



Revisión sistemática sobre la innovación en clústeres turísticos

Systematic Review on Innovation in Tourism Clusters

Ximena Carolina Pérez Cárdenas¹ y Eugenio Paredes Castellanos²

1. *Profesional en Negocios Internacionales por la Universidad Santo Tomás de Aquino.* <https://orcid.org/0000-0002-8918-5632> ximena.perez01@uptc.edu.co

2. *Magíster en Administración y Dirección de Empresa por la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.* Profesor Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. <https://orcid.org/0000-0002-0314-0872> eugenio.paredes@uptc.edu.co

Clasificación JEL: L83

Recibido: 13/06/23 Aprobado: 03/07/24

Como citar este artículo

Pérez, X. y Paredes, E. (2024). Revisión sistemática sobre la innovación en clústeres turísticos. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. 20(38). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.4326>

Resumen. La consolidación de clústeres turísticos y la innovación en los territorios generan un aporte fundamental para el desarrollo económico y social sostenible, permitiendo involucrar al gobierno, ciudadanos, pequeñas, medianas y grandes empresas. El objetivo principal del estudio es indagar, analizar y sintetizar las contribuciones más significativas sobre el clúster turístico y su relación con la innovación en el periodo 2012-2022. Para el desarrollo metodológico, se empleó el método PRISMA, que facilita la selección de artículos en bases de datos científicas para la revisión sistemática de la literatura. El estudio analizó 38 artículos de revisión sobre clúster turístico e innovación de las bases de datos Scopus y Web of Science (WOS). Como resultado principal, se identificaron aspectos como: capital social, colaboración y cooperación, sostenibilidad, transferencia de conocimiento, competitividad, desarrollo turístico, turismo patrimonial y cultural, partes interesadas y redes, destacados en la revisión sobre innovación en clústeres turísticos. Se concluye que la innovación es parte esencial de los clústeres turísticos, ya que permite que las empresas, mediante disciplina y nuevas ideas, obtengan mejores resultados socioeconómicos.

Palabras Clave: Clúster, Clúster turístico, Innovación y Turismo.

Abstract. The consolidation of tourism clusters and innovation in the territories generate a fundamental contribution to sustainable economic and social development, allowing the involvement of the government, citizens, small, medium and large companies. The main objective of the study is to research, analyze and synthesize the most significant contributions on the tourism cluster and its relationship with innovation in the period 2012-2022. For the methodological development, the PRISMA method was used, which facilitates the selection of articles in scientific databases for the systematic review of the literature. The study analyzed 38 review articles on tourism clusters and innovation from the Scopus and Web of Science (WOS) databases. As a main result, aspects such as social capital, collaboration and cooperation, sustainability, knowledge transfer, competitiveness, tourism development, heritage and cultural tourism, stakeholders, and networks, highlighted in the review on innovation in tourism clusters, were identified. It is concluded that innovation is an essential part of tourism clusters, as it allows “companies, through discipline and new ideas, to obtain better socioeconomic results”.

Keywords: Cluster, Tourism Cluster, Innovation and Tourism.

Introducción

A lo largo de la historia, las formas de organización han sido esenciales para el desarrollo de los países. En la actualidad el clúster es un modelo aplicable a cualquier sector de la economía debido a su carácter flexible. (Ivars, Vera & Acebal, 2014,). El turismo se ha convertido en un sector donde se puede emplear la figura del clúster, que, al innovar su base tradicional, trae grandes beneficios a diferentes regiones. Es importante el estudio de los clústeres turísticos, así como la relevancia que tiene la innovación en estos, puesto que estos hacen parte de los factores fundamentales para el desarrollo económico de una región o un país. Los clústeres turísticos fomentan la innovación dentro del campo, lo hacen mediante la transferencia tanto de conocimiento como de tecnología; logrando así que la difusión de la innovación dentro de las empresas sea efectiva (García-Villaverde *et al.*, 2017; Medina-Muñoz *et al.*, 2013).

El desarrollo de la innovación en los clústeres turísticos se reconoce como un factor clave para que las empresas que lo integran sean competitivas y resilientes en el mercado, aunque se ha evidenciado que muchas empresas desconocen cómo innovar o implementar invenciones o mejoras en sus productos, servicios, procesos y métodos productivos (Odinokova, T. 2019). Este desconocimiento hace relevante la pregunta por cómo la innovación es aplicada y cómo incide en el desarrollo de los clústeres turísticos, investigar la relación entre estos dos aspectos, y conocer qué obstáculos o barreras se identifican en la literatura especializada.

La estructura del análisis del presente estudio se realiza de la siguiente manera: en primer lugar, se presenta el marco teórico requerido para el entendimiento y análisis de la presente investigación. En segundo lugar, se encuentra la metodología utilizada, se explica el método y las herramientas aplicadas. En tercer lugar, se encuentran los resultados, donde se visibiliza el análisis bibliométrico, tendencias, contexto y evolución del clúster turístico y su relación con la innovación. Por último, están la discusión y conclusiones más importantes de la investigación.

Marco teórico

Esta sección se encarga de explicar los conceptos centrales de esta investigación, a saber: clúster, clúster turístico, innovación, y, en específico, clúster turístico e innovación.

Clúster

Por un lado, el economista Michael Porter es el pionero del concepto de clúster. Lo define como una concentración de empresas u organizaciones en un espacio geográfico, unidas por su naturaleza y complementariedades. Estas se relacionan entre sí para crecer en el mercado, donde se involucran proveedores, industrias, instituciones, compradores, agencias, universidades, bancos, e inversionistas que compiten, pero cooperan entre sí para un fin determinado. De esta manera, se crean vínculos fuertes y ventajas competitivas (Porter, 1991; Sölvell, 2008).

Por otro lado, Havierniková *et al.* (2017), y Dobai y Seres (2015), afirman que un clúster es aquel conjunto de empresas, instituciones y organizaciones con espíritu empresarial, que se encuentran en una misma área y que se interrelacionan y cooperan entre sí. Su finalidad es obtener una ventaja competitiva en el mercado, que les permita aprovechar las oportunidades que se logran al compartir experiencias y conocimientos. De esta manera, el clúster se convierte en una oportunidad de desarrollo en el que las empresas participantes pueden incentivar cambios sociales, tecnológicos, y nuevas prácticas administrativas. En el clúster se estimula la innovación y por ende el desarrollo económico.

