (Scott *et al.*, 2016), masificación turística (Higgins-Desbiolles, 2018), proceso de gentrificación (González-Pérez, 2020), etc.-, que afectan a la calidad de vida de las comunidades locales (Mathew y Sreejesh, 2017). Como resultado, las comunidades locales reclaman a gobiernos e instituciones actuar para lograr una mayor sostenibilidad turística. Además, a través de su consumo individual y por medio de diferentes asociaciones participan e intervienen en la gestión turística para lograr actuaciones empresariales más sostenibles y para lograr normas, estrategias

y políticas más proteccionistas del entorno natural y social (Menconi *et al.*, 2017) y, así, mejorar su calidad de vida. Además, al hacerlo no solo aumenta la calidad de vida local, sino también la satisfacción del turista y la prosperidad local (Mathew y Sreejesh, 2017; Falatoonitoosi *et al.*, 2021). En este sentido, la comunidad local apoya el desarrollo de un turismo sostenible al ser percibido como una forma de turismo que ayuda a preservar los recursos naturales y que actúa como herramienta del desarrollo social local. Por tanto, la comunidad local, al beneficiarse de un turismo más sostenible, apoya su desarrollo e influye directa e indirectamente en el resto de los actores turísticos para su consecución, estableciéndose como un actor vital de la gobernanza del turismo sostenible (Mathew y Sreejesh, 2017).

*-Instituciones:* las instituciones son una serie de actores -gobiernos, asociaciones, oficinas de turismo, asociaciones turísticas empresariales, etc.-, presentes en todo destino, que pertenecen a diferentes niveles: local, regional y nacional. Así, se diferencia entre instituciones de gobierno y turísticas. En relación con las primeras, el sector público, a través de gobierno nacional, regional y local, es el responsable de la formulación de estrategias, normas y políticas turísticas. La sostenibilidad es uno de los principales inductores de cambio en el modelo de desarrollo turístico, como demuestra el incremento reciente de políticas, estrategias y normas desarrolladas por los gobiernos para lograr un desarrollo turístico equilibrado (Cordente-Rodríguez *et al.*, 2021). Así pues, los gobiernos juegan un papel destacado para lograr un desarrollo turístico sostenible al fomentar activamente comportamientos sostenibles del sector privado, sociedad y turistas. Estas políticas, estrategias y normas son el resultado de un conjunto de interacciones entre los diferentes actores turísticos, si bien los agentes políticos deben liderar y facilitar el proceso. De este modo, los gobiernos deben considerar las ideas e intereses de los diferentes actores para garantizar que los beneficios y responsabilidades del turismo sostenible se repartan justamente (Buhalis y Fletcher, 1995). Además de los gobiernos, aparecen las denominadas instituciones turísticas de carácter público y privado que guían el comportamiento de los actores turísticos hacia la generación de valor sostenible. Por ejemplo, la Organización Mundial de Turismo (OMT) influye en el desarrollo y gestión del turismo a través de una gobernanza global en forma de códigos de conducta, recomendaciones y proyectos de ley. Así, reclama desde hace dos décadas el establecimiento de nuevos modelos turísticos sostenibles en los que participen todos los actores de forma equilibrada (OMT, 2005). De igual modo, las asociaciones turísticas, sociales y empresariales, locales y regionales, públicas y privadas ayudan por medio de reuniones, ferias y otras acciones concretas a promover, gestionar, desarrollar y conservar el destino turístico al tiempo que empoderan a las comunidades locales en la participación turística para lograr un turismo más sostenible (Roxas *et al.* 2020). Si bien los gobiernos suelen establecer medidas de carácter mínimo en cuestiones sostenibles las instituciones turísticas suelen actuar más activamente en el desarrollo y medidas de sostenibilidad para proteger y mantener la competitividad de los entornos turísticos.

*-Empresas:* las empresas turísticas y de apoyo son fundamentales para lograr un ecosistema sostenible, debido a que, por un lado, son los principales generadores de problemas de sostenibilidad en el destino y, por otro, los principales inductores de cambio. La competitividad y atractivo del destino dependen de la conservación de sus entornos naturales y sociales (Tom Dieck y Jung, 2017), por lo que las empresas turísticas están obligadas a actuar para implementar medidas sostenibles y, así, mantener el éxito del conjunto y el individual. A su vez, ante el actual incremento de la atención global por la sostenibilidad, los agentes académicos, políticos, económicos y sociales se ven empujados a desarrollar esfuerzos para lograr un desarrollo sostenible. Por ejemplo, es habitual encontrar en empresas turísticas medidas de reutilización de toallas, iluminación de bajo consumo energético, ahorro de agua, contratación de población y proveedores locales y diseño de una cadena de suministro más sostenible (Kularatne *et al.*, 2019). De modo que, muchas empresas turísticas buscan y llegan a acuerdos, como un requisito