Ketels y Huggins (2011) definen clúster como un grupo de empresas afines en el comercio y ubicación geográfica que se vinculan por los servicios y/o productos que ofrecen. Estas ofrecen

facilidad de ingreso a proveedores y mercados, lo cual favorece la productividad y competitividad de las organizaciones por medio del aprendizaje continuo. Además, esta dinámica colabora a la incorporación de habilidades blandas de cada empresa.

Clúster Turístico

En primer lugar, se debe entender qué significa turismo. Este se define como aquellas actividades de ocio, que hacen las personas de manera individual, familiar, con amigos o conocidos durante viajes o paseos a diferentes lugares o estancias distintos a su entorno normal o de trabajo. Debe ser por un periodo inferior a un año, para descansar, hacer negocios, u otras actividades (Acerenza, 2007). El turismo agrupa diferentes actividades que van dirigidas a la satisfacción de los requerimientos y necesidades de los turistas, teniendo en cuenta que dichos requerimientos son heterogéneos. Por lo tanto, al conformarse un clúster turístico, se ofrecen variedad de paquetes que incluyen hoteles, transporte, servicios culturales, ecoturismos, entre otros servicios (Caccomo & Solonandrasana, 2001).

Los clústeres turísticos son modelos productivos que buscan organizar la actividad turística de un conglomerado de empresas o regiones que quieran lograr la articulación en pro del desarrollo económico y social. Para esto, se requiere la contribución no solo de las empresas, sino también del gobierno, las organizaciones no gubernamentales (ONGs), la población y la academia, con el fin de que cooperen y generen conocimiento. Para lograr dicho agrupamiento, es necesario que todos los entes involucrados participen y construyan una alternativa que genere innovación y desarrollo (I+D) y que trabaje en pro del desarrollo socioeconómico local (Barbosa & Zamboni, 2000; Sáez, 2009). Adicionalmente, se debe contemplar la premisa de Porter (1999) que indica que la formación de los clústeres turísticos debe empezar por encontrar un motivo que aporte a las actividades que puedan buscar la unificación de las comunidades según los valores que tenga la región. Esto logra abrir nuevas oportunidades de participación de la localidad y de los entes interesados en aumentar la diversificación.

El propósito principal de los clústeres turísticos es lograr que las empresas u organizaciones que operan individualmente se unan y trabajen en conjunto para crear productos y servicios turísticos innovadores, atractivos y exitosos en una región determinada, destacando sus diversos atractivos turísticos. Mediante el clúster turístico se diversifica el mercado, permitiendo que las empresas integrantes sean competitivas y, al mismo tiempo, colaborativas. La consolidación de estos clústeres y la innovación en los territorios generan un aporte fundamental para el desarrollo económico y social sostenible, involucrando al gobierno, a los ciudadanos, y a pequeñas, medianas y grandes empresas (Novelli *et al.*, 2006).

Innovación

La innovación es un proceso que involucra nuevas y mejores ideas e invenciones implementadas en productos, servicios o procesos. Los productos, servicios o procesos están enfocados a satisfacer las necesidades de las personas u empresas (Castells & Pasola, 2001). Innovar es crear algo nuevo que supere las expectativas de los clientes. Según el Manual de Oslo (2018) la innovación se define como la creación y aplicación de productos, servicios, procesos o formas de trabajar que son nuevos o mucho mejores que sus antecesores. De esta definición surge la pregunta por cómo los gobiernos, mediante la cooperación, pueden apoyar la innovación para mejorar la economía y el bienestar de la sociedad.

En cambio, para Pavón y Goodman (1981) la innovación hace referencia a aquellas actividades que se encuentran en un determinado lugar y periodo, desarrolladas por nuevas y mejores ideas que al conjugarse crean nuevos y mejores productos, técnicas, servicios y procesos. Estas

innovaciones se introducen exitosamente por primera vez al mercado, para cumplir y satisfacer las expectativas de clientes de manera creativa y original, ya sean personas u empresas. La innovación para Grønhaug y Kaufmann (1988) son aquellos productos, procesos y métodos de producción que son novedosos, útiles y mejorados, que ayudan a las empresas u organizaciones a cumplir objetivos y poseer una ventaja competitiva, donde fortalece su productividad, se vuelven resilientes y por ende crecen en el mercado.

Clúster turístico e innovación

Las innovaciones en los clústeres turísticos son perceptibles para los turistas y se convierten en un factor decisivo a la hora de comprar un producto o adquirir un servicio. Estas innovaciones se manifiestan de diversas maneras, como en la transferencia de conocimientos, la aplicación de tecnologías, y la especialización y capacitación del talento humano. Las empresas que integran los clústeres deben adaptarse a estos cambios, fomentando la colaboración, cooperación y competitividad. A medida que surgen nuevos mercados, es crucial incorporar la innovación, introduciendo nuevos conocimientos, ideas, y por lo tanto, mejores productos y servicios (Aldebert et al., 2011).

Los clústeres turísticos fomentan efectivamente la colaboración, el intercambio de conocimientos y la proximidad geográfica, lo cual impulsa la innovación en el sector turístico. La innovación, a su vez, contribuye a la competitividad y sostenibilidad de los clústeres turísticos al generar ventajas competitivas y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado turístico.

Un estudio reciente de Delgado *et al.* (2016) destaca que los clústeres proporcionan un entorno propicio para la innovación, mejorando la competitividad de las empresas al facilitar el acceso a recursos compartidos y promover la colaboración y el aprendizaje continuo. Esto concuerda con los hallazgos de las fuentes proporcionadas que resaltan la importancia de la innovación organizativa, la transferencia de conocimientos, la cooperación entre actores y la integración de actividades productivas para el éxito de los clústeres turísticos. Además, las fuentes enfatizan el papel de los clústeres en impulsar el desarrollo local y regional, al retener los beneficios económicos localmente y elevar el PIB departamental y nacional. La sostenibilidad ambiental también se destaca como un factor clave para la competitividad a largo plazo de los destinos turísticos.

Consideraciones metodológicas

Para la presente investigación se realizó una revisión sistemática a través de un análisis bibliográfico, se utilizó el método PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Esta herramienta fue diseñada para realizar revisiones sistemáticas y meta-análisis de forma rigurosa y transparente de estudios científicos. De esta manera, se garantiza la calidad en la investigación, la precisión en el análisis realizado, y la obtención de un análisis crítico y global de los resultados del tema principal (Moher *et al.*, 2015). Dicho lo anterior, se realiza la selección de documentos teniendo en cuenta los criterios de selección en la Tabla 1, para luego realizar el diagrama de selección de documentos (Figura 1), con el fin de obtener información que sea relevante para la investigación.

La investigación se realiza por medio del método PRISMA. Se utilizaron las bases de datos de Scopus y Web of Science (WoS) para la revisión sistemática de artículos sobre clúster turístico e innovación. La ventana de información fue el periodo 2012–2022, y de esta manera, obtener información actual. Al aplicar los criterios del método PRISMA, fueron seleccionados y analizados 38 artículos. Posteriormente, se aplicó el instrumento bibliométrico a través de la herramienta VOSviewer. Esto ayudó a determinar información relevante para la investigación, dando a conocer la literatura sobre la innovación aplicada en el clúster turístico, su relación, tendencias, contexto y evolución. El objetivo de esta investigación es sintetizar las contribuciones más importantes y significativas que ayuden a entender la dinámica de los clústeres turísticos y la aplicación de la innovación.

Para complementar la revisión sistemática se incluyó una fase cuantitativa mediante el uso de la herramienta VOSviewer, que permitió realizar un análisis de co-ocurrencia de palabras. Se procesaron los 38 artículos seleccionados, extrayendo un total de 1,245 términos únicos. A través de este análisis, se identificaron y visualizaron las relaciones entre los términos más frecuentes en la literatura sobre clúster turístico e innovación. Los términos frecuentemente asociados, como “innovación”, “competitividad”, “colaboración” y “sostenibilidad”, formaron clústers que revelaron las principales áreas de enfoque en la investigación. Por ejemplo, “innovación” y “competitividad” co-ocurrían en el 68% de los artículos, sugiriendo una fuerte relación entre estos conceptos. El análisis identificó cuatro clústers principales de términos, reflejando subtemas como el impacto de la tecnología, estrategias de marketing y políticas de sostenibilidad aplicadas al turismo. Este enfoque cuantitativo aseguró una evaluación robusta y detallada de la producción científica, enriqueciendo el análisis crítico y global de la investigación.

Al realizar la revisión bibliométrica, se seleccionaron las bases de datos Scopus y Web of Science debido a su alta calidad y cobertura exhaustiva de publicaciones académicas. Estas bases de datos proporcionan una amplia gama de métricas que permiten una evaluación detallada de la producción científica y su impacto. La búsqueda inicial arrojó 29 artículos en Scopus y 26 en Web of Science. Tras aplicar los criterios de selección descritos en el Cuadro 1, se consideraron 38 artículos para el análisis final.

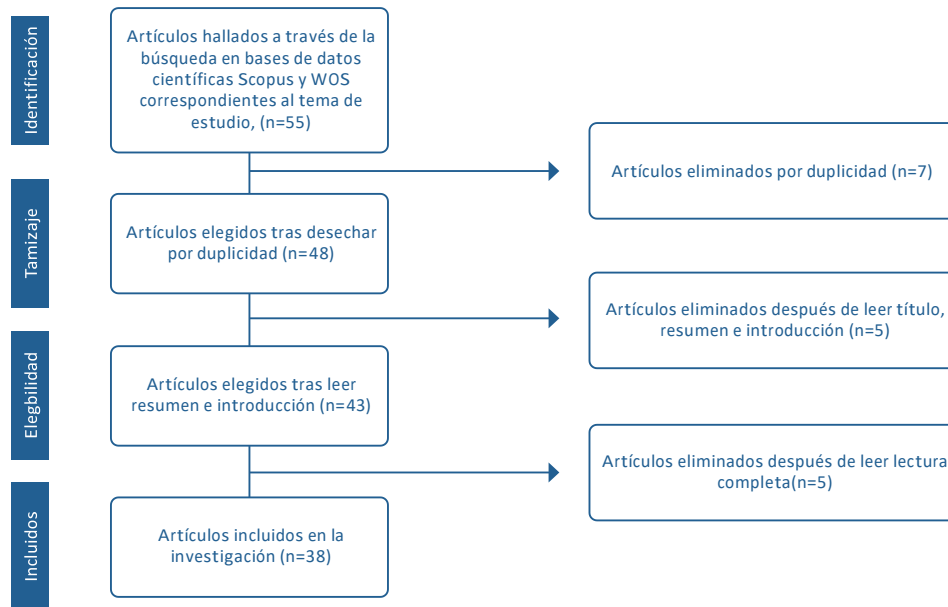
En la exploración de los artículos científicos se tuvieron en cuenta los parámetros descritos en la Tabla 1. Además, se utilizó como tesaurus referente el publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) para definir los conceptos clave. La OMT define un *tourist cluster* como “una agrupación geográfica de empresas y organizaciones turísticas que colaboran para aumentar su competitividad, atractividad”, e “innovation” se define como “la introducción de algo nuevo ya sea una idea, método o dispositivo” (OMT, 2023). Las búsquedas incluyeron sus respectivos conectores AND y OR, así como sus equivalentes en español, “clúster turístico” e “innovación”.

Es importante destacar que el tesaurus mencionado se utilizó exclusivamente para definir estos conceptos clave. Las búsquedas se realizan en las bases de datos Scopus y Web of Science en donde se consideraron publicaciones desde 2012 hasta 2022 con el fin de reflejar el contexto actual del tema principal, tal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Criterios de selección de información considerados en el PRISMA

Bases de datos	Scopus y Web of Science.
Ecuación de búsqueda base de datos Scopus	TITLE-ABS-KEY (“Tourism cluster” “innovation”) AND (LIMIT-TO (PUBYEAR , 2022) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2021) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2020) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2019) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2018) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2017) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2016) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2015) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2014) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2013) OR LIMIT-TO (PUBYEAR , 2012)) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , “English”) OR LIMIT-TO (LANGUAGE , “Spanish”)).
Ecuación de búsqueda base de datos WOS	(ALL=(“Tourism cluster” “innovation”)) AND (PY=(“2012” OR “2013” OR “2014” OR “2015” OR “2016” OR “2017” OR “2018” OR “2019” OR “2020” OR “2021” OR “2022”) AND LA=(“ENGLISH” OR “SPANISH”))
Filtro por periodo	Se seleccionaron investigaciones publicadas el periodo de 2012 al 2022
Búsqueda de tesaurus	Organización Mundial del turismo (OMT) “Tourist cluster” “Innovation”
Filtro por palabras clave	Las palabras clave para la búsqueda de literatura son: tourist cluster, innovation, clúster turístico e innovación
Pautas de elegibilidad	
Filtro por áreas	Las publicaciones seleccionadas son el resultado de investigación en áreas de: ciencias sociales, ciencias de administración en especial turismo y economía territorial.
Criterios de Exclusión	Las investigaciones anteriores del año 2012 de esta manera obtener información actual

Figura 1. Selección de documentos, método PRISMA.