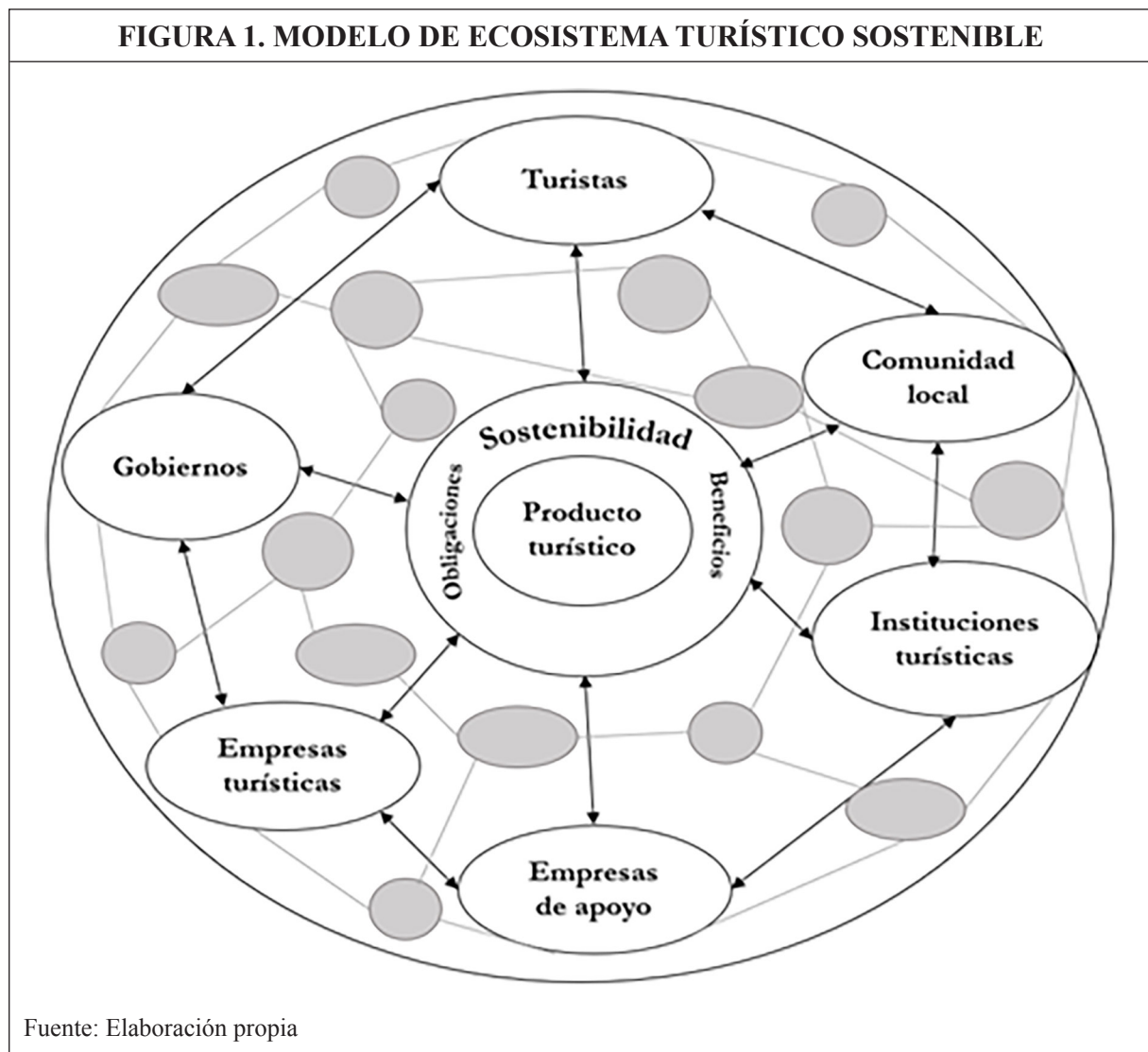
creciente, con otras empresas proveedoras y de apoyo que también actúen de forma sostenible, empujándolas hacia comportamientos y actuaciones más sostenibles. Con estas medidas, mejoran la satisfacción turística, reducen su impacto medioambiental y social, obtienen unos mejores resultados económicos, medioambientales y sociales (Cerchione *et al.*, 2018; Danso *et al.*, 2020) e influyen en las actitudes y comportamientos de los turistas (Sánchez-Ollero *et al.*, 2021). Otro aspecto a destacar es que, en los destinos turísticos, por sus características, los trabajadores y gerentes empresariales suelen compartir las preocupaciones del resto de actores que intervienen en estos entornos ya que viven e interactúan en un mismo contexto social. Así, pueden tener valores de sostenibilidad y estar influenciados para actuar en la misma dirección que las preocupaciones e intereses del resto de actores del destino (Grimstad, 2011). Luego, las relaciones sociales con otras empresas y actores impulsan el intercambio de información, actuando como un mecanismo de coordinación. Así, a través de las relaciones sociales, de competencia y cooperación en un destino turístico, aparece un isomorfismo mimético en el que las empresas observan y conocen las actuaciones de otras empresas en relación con la sostenibilidad. De modo que, si las empresas observan que los competidores obtienen mejores resultados por implementar comportamientos y prácticas de sostenibilidad tienden a imitarlos, generando una mayor sostenibilidad individual y conjunta. Por ejemplo, se observa que las empresas más importantes del destino pueden conducir a que otros actores desarrollen prácticas y comportamientos sostenibles, generando una imitación de buenas prácticas (Font *et al.*, 2016) y, por ende, extendiendo el desarrollo sostenible a todo el contexto. Además, el desarrollo de programas de sostenibilidad por parte de las instituciones públicas puede ayudar a que muchas empresas, especialmente de reducido tamaño, actúen de manera más sostenible (McLennan *et al.*, 2016). Así mismo, los gobiernos influyen en el comportamiento sostenible de las empresas a través de políticas, normativas e incentivos. Por tanto, las presiones actuales de gobiernos, instituciones, sociedades y turistas por modelos turísticos más sostenibles, junto con el incremento de la innovación y la capacidad de imitación de estos contextos, empujan a las empresas turísticas a implementar medidas de sostenibilidad, mejorando la atracción de turistas frente a otros destinos (Zach y Hill, 2017).