Resultados

Análisis bibliométrico de la revisión sistemática: Clúster turístico e innovación

La revisión de la literatura sobre los clústeres turísticos y su relación con la innovación nos permite evaluar el estado actual de las investigaciones y publicaciones en este campo, así como identificar sus avances, contexto y contribuciones. Este tema ha ganado relevancia en los últimos años, con importantes avances investigativos entre 2017 y 2020. La Figura 1 muestra el proceso de selección de artículos científicos. De 55 artículos, encontrados en las bases de datos Scopus y WOS, se eliminaron 7 por duplicidad, quedando 48. Luego de analizar títulos, resúmenes e introducciones se descartaron 5 más, dejando 43 artículos en la muestra. Tras una revisión exhaustiva se eliminaron otros 5 por no tener relación directa con el campo de estudio, resultando en 38 artículos incluidos en la presente investigación. Así mismo, como se muestra en la Figura 2, la tendencia de publicaciones en el periodo 2012-2022 indica que el año 2020 fue el más representativo, con un 24% del total de publicaciones sobre clústeres turísticos y su correlación con la innovación. Sin embargo, se observa una disminución en las publicaciones después de 2020, lo cual podría atribuirse a los efectos de la pospandemia que impactaron diversas áreas de investigación y desarrollo, incluyendo el turismo y la innovación.

Figura 2. Artículos publicados por año

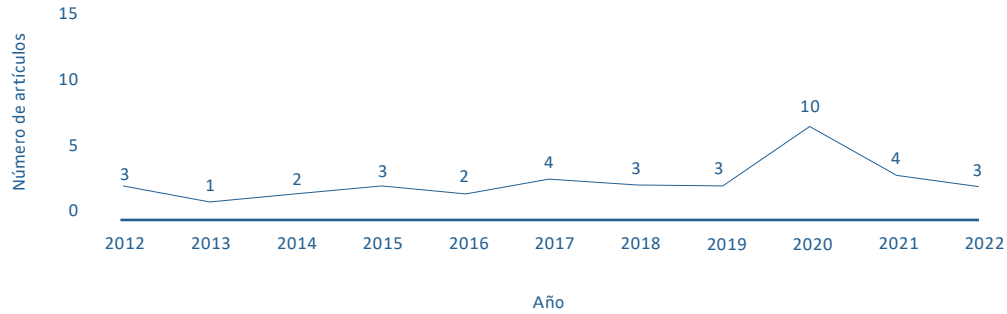
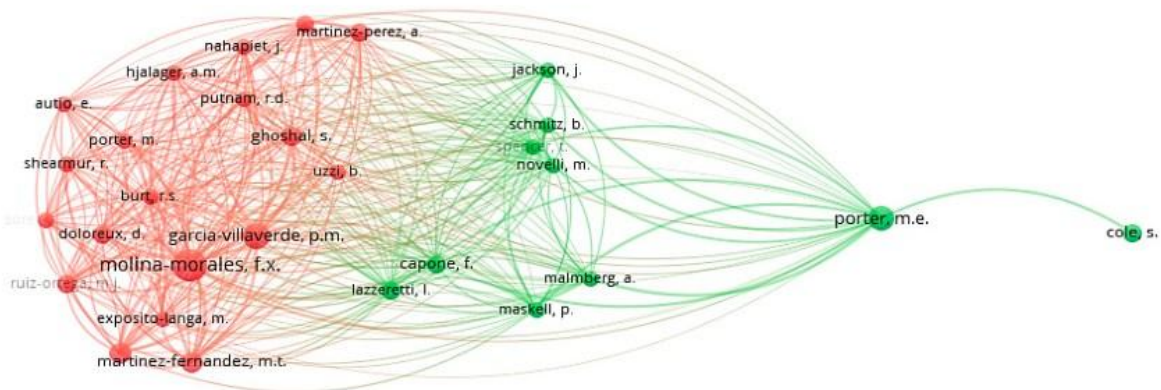


Diagrama de Co-citación y palabras clave

La herramienta VOSviewer permite construir y visualizar redes bibliométricas de forma rápida y confiable. Estos productos participan en la realización de un examen detallado de los mapas para el análisis e interpretación de la información de diversas áreas que sean de interés en la investigación que se esté realizando. De esta manera, se pueden agrupar de manera sencilla y obtener información detallada para el estudio (Van & Waltman, 2009). Esta herramienta ha sido aplicada en diferentes estudios de la misma corte, como es el caso de Seguí-Amortegui *et al.* (2019) que realizó un análisis bibliométrico de publicaciones relacionadas con el turismo, competitividad y sostenibilidad, como también grupos de autores y enfoques de la investigación.

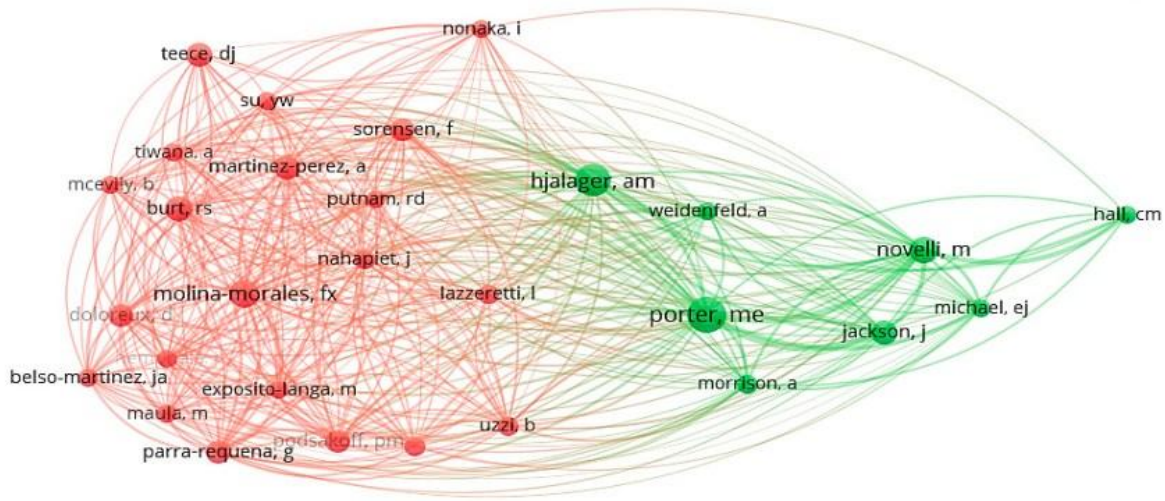
Por medio de esta herramienta se analizaron los artículos obtenidos en las bases de datos, aplicando en el motor de búsqueda la ecuación establecida en la Tabla 1. En la Figura 3 y la Figura 4 se muestran los autores pioneros, más citados y representativos de la investigación en la base de datos Scopus y WOS respectivamente. Porter destaca como autor principal del concepto de clúster, para luego introducir el concepto de clúster turístico. El autor Molina-Morales es el precursor del término innovación en los clústeres turísticos, y Hjalager es el autor representativo de innovación aplicada en el turismo.