En línea con lo anterior, vemos como los diferentes *stakeholders* de los destinos turísticos juegan un papel destacado para alcanzar un desarrollo sostenible, ya que influyen y están influidos por el resto de actores. Se genera, así, una cadena de eventos retroalimentados que conducen hacia un contexto económico, medioambiental y social sostenible, generador de beneficios comunes -mantenimiento del atractivo turístico, afluencia turística, mejores resultados económicos, menor contaminación, mejor calidad de vida local, etc.-, aunque también exige a los *stakeholders* un conjunto de obligaciones y actuaciones para mantenerlos. Este proceso se produce mientras los *stakeholders* mantienen la estructura funcional del destino, esto es, relaciones interdependientes para ofrecer un producto turístico único, completo y de calidad. En cualquier caso, si bien la actuación individual es clave para lograr ecosistemas turísticos sostenibles, los agentes por sí solos no pueden lograr un completo desarrollo sostenible a nivel de ecosistema, motivo por el que deben colaborar y desarrollar sinergias. La cooperación entre actores es una condición básica para lograr el desarrollo sostenible de estos contextos, mejorar sus resultados y generar sinergias (Theodoraki *et al.*, 2018). Los destinos turísticos, como se ha señalado, tienen un marcado social que permite desarrollar una destacada cooperación y, con ella, actitudes y comportamientos más sostenibles (Campopiano *et al.*, 2016). En concreto, son habituales las relaciones de cooperación entre gobiernos, turistas, comunidad local y empresas para avanzar en la sostenibilidad del destino turístico (Roxas *et al.*, 2020). Por ejemplo, las asociaciones civiles participan activamente en la elaboración de políticas y normas



turísticas (Menconi *et al.*, 2017). También las instituciones públicas y privadas de los destinos desarrollan programas de sostenibilidad a los que se incorporan las empresas para actuar más sosteniblemente y obtener beneficios (McLennan *et al.*, 2016). Además, actúan como gestores de redes que promueven sistemas de gestión flexible y adaptables a las nuevas necesidades de los mercados (Soulard *et al.*, 2018). Así, por medio de eventos, reuniones y ferias empresariales pueden promover una competencia y una cooperación constructiva y sostenible.

En suma, la estructura funcional amalgamada de los destinos turísticos hace que sus actores actúen colectivamente hacia un objetivo común que, ante las demandas de sostenibilidad de diversos agentes, produce comportamientos sostenibles individuales y conjuntos entre sus actores, generando valor económico, medioambiental y social. Por tanto, los ecosistemas turísticos sostenibles son catalizadores y herramientas para concienciar, planificar e implementar un desarrollo local y regional sostenible. De modo que, los destinos turísticos, entendidos como clusters, se pueden configurar como ecosistemas turísticos sostenibles en los que las acciones de sostenibilidad de todos sus actores determinan el funcionamiento, comportamiento y evolución hacia la sostenibilidad. En la figura 1 se recoge el modelo de ecosistema turístico sostenible propuesto.



#### 4. CONCLUSIONES

El modelo que se plantea en este trabajo, tras una amplia revisión de la literatura, explica cómo los destinos turísticos, entendidos como clusters, se configuran como ecosistemas turísticos sostenibles. Para la elaboración de este modelo se han tenido en cuenta diferentes aportaciones sobre destinos turísticos, clusters y ecosistemas (Björk, 2000; Barrado-Timón, 2004; Da Cunha y Da Cunha, 2005; Baggio, 2008, 2020). También se han revisado diferentes trabajos centrados en analizar el papel de los destinos turísticos como clusters (Jackson y Murphy, 2002, 2006; Segarra-Oña *et al.*, 2012; Peiró-Signes *et al.*, 2015; Perkins *et al.*, 2021).