Figura 3. Diagrama de Co-citación de autores de la base de datos Scopus



Fuente: Elaboración propia, a partir de la información de la base de datos Scopus (2023).

Figura 4. Diagrama de Co-citación de autores de la base de datos WOS

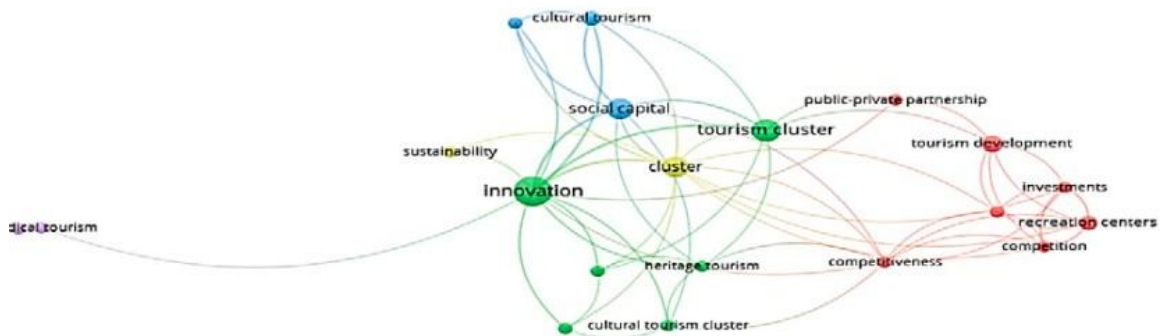


Fuente: Elaboración propia, a partir de la información de las bases de datos WOS (2023).

Diagrama de Co-ocurrencia de palabras clave

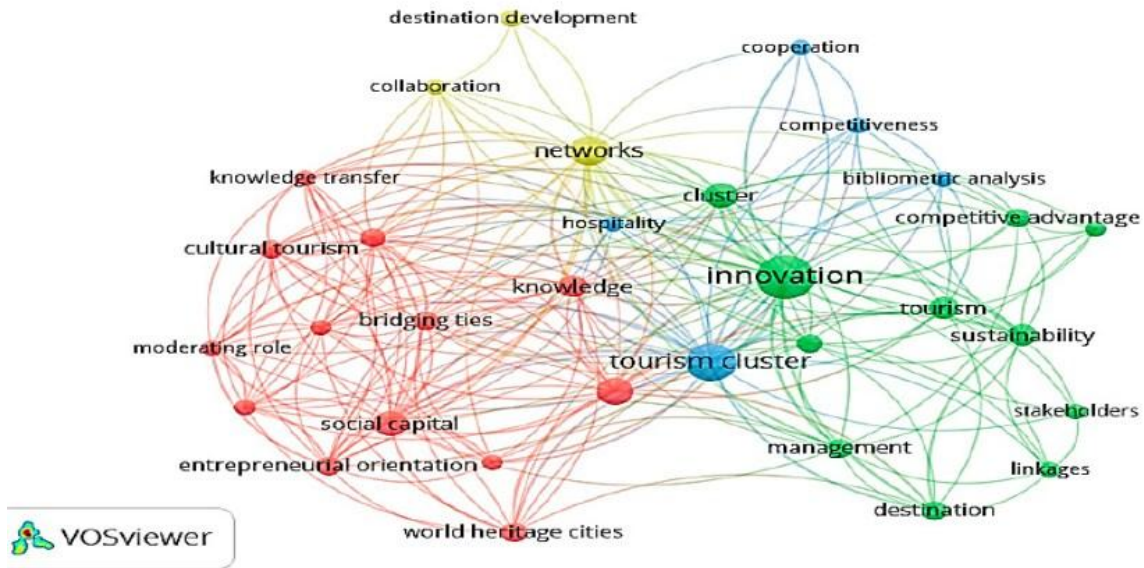
Es importante dentro de la investigación visibilizar la relación que tienen las palabras clave y cuáles son los términos más utilizados y relevantes en el tema de clúster turístico y su relación con la innovación. En la Figuras 5 y la Figura 6 se relaciona el diagrama de Co-ocurrencia de palabras Clave de dicha investigación de las bases de datos Scopus y WOS, respectivamente, donde se expone que hay una clara conexión entre los términos “Cluster Turístico” e “Innovación”. También, se muestra la importancia de otros términos que son esenciales para la investigación, como lo son capital social, sostenibilidad, conocimiento y, turismo patrimonial y cultural, entre otros.

Figura 5. Diagrama de Co-ocurrencia de palabras clave, base de datos Scopus



Fuente: Elaboración propia, a partir de la información de la base de datos Scopus (2023).

Figura 6. Diagrama de Co-ocurrencia de palabras clave, base de datos WOS



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la base de datos WOS (2023).

En la relación de clúster turístico e innovación sobresalen términos que son de gran importancia para la investigación, porque abre otros caminos al conocimiento, y hace que se consolide con más fuerza el clúster turístico en el mercado. La Tabla 2 se realiza con base a la Figuras 5 y la Figura 6, donde se establecen dichos términos y se expone la importancia que tienen en el estudio. De igual forma se encuentran los autores que fueron seleccionados por medio del método PRISMA y su relación con cada uno de estos términos.