Este modelo teórico permite contribuir a aportar consistencia teórica a la demanda previa de que el sector turístico, a través de su unidad de análisis básica, los destinos turísticos, está obligado a avanzar hacia una transformación sostenible para mantener su competitividad y sostenibilidad conforme a las exigencias actuales de gobiernos, sociedades, turistas y comunidades locales (Buhalis, 2000; Seguí-Amortegui *et al.*, 2019; Cordente-Rodríguez *et al.*, 2021). Los argumentos aportados para justificar el papel de los destinos turísticos, desde un enfoque de clusters, como ecosistemas turísticos sostenibles refuerzan la literatura. En concreto, destacamos el papel de los ecosistemas empresariales sostenibles para proporcionar un camino más claro hacia la sostenibilidad turística y para comprender el papel de las comunidades locales, turistas, instituciones y organismos públicos y empresas en la creación de valor sostenible (Romanelli, 2018; Roxas *et al.*, 2020).

Por otro lado, con este trabajo se aporta un marco teórico sobre ecosistemas turísticos sostenibles, desde una perspectiva sistémica, a través del estudio de los *stakeholders* de los destinos turísticos. La utilización de estos enfoques es adecuada para comprender el funcionamiento del turismo integrando los numerosos elementos interrelacionados que lo componen y su complejidad funcional (García y Pereira, 2016), así como para formular nuevas políticas públicas y privadas vinculadas con la sostenibilidad (Pearce, 2014). Con ello, se avanza en la literatura sobre gestión turística de los destinos turísticos (Pearce, 2015) y en la demanda de nuevos modelos de desarrollo turístico sostenible en el que colaboren equilibradamente todos los actores del turismo (OMT, 2005). En este sentido, este trabajo permite enfatizar el papel de los *stakeholders* para desarrollar ecosistemas turísticos sostenibles, avanzando en sus roles e interacciones para lograr la sostenibilidad, en línea con trabajos previos (Roxas *et al.*, 2020). Además, en este trabajo reforzamos los vínculos entre enfoques de investigación sobre destinos turísticos (Nassanbekova *et al.*, 2019), clusters turísticos (Martínez-Pérez *et al.*, 2019) y el desarrollo sostenible (Lund-Thomsen *et al.*, 2016; Seguí-Amortegui *et al.*, 2019). De igual modo, este trabajo avanza en la literatura sobre ecosistemas turísticos sostenibles sobre la que, hasta donde sabemos, no existen trabajos previos.

Entre las recomendaciones derivadas de este trabajo destaca que el sector turístico, por su dualidad generadora de problemas y soluciones de sostenibilidad, debe ser correctamente planificado y gestionado para enfocarse hacia la sostenibilidad (Butler, 1999). De lo contrario, puede generar un importante desequilibrio que puede afectar al atractivo y la competitividad de los agentes que se interrelacionan en los clusters turísticos y del destino turístico en su conjunto. Sin embargo, la toma de decisiones políticas sobre cuestiones de sostenibilidad es todavía un desafío para muchos gobiernos e instituciones. Los objetivos de desarrollo sostenible se desarrollan a través del alcance causal de los *stakeholders* turísticos y con la capacidad de liderazgo colectivo de gobiernos e instituciones. Así, gobiernos e instituciones deben liderar el camino hacia la sostenibilidad mediante el establecimiento de políticas, normas, incentivos, programas y estrategias turísticas de sostenibilidad, en las que deben colaborar activamente todos los actores de los destinos, considerando sus intereses y problemas para repartir beneficios y responsabilidades de forma justa, equilibrada y sostenible, para lograr un efectivo desarrollo

sostenible. Además, deben impulsar una mayor cooperación entre los actores para actuar conjuntamente hacia objetivos sostenibles. En este sentido, recomendamos que los gobiernos e instituciones hagan partícipes a turistas, empresas y residentes locales para desarrollar conjuntamente medidas e iniciativas turísticas de sostenibilidad. Por ejemplo, pueden llevar a cabo reuniones y mesas redondas para adoptar medidas sostenibles, desarrollar sistemas de acreditaciones de prácticas sostenibles, así como diseñar programas de turismo sostenible para empresas, en las que participen centros de investigación, y fomentar alianzas de cooperación que permita alcanzar objetivos conjuntos de sostenibilidad (McLennan *et al.*, 2016; Roxas *et al.*, 2020). Es importante resaltar que estas medidas deben desarrollarse a largo plazo con la finalidad de generar una cultura de sostenibilidad global que pueda contribuir a la transformación a largo plazo del conjunto en una plataforma de sostenibilidad (Roxas *et al.*, 2020). De igual modo, en línea con Daddi *et al.* (2017), recomendamos a las instituciones que promuevan una simbiosis turística que permita que las empresas cooperen con otros agentes complementarios para promover sinergias que les garanticen una mejor eficiencia, resultados y un menor impacto medioambiental y social de sus productos y servicios. También, se recomienda que tanto gobiernos como instituciones desarrollen acciones, campañas y medidas para concienciar a los turistas en temas de sostenibilidad (Roxas *et al.*, 2020). Así mismo, en línea con la teoría y la práctica de clusters, como herramientas de desarrollo local aplicada a los destinos turísticos (Mueller y Jungwirth, 2016; Lazzeretti *et al.*, 2019), recomendamos a los gobiernos la utilización de un enfoque holístico de ecosistema turístico sostenible como una base para promover el desarrollo sostenible local y regional.

Como recomendaciones para empresas se destaca que deben considerar las exigencias actuales de sostenibilidad en su estrategia, tácticas y comportamientos para mejorar sus resultados y competitividad (Cerchione *et al.*, 2018; Danso *et al.*, 2020), así como para reforzar la imagen de sostenibilidad y el atractivo de los destinos turísticos de los que dependen las propias empresas. Para facilitar el proceso de adaptación a la sostenibilidad y ante la falta de estructura de las pequeñas y medianas empresas que predominan en el sector turístico, recomendamos que cooperen con otras empresas internas y externas a los destinos para alcanzar objetivos de sostenibilidad, así como, que busquen la colaboración con las instituciones públicas y privadas turísticas, que pueden apoyar sus programas, iniciativas y prácticas de sostenibilidad.

Como limitación de este trabajo destaca su carácter teórico. No obstante, la amplia revisión de la literatura realizada y la solidez de los argumentos planteados permiten proponer un conjunto de argumentos que sustentan el marco teórico propuesto. Además, este modelo no pretende aportar una explicación global de la sostenibilidad en los destinos y los clusters turísticos, sino avanzar hacia la concepción y configuración de estos como ecosistemas turísticos sostenibles a través del estudio de los actores turísticos. Desde esta perspectiva, es necesario explorar en futuros trabajos qué factores externos a los propios destinos y clusters turísticos inciden para que se transformen en modelos de gestión turística sostenibles. De igual modo, no se analiza qué factores actúan como determinantes o barreras de los diferentes *stakeholders* de estos contextos hacia comportamientos más sostenibles. No obstante, consideramos valioso analizar en futuros trabajos dichos determinantes y barreras para mejorar la comprensión del papel de los *stakeholders* turísticos en la formación de ecosistemas turísticos sostenibles.

Por otro lado, al igual que ha ocurrido con el concepto de turismo sostenible, el concepto de ecosistema turístico sostenible necesita madurar para su puesta en práctica. Así, se reclaman nuevos trabajos teóricos que permitan avanzar en su conceptualización, explicación y comprensión, sobre cómo se relacionan e influyen unos actores turísticos en los otros, así como en el conjunto que forman, para desarrollar ecosistemas turísticos sostenibles. En este sentido, es recomendable avanzar en el estudio empírico sobre aspectos de ecología industrial turística para contrastar la existencia de efectos simbióticos entre los actores turísticos (Daddi *et al.*,

2017). De igual modo, se propone como línea de investigación futura examinar los efectos de estas prácticas y comportamientos de sostenibilidad, desde un enfoque ecosistémico, a nivel económico, medioambiental y social para los actores turísticos y para todo el contexto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arenas, A.E., Goh, J.M., y Urueña, A. (2019). How does IT affect design centricity approaches: Evidence from Spain's smart tourism ecosystem. *International Journal of Information Management*, 45, 149-162. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.015>
- Audretsch, D.B., y Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: establishing the framework conditions. *The Journal of Technology Transfer*, 42(5), 1030-1051. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10961-016-9473-8>
- Ávila-Bercial, R. y Barrado-Timón, D.A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-44.
- Baggio, R. (2008). Symptoms of Complexity in a Tourism System. *Tourism Analysis*, 13(1), 1-20. DOI: <https://doi.org/10.3727/108354208784548797>
- Baggio, R. (2020). Tourism destinations: A universality conjecture based on network science. *Annals of Tourism Research*, 82, 102929. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102929>
- Baggio, R., Scott, N., y Cooper, C. (2010). Improving tourism destination governance: a complexity science approach. *Tourism Review*, 65(4), 51-60. DOI: <https://doi.org/10.1108/16605371011093863>
- Baldassarre, B., Schepers, M., Bocken, N., Cuppen, E., Korevaar, G., y Calabretta, G. (2019). Industrial Symbiosis: towards a design process for eco-industrial clusters by integrating Circular Economy and Industrial Ecology perspectives. *Journal of Cleaner Production*, 216, 446-460. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.091>
- Baños, P.J., y Jiménez, F.K.A. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 977-995.
- Barrado-Timón, D.A.B. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160, 45-68.
- Belussi, F., y Hervás-Oliver, J.L. (2018). Cluster advantage and firm performance: A concluding remark. En F. Belussi, J.L. Hervás-Oliver (Eds.). *Agglomeration and Firm Performance* (pp. 309-324). Springer DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-90575-4\\_17](https://doi.org/10.1007/978-3-319-90575-4_17)
- Bengtsson, M., y Kock, S. (1999). Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 14(3), 178-193. DOI: <https://doi.org/10.1108/08858629910272184>
- Bertalanffy, L.V. (1986). *Teoría General de los Sistemas*. Fondo de Cultura Económica: Madrid.
- Björk, P. (2000). Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 189-202. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(200005/06\)2:3<189::AID-JTR195>3.0.CO;2-T](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(200005/06)2:3<189::AID-JTR195>3.0.CO;2-T)
- Boes, K., Buhalis, D., y Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Buhalis, D. (2000). Tourism and information technologies: Past, present and future. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 41-58. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014899>