Tabla 2. Co-ocurrencia de palabras clave y su importancia

Términos relevantes	Autores de Artículos	Definición	Importancia en el clúster turístico e innovación
Desarrollo turístico- Desarrollo de destino	Estevão y Ferreira (2012); Broegaard (2020); Tarazona-Montoya et al. (2020)	Proceso mediante el cual se promueve y mejora el turismo en una región o destino determinado, el cual se debe planificar y crear estrategias que beneficien a las comunidades, en los ámbitos económicos, sociales y culturales del turismo.	La recopilación y análisis de datos promueven el desarrollo de clúster efectivos e impulsan de igual forma la innovación.
	Volosiuk et al. (2022); Baah-Kumi (2021); Hernández-Angulo et al. (2020); Burnyasheva et al. (2022).		El desarrollo de destinos debe involucrar las áreas rurales, de esta manera se genera más empleo y desarrollo económico en estas zonas desconocidas.
			El marketing digital y la aplicación de tecnologías innovadoras traen grandes beneficios como: ayuda a los clústeres turísticos a desarrollar efectivamente un sitio o destino turístico de forma innovadora en internet; aumento de la producción, la modernización y la expansión de la gama de productos a través en diferentes regiones y/o países.
			El desarrollo de turismo de salud es una forma de innovar en los clústeres turísticos. En el desarrollo turístico es necesario determinar los indicadores de heterogeneidad para crear una política innovadora.

Términos relevantes	Autores de Artículos	Definición	Importancia en el clúster turístico e innovación
Redes	Kim y Shim (2018); Martínez-Pérez y Beauchesne (2017); Martínez-Pérez et al. (2021); Lukjanova y Odinkova (2020); Gorchnaya et al. (2020); Garanti y Stylianou (2022).	Conjunto de empresas, que se entrelazan entre sí para obtener beneficios mutuos. Lo realizan por medio de compartir conocimientos, información de calidad, entre otros.	<p>Al construir redes sólidas ayudan a los clústeres turísticos a compartir eficientemente sus conocimientos e impulsar la innovación. Genera conocimientos, desarrollos tecnológicos que ayudan a la competitividad de un país o una región.</p> <p>La creación de redes entre empresas en una determinada región puede ayudar a cada empresa a crecer y desarrollar la economía de la región.</p> <p>Es importante la cooperación y la creación de redes entre el sector público y el sector privado, porque impulsa la competitividad de los clústeres turísticos. Esto logra que haya colaboraciones entre empresas turísticas, universidades y el gobierno, creando redes que permitan la generación de conocimientos y desarrollo tecnológico.</p>
Conocimiento-transferencia de conocimiento	Kim y Shim (2018); Martínez-Pérez et al. (2021); Martínez-Pérez et al. (2015); Elche et al. (2015); Elche et al. (2017); Akpınar., y Mermercioglu (2014); Perechuda y Hołodnik (2012).	Conjunto de habilidades, información, y experiencias que una empresa o persona ha adquirido a lo largo del tiempo. Este conjunto es utilizado para tomar decisiones, resolver problemas, desarrollar nuevas ideas y se transmitido a otras empresas o personas para ser aplicado en un nuevo contexto.	<p>La transferencia de conocimiento promueve la innovación y, se identifica mayor rendimiento en los clústeres turísticos.</p> <p>La gestión y transferencia del conocimiento es relevante en los clústeres turísticos y su interacción con el capital de conexión, puesto que puede acelerar la innovación las empresas.</p> <p>Las empresas con una estrategia de conocimiento ambidiestra exhiben un mejor rendimiento en innovación.</p> <p>La inversión en I+D es fundamental para aumentar la innovación y la transferencia de conocimiento. Su impacto se ve representada en la competitividad y el crecimiento económico, lo que logra también una ventaja competitiva.</p>
Capital social	García-Villaverde et al. (2017); Elche et al. (2015); Kim y Shim (2018); Martínez-Pérez y Beauchesne (2017); García-Villaverde et al. (2020); Martínez-Pérez et al. (2021); Martínez-Pérez et al. (2016); Martínez-Pérez et al. (2015).	Características que posee la organización tales como la confianza, redes, cooperación, coordinación, normas, recursos, que al trabajar en conjunto se logra beneficio para las organizaciones	<p>La construcción de capital social fuerte garantiza una efectiva transferencia de conocimiento entre los clústeres turísticos y permite el acceso a información importante, actualizada y crítica. Esta construcción fomenta la competitividad, la innovación y el rendimiento financiero de las empresas que lo integran.</p> <p>El capital social facilita un enfoque equilibrado para la exploración y explotación del conocimiento, lo cual conduce a un mejor desempeño en la industria y, generalmente desarrollan más innovaciones.</p>
Sostenibilidad empresarial y ambiental	Grumadaite (2020); Orlov (2019); Rodríguez et al. (2020); Cole (2021); Martínez-Pérez et al. (2015); McLennan et al. (2016); Gonçalves de Almeida et al. (2020); Seguí-Amortegui et al. (2019).	La sostenibilidad es la capacidad de las empresas de operar de manera rentable, viable y responsable con el medio ambiente y la sociedad.	<p>Es necesario desarrollar redes de conocimiento y procesos de adaptación e innovación estratégica para mejorar la capacidad de las PYMES y asegurar su sostenibilidad en el mercado. Esto les permitirá adaptarse a las necesidades de sus clientes y a las tendencias emergentes del turismo sostenible. Además, se deben realizar charlas y seminarios dentro de los clústeres para fomentar la sostenibilidad ambiental. Se requieren programas ambientales para que los clústeres turísticos puedan transitar hacia empresas ambientalmente sostenibles, enfocándose en la innovación de valor y el uso de tecnologías de construcción sostenibles.</p>

Términos relevantes	Autores de Artículos	Definición	Importancia en el clúster turístico e innovación
Turismo Patrimonial– Turismo Cultural	García-Villaverde et al. (2017); Martínez-Pérez et al. (2018); Elche et al. (2015; 2018); García-Villaverde et al. (2020); Martínez-Pérez et al. (2016); Martínez-Pérez et al. (2015).	Aglomeración geográfica de empresas, agencias universidades, socios, instituciones, asociaciones interconectadas entre sí, que cooperan y compiten en el ámbito del turismo cultural y patrimonial.	<p>Los clústeres de turismo cultural deben evaluar constantemente su entorno, por el dinamismo en el mercado, lo cual influye en el desarrollo de las innovaciones.</p> <p>Al trabajar conjuntamente entre empresas pequeñas dentro del clúster de turismo patrimonial, la transferencia de conocimiento es constante y la innovación aumenta.</p> <p>Las empresas en clústeres turísticos culturales no solo se deben centrar en las relaciones locales o externas, sino que deben combinar y desarrollar estrategias de conocimiento para lograr una innovación superior.</p>
Competitividad	Martínez-Pérez et al. (2021); Michálková, y Gáll, (2021); Wei (2013); Roy y Misra (2012); Ivanova et al. (2019); Cole (2021).	Capacidad de una entidad de generar valor para sus clientes de una manera que sea sostenible y rentable a largo plazo.	<p>La competitividad es un eje fundamental en los clústeres turísticos, porque impulsa a gestionar de forma eficiente sus atractivos turísticos, para que sean más llamativos y completos que en otras organizaciones.</p> <p>La adopción de tecnología de la información puede mejorar la competitividad del turismo, especialmente en áreas como la gestión estratégica, la gestión de rendimiento informatizado. Diversificar la especialización de los clústeres para ser más competitivos y por ende innovadores.</p>
Administración	Perles-Ribes et al. (2015); Hernández-Angulo et al. (2020); Alimov et al. (2020); Seguí-Amortegui et al. (2019).	Disciplina que se enfoca en la toma de decisiones y la gestión de recursos para lograr el éxito de una empresa u organización, en el sector privado y/o público.	<p>Definir estrategias y objetivos compartidos, claros y alcanzables entre los agentes que conforman el clúster. Cooperar empresarialmente es primordial para promover la innovación y formar un clúster exitoso en el turismo. Estructurar de forma adecuada una visión realista y futurista, teniendo en cuenta la vinculación necesaria de la triple hélice (academia-estado-empresa).</p> <p>Las estrategias que desarrollan los clústeres turísticos deben dirigirse al crecimiento inteligente (Innovación y conocimiento), crecimiento sostenible, cuidado al medio ambiente y desarrollo de capital humano.</p>
Cooperación– Colaboración	Broegaard (2020); Gonçalves de Almeida et al. (2020); Peiró-Signes et al. (2014); Havierniková et al. (2017).	La colaboración es trabajar juntos en una tarea, compartiendo recursos, habilidades y conocimientos, para lograr un fin común. La cooperación se enfoca en la ayuda mutua entre grupos e individuos, sin necesidad de que cada uno tenga un rol específico o asignado.	<p>La colaboración y las alianzas son esenciales para lograr un desempeño sostenible y resiliente en el mercado.</p> <p>Las empresas que están dentro de los clústeres turísticos poseen mejor desempeño que las empresas que trabajan individualmente, puesto que cooperan y colaboran entre sí.</p> <p>La cooperación en clústeres turísticos ayuda efectivamente en la mediación de contactos con proveedores o clientes, el apoyo informativo y la publicidad común.</p> <p>La colaboración y cooperación entre el estado, la ciencia, la educación y el empresariado es esencial para aumentar la actividad innovadora en los clústeres turísticos y en el país.</p>

Revisión sistemática de literatura sobre clúster turístico y su relación con la innovación

La revisión realizada da repuesta al objetivo planteado en la presente investigación, permite evidenciar las tendencias y contexto del clúster turístico y la innovación. La revisión toma la innovación como un factor estratégico para que los clústeres turísticos sean sostenibles, resilientes y exitosos, se evidencian barreras que hace que innovar en el turismo sea complejo.

Es evidente que los clústeres turísticos en la última década han contribuido significativamente a la generación un desarrollo económico sostenible con grandes oportunidades para sus *takeholders*. Sin embargo, es crucial que las empresas innoven en sus servicios, marketing y productos turísticos, formando grupos e integrando recursos turísticos. La creación de nuevas e innovadoras ideas permite utilizar efectivamente la innovación, generando así una ventaja competitiva y agregando valor a las empresas turísticas, permitiéndoles enfrentar un mercado en constante cambio (Wei, 2013).

Por lo tanto, es fundamental que los actores que conforman los clústeres turísticos formen nuevas alianzas mediante la integración de conocimientos externos al clúster, para adquirir una variedad de fuentes de estudio e identificar información relevante. De esta manera, se evita la redundancia y promoviendo una mayor innovación en sus servicios y productos (Elche *et al.*, 2017). Además, el conocimiento tácito adquirido a través de vivencias y experiencias es el que más contribuye a lograr innovaciones exitosas en el turismo (Perechuda & Hołodnik, 2012).

Desarrollo turístico, colaboración y cooperación, capital social

La innovación es un factor importante para el éxito de los clústeres turísticos. Está acompañada de diferentes elementos para que el éxito sea efectivo, como la generación y transferencia de conocimientos, las tecnologías innovadoras y avanzadas, investigaciones en I+D, y la sostenibilidad ambiental. Al tener en cuenta estos elementos se logra formular y crear nuevas estrategias y proyectos que ayuden de forma efectiva la promoción y transformación de los destinos turísticos, porque se adquieren aptitudes y competencias fuertes (Akpınar & Mermercioglu, 2014).

Siguiendo esta corriente Martínez-Pérez *et al.* (2018) y García-Villaverde *et al.* (2017), afirman que las empresas turísticas, especialmente las culturales, que se encuentran vinculadas en un clúster desarrollan de forma efectiva la innovación radical (crear una propuesta de valor totalmente nuevo, que logre atraer turistas). Esto se logra cuando tienen en cuenta dentro de su red a agentes fuera del clúster, y el capital social se enfoca en la confianza y la cooperación. De esta manera, se involucran tanto el conocimiento tácito que se forma dentro del clúster como la información importante y necesaria que se encuentra fuera del clúster. Martínez-Pérez *et al.* (2016) recomiendan que las empresas en clústeres turísticos culturales no solo se deben centrar en las relaciones locales o externas, sino que las deben combinar y desarrollar estrategias de conocimiento para lograr una innovación superior.

El desarrollo turístico se debe considerar como eje primordial dentro de los clústeres turísticos, es importante dar a conocer aquellos lugares escondidos que, gracias a sus atractivos diferenciadores, hacen que sean llamativos. Este es el reto de la innovación en el sector turístico rural, donde la experiencia de los visitantes a nuevos espacios facilita el aprovechamiento de recursos naturales. Esto genera un gran interés por estas experiencias. Además, genera unificaciones en este sector y por ende generación de empresas y empleos. Es necesaria una estrategia organizacional innovativa que haga que las regiones sean más dinámicas y resilientes (Broegaard, 2020). Para que haya un desarrollo turístico firme dentro de los clústeres es necesario que se trabaje conjuntamente, ya que cuando las organizaciones cooperan y colaboran entre sí, se puede abordar y resolver las problemáticas existentes compartidas, dando diferentes soluciones colectivas y favorables. (Baah-Kumi, 2021).