- Buhalis, D., y Fletcher, J. (1995). Environmental impacts on tourist destinations: an economic analysis. *Sustainable tourism development*, 3-24.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Campopiano, G., Campopiano, G., Minola, T., Minola, T., Sainaghi, R., y Sainaghi, R. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: Family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1115-1136. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0236>
- Capone, F., y Boix, R. (2008). Sources of growth and competitiveness of local tourist production systems: an application to Italy (1991–2001). *The Annals of Regional Science*, 42(1), 209-224. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00168-007-0133-7>
- Cerchione, R., Centobelli, P., y Shabani, A. (2018). Sustainability orientation, supply chain integration, and SMEs performance: a causal analysis. *Benchmarking: An International Journal*, 25(9), 3679-3701. DOI: <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2017-0236>
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.428>
- Consejo Mundial del Viaje y Turismo (2020). *Global Economic Impact & Trends 2020*. United Kingdom.
- Cordente-Rodríguez, M., Villanueva-Álvaro, J.J., y Mondéjar-Jiménez, J.A. (2021). Sustainable Management of Natural Areas: The Role of Population to Support the Protection Categories. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020988309. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348020988309>
- Czernek-Marszałek, K. (2020). Social embeddedness and its benefits for cooperation in a tourism destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100401. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100401>
- Da Cunha, S.K., y Da Cunha, J.C. (2005). Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. *BAR-Brazilian Administration Review*, 2(2), 47-62. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1807-76922005000200005>
- Daddi, T., Nucci, B., y Iraldo, F. (2017). Using Life Cycle Assessment (LCA) to measure the environmental benefits of industrial symbiosis in an industrial cluster of SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 147, 157-164. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.090>
- Danso, A., Adomako, S., Lartey, T., Amankwah-Amoah, J., y Owusu-Yirenkyi, D. (2020). Stakeholder integration, environmental sustainability orientation and financial performance. *Journal of Business Research*, 119, 652-662. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.038>
- Falatoonitoosi, E., Schaffer, V., y Kerr, D. (2021). Does sustainable tourism Development enhance Destination prosperity? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020988328. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348020988328>
- Ferreira, J., y Estevo, C. (2009). Regional competitiveness of a tourism cluster: A conceptual model proposal. *Encontros científicos–Tourism & management studies*, 37-51.
- Font, X., Garay, L., y Jones, S. (2016). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner production*, 137, 1439-1448. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.071>
- Freeman, E.R. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Pitman: Boston.
- García, G. y Pereira, J. (2016). Teoria Geral dos Sistemas e Turismo: reflexão e trajetória. *Investigaciones Turísticas*, 11, 165-195.

- García-Villaverde, P.M., Elche-Hortelano, D., Martínez-Pérez, Á., y Ruiz-Ortega, M.J. (2017). Determinants of radical innovation in clustered firms of the hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 45-58. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.002>
- García-Villaverde, P.M., Elche-Hortelano, D., y Martínez-Pérez, Á. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*, 76, 103966. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103966>
- Garrigos-Simon, F.J., Narangajavana-Kaosiri, Y., y Lengua-Lengua, I. (2018). Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability*, 10(6), 1976. DOI: <https://doi.org/10.3390/su10061976>
- Goeldner, C.R., y Ritchie, J.B. (2012). *Tourism principles, practices, philosophies* (12<sup>a</sup> ed.). John Wiley & Sons.
- González-Pérez, J.M. (2020). The dispute over tourist cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *Tourism Geographies*, 22(1), 171-191. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1586986>
- Grimstad, S. (2011). Developing a framework for examining business-driven sustainability initiatives with relevance to wine tourism clusters. *International Journal of Wine Business Research*, 23(1), 62-82. DOI: <https://doi.org/10.1108/1751106111121416>
- Gursoy, D., Saayman, M., y Sotiriadis, M. (2015). *Collaboration in tourism businesses and destinations: A handbook*. Emerald Group Publishing.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?. *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Ivars, J.A.B. (2003). *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Síntesis, Madrid.
- Jackson, J., y Murphy, P. (2002). Tourism destinations as clusters Analytical experiences from the New World. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 36-52. DOI: <https://doi.org/10.1177/146735840200400104>
- Jackson, J., y Murphy, P. (2006). Clusters in regional tourism An Australian case. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1018-1035. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.005>
- Kularatne, T., Wilson, C., Månsson, J., Hoang, V., y Lee, B. (2019). Do environmentally sustainable practices make hotels more efficient? A study of major hotels in Sri Lanka. *Tourism Management*, 71, 213-225. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.009>
- Laing, C., y Lewis, A. (2017). Exploring clustering as a destination development strategy for rural communities: The case of La Brea, Trinidad. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 184-195. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.006>
- Lazzeretti, L., Capone, F., Caloffi, A., y Sedita, S.R. (2019). Rethinking clusters. Towards a new research agenda for cluster research. *European Planning Studies*, 27(10), 1879-1903. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1650899>
- Lund-Thomsen, P., Lindgreen, A., y Vanhamme, J. (2016). Industrial clusters and corporate social responsibility in developing countries: What we know, what we do not know, and what we need to know. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 9-24. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2372-8>
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics* (8<sup>a</sup> ed.). McMillan: London.
- Martínez-Pérez, Á., Elche-Hortelano, D., García-Villaverde, P.M., y Parra-Requena, G. (2019). Cultural tourism clusters: Social capital, relations with institutions, and radical innovation. *Journal of Travel Research*, 58(5), 793-807. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287518778147>

- Mathew, P.V., y Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.001>
- McLennan, J.C., Becken, S., y Watt, M. (2016). Learning through a cluster approach: lessons from the implementation of six Australian tourism business sustainability programs. *Journal of Cleaner Production*, 111, 348-357. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.085>
- McEvily, B., y Zaheer, A. (1999). Bridging ties: A source of firm heterogeneity in competitive capabilities. *Strategic Management Journal*, 20(12), 1133-1156. DOI: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199912\)20:12<1133::AID-SMJ74>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199912)20:12<1133::AID-SMJ74>3.0.CO;2-7)
- Menconi, M.E., Grohmann, D., y Mancinelli, C. (2017). European farmers and participatory rural appraisal: A systematic literature review on experiences to optimize rural development. *Land Use Policy*, 60, 1-11. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2016.10.007>
- Michael, E.J. (2003). Tourism Micro-Clusters. *Tourism Economics*, 9(2), 133-145. DOI: <https://doi.org/10.5367/000000003101298312>
- Molina-Morales, F.X., García-Villaverde, P.M., y Parra-Requena, G. (2014). Geographical and cognitive proximity effects on innovation performance in SMEs: a way through knowledge acquisition. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(2), 231-251. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0214-z>
- Moore, J. F. (2006). Business ecosystems and the view from the firm. *The Antitrust Bulletin*, 51(1), 31-75. DOI: <https://doi.org/10.1177/0003603X0605100103>
- Morrison, A. (1998). Small firm co-operative marketing in a peripheral tourism region. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 191-197. DOI: <https://doi.org/10.1108/09596119810227802>
- Mueller, E. F., y Jungwirth, C. (2016). What drives the effectiveness of industrial clusters? Exploring the impact of contextual, structural and functioning determinants. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(5-6), 424-447. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1186748>
- Nassanbekova, S.T., Uruzbayeva, N.A., y Rodríguez-Zapatero, M. (2019). *Scientific approaches to the definition of the concept «tourism destination»*. Bulletin of the Karagand a University.
- Olya, H., y Taheri, B. (2021). Introduction to the Special Issue: Nature-Based Solutions in Hospitality and Tourism Management. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 10963480211033646. DOI: <https://doi.org/10.1177/10963480211033646>
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2002). *Gestión de destinos y programa de calidad*. Organización Mundial del Turismo: Madrid.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2005). *Making a tourism more sustainable – A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics: Paris.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2013). *Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo*. Organización Mundial del Turismo: Madrid.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015). *Transforming our world. The 2030 Agenda for sustainable development*. Organización de las Naciones Unidas. París.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2018). *Un Tourism Highlights: 2018 Edition*. Madrid.
- Organización Mundial de Turismo (OMT) (2020). *Panorama del turismo internacional. Edición 2020*. Organización Mundial del Turismo: Madrid.

- Palumbo, R., Manesh, M.F., Pellegrini, M.M., Caputo, A., y Flamini, G. (2021). Organizing a sustainable smart urban ecosystem: Perspectives and insights from a bibliometric analysis and literature review. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126622. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126622>
- Pearce, D.G. (2014). Toward an integrative conceptual framework of destinations. *Journal of Travel Research*, 53(2), 141-153. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513491334>
- Pearce, D.G. (2015). Destination management in New Zealand: Structures and functions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.12.001>
- Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M.D.V., Miret-Pastor, L., y Verma, R. (2015). The effect of tourism clusters on US hotel performance. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 155-167. DOI: <https://doi.org/10.1177/1938965514557354>
- Perkins, R., Khoo-Lattimore, C., y Arcodia, C. (2021). Collaboration in marketing regional tourism destinations: Constructing a business cluster formation framework through participatory action research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 347-359. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.01.004>
- Polese, F., Barile, S., Caputo, F., Carrubbo, L., y Waletzky, L. (2018). Determinants for value cocreation and collaborative paths in complex service systems: A focus on (smart) cities. *Service Science*, 10(4), 397-407. DOI: <https://doi.org/10.1287/serv.2018.0218>
- Porter, M.E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93. DOI: <https://doi.org/10.1002/cir.3880010112>
- Porter, M.E. (1998). Cluster the new Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.
- Pulido-Fernández, J.I., y López-Sánchez, Y. (2016). Are tourists really willing to pay more for sustainable destinations? *Sustainability*, 8(12), 1240. DOI: <https://doi.org/10.3390/su8121240>
- Pulido-Fernández, J.I., y Merinero-Rodríguez, R. (2018). Destinations' relational dynamic and tourism development. *Journal of Destinations Marketing & Management*, 7, 140-152. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.008>
- Rivera, J.P.R., y Gutiérrez, E.L.M. (2019). A framework toward sustainable ecotourism value chain in the Philippines. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(2), 123-142. DOI: <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1492495>
- Rodríguez-Girón, S., y Vanneste, D. (2019). Social capital at the tourist destination level Determining the dimensions to assess and improve collective action in tourism. *Tourist Studies*, 19(1), 23-42. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797618790109>
- Romanelli, M. (2018). Towards sustainable ecosystems. *Systems Research and Behavioral Science*, 35(4), 417-426. DOI: <https://doi.org/10.1002/sres.2541>
- Roxas, F.M.Y., Rivera, J.P.R., y Gutierrez, E.L.M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 387-398. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Sánchez-Ollero, J.L., García-Pozo, A., y Mondéjar-Jiménez, J. (2021). Impacts of Environmental Sustainability Measures on Rural Accommodation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020986914. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348020986914>
- Saraniemi, S., y Kylänen, M. (2011). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. *Journal of travel research*, 50(2), 133-143. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287510362775>
- Schmitz, H., y Nadvi, K. (1999). Clustering and industrialization: Introduction. *World Development*, 27(9), 1503-1514. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(99\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(99)00072-8)



- Scott, D., Gössling, S., Hall, C.M., y Peeters, P. (2016). Can tourism be part of the decarbonized global economy? The costs and risks of alternate carbon reduction policy pathways. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(1), 52-72. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1107080>
- Segarra-Oña, M.D.V., Miret-Pastor, L.G., Peiró-Signes, A., y Verma, R. (2012). The effects of localization on economic performance: Analysis of Spanish tourism clusters. *European Planning Studies*, 20(8), 1319-1334. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.680586>
- Segui-Amortegui, L., Clemente-Almendros, J.A., Medina, R., y Grueso-Gala, M. (2019). Sustainability and competitiveness in the tourism industry and tourist destinations: A bibliometric study. *Sustainability*, 11(22), 6351. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11226351>
- Soulard, J., Knollenberg, W., Boley, B.B., Perdue, R.R., y McGehee, N.G. (2018). Social capital and destination strategic planning. *Tourism Management*, 69, 189-200. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.011>
- Spigel, B., y Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151-168. DOI: <https://doi.org/10.1002/sej.1268>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Theodoraki, C., Messeghem, K., y Rice, M.P. (2018). A social capital approach to the development of sustainable entrepreneurial ecosystems: an explorative study. *Small Business Economics*, 51(1), 153-170. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9924-0>
- tom Dieck, M.C., y Jung, T.H. (2017). Value of augmented reality at cultural heritage sites: A stakeholder approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 110-117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.002>
- Vargo, S.L., y Lusch, R.F. (2011). *Reducing the fear of crime in a community: A logic of systems & system of logics perspective. Proceedings of the Grand Challenge in Service Week: Understanding Complex Service Systems Through Different Lens*. Cambridge.
- Volkman, C., Fichter, K., Klofsten, M., y Audretsch, D. B. (2021). Sustainable entrepreneurial ecosystems: an emerging field of research. *Small Business Economics*, 56(3), 1047-1055. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00253-7>
- Von Bergner, N.M., y Lohmann, M. (2014). Future challenges for global tourism: A Delphi survey. *Journal of Travel Research*, 53(4), 420-432. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287513506292>
- Vrontis, D., Christofi, M., Giacosa, E., y Serravalle, F. (2021). Sustainable Development in tourism: a stakeholder analysis of the Langhe region. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020982353. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348020982353>
- Weaver, D., y Oppermann, M. (2000). *Tourism Management*. Wiley, Brisbane.
- Wirtz, M., y Volkman, C. (2015). Do social business cities foster sustainable urban development? *Social Business*, 5(2), 157-175. DOI: <https://doi.org/10.1362/204440815X14373846978714>
- Xie, X., y Wang, H. (2020). How can open innovation ecosystem modes push product innovation forward? An fsQCA analysis. *Journal of Business Research*, 108, 29-41. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.011>
- Xie, Y., Sha, Z., & Mesev, V. (2018). Remote Sensing of Sustainable Ecosystems. *Journal of Sensors*, 2018.

- You, J.I., y Wilkinson, F. (1994). Competition and co-operation: toward understanding industrial districts. *Review of Political Economy*, 6(3), 259-278. DOI: <https://doi.org/10.1080/09538259400000039>
- Zach, F.J., y Hill, T.L. (2017). Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. *Tourism Management*, 62, 196-207. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.001>