Dicho lo anterior, se identifica una barrera dentro de los clústeres turístico que hace complejo innovar. La barrera está compuesta de falta de confianza, colaboración y cooperación entre los diferentes actores que lo componen, como lo son empresas, trabajadores, instituciones y gobierno. Esto ocasiona que los turistas no tengan experiencias favorables dentro de un sitio turístico, baja competitividad y bajo desarrollo del mercado (Garanti & Stylianou, 2022; Roy & Misra, 2012).

Las empresas que se encuentran dentro de los clústeres turísticos tienen mejores resultados en varios ámbitos organizacionales que aquellas que se encuentran fuera, debido a que pueden crear aglomerados, que se complementan y cooperan para dar mejores experiencias a los turistas. Sin embargo, los clústeres turísticos enfrentan diversos desafíos, puesto que su ubicación geográfica, proximidad de empresas, categorías de precios, estructura de la propiedad y segmento del mercado pueden jugar en contra cuando no se maneja correctamente, y en vez de crear cooperación, se vuelve una competencia interna y favorable solo para algunos (Peiró-Signes et al., 2014; Havierníková et al., 2017).

Hernández-Angulo *et al.* (2020) donde afirman que, al integrar el turismo en salud dentro de los clústeres turísticos, hace que los viajeros encuentren nuevos motivos para visitar un lugar, como prestación de servicios estéticos, medicinales o preventivos. Esta es una forma de innovar y de atraer a nuevos visitantes ofreciendo un servicio esencial con visión futurista. De acuerdo con lo anterior, el desarrollo turístico se ve afectado por la falta de ayuda gubernamental, por lo tanto, es esencial la creación y aplicación de una política de clústeres en la industria del turismo, que permita que estos conglomerados tengan un desarrollo económico efectivo y que sean visibles a los turistas (Burnyasheva *et al.*, 2022).

Competitividad, sostenibilidad ambiental – empresarial y transferencia de conocimiento

La competitividad y la innovación se ven reflejadas en los clústeres gracias a la adopción de tecnologías en áreas importantes de las empresas. Por ejemplo, en la gestión estratégica, la implementación de sistemas de información, marketing, producción, entre otros. Aunque es un desafío la integración de tecnologías, es indispensable poseer sitios web de alta calidad y hacer buen uso de estos, para cumplir y satisfacer las necesidades de los turistas, como también ayuda a mejorar y crear nuevas relaciones comerciales (Roy & Misra, 2012). Por otro lado, Ivanova *et al.* (2019) comenta que la competitividad de las regiones y empresas se puede mejorar a través de la cadena de suministros y los clústeres turísticos. Es esencial que los clústeres turísticos diversifiquen su especialización y exclusividad para ser competitivos en el mercado. Las estrategias y la toma de decisiones asertivas son primordiales y útiles para evaluar y representar el desarrollo de los clústeres turísticos.

Un aspecto importante que resalta en la investigación es que, dentro de la innovación en empresas turísticas, es indispensable involucrar la sostenibilidad ambiental. Esto es un reto para los clústeres turísticos, pero es necesario construir redes de turismo sostenible verde. Este turismo se basa en crear de forma coherente, innovadora y sólida una oferta turística sostenible ambiental, que por medio de uso de tecnologías de construcción sostenible de territorios turísticos, convenciones, conferencias, espacios de transferencia de conocimientos, fortalezcan la sostenibilidad territorial y el cuidado del medio ambiente. De esta manera, se formulan y crean políticas ambientales que integren los clústeres turísticos (Grumadaite, 2020; Orlov, 2019).

Dicho lo anterior, es necesario afrontar el reto de crear programas de sostenibilidad para las pequeñas y medianas empresas de los clústeres turísticos. Al promover la sostenibilidad ambiental se logra reducir recursos y costos para las compañías, tener mejor posicionamiento en el mercado, fomenta la educación y el compromiso con el cuidado del medio ambiente. De esta manera, las empresas pueden lograr posicionarse como clúster innovador para obtener una ventaja competitiva. Así como se presentan estas oportunidades, también se presentan varios desafíos para las empresas que quieran ser parte de los programas de sostenibilidad ambiental como: los costos para iniciar

una cultura sostenible en las empresas, entorno y necesidades cambiantes, falta de información y de conocimientos sobre sostenibilidad y falta de colaboración, compromiso y participación tanto de talento humano, como empresarial (McLennan *et al.*, 2016). La sostenibilidad tiene una gran relación con la gestión y las estrategias desarrolladas desde la dirección de la organización, lo que atribuye el éxito y adaptación al cambio en el mercado, de igual forma la sostenibilidad debe ir de la mano con la tecnología y problema sociales, para crear una ventaja competitiva (Seguí-Amortegui *et al.*, 2019).

En la sostenibilidad empresarial, según Cole (2021) y Gonçalves de Almeida *et al.*, (2020), afirman que es indispensable tener en cuenta la congestión de turistas y capacidad que tiene un clúster turístico para poder cumplir con las expectativas y requerimientos de los visitantes. Por lo tanto, las empresas que integran los clústeres deben adaptarse a los cambios e innovar de manera constante. Para que haya sostenibilidad empresarial, se deben crear redes interorganizacionales, dando importancia a la colaboración, cooperación y alianzas estratégicas, para lograr crear una organización sólida y fuerte.

Innovar actualmente es necesario para el éxito y sostenibilidad de las empresas y más cuando se trata de un clúster turístico, es así que Kim y Shim (2018), de acuerdo a su investigación, afirman que la transferencia de conocimiento dentro y fuera del clúster estimula la innovación, puesto que ayuda a crear redes y asociaciones que les facilita el ingreso a nuevos y mejores mercados. En estos mercados el capital social es primordial porque se promueve la cooperación y el intercambio de información. Se identifica una relación fuerte entre el capital social, la transferencia de conocimientos, la innovación y las empresas que se encuentran dentro de los clústeres turísticos.

Martínez-Pérez *et al.* (2015) y Elche *et al.* (2015) coinciden con estos autores, ellos ratifican la importancia de la exploración y transferencia de conocimiento, e integran la innovación y el cuidado del medio ambiente. Esta integración la denominan eco-innovación. Esto se logra por medio del capital social que poseen las empresas que se encuentran en la red. Entre mayor capital social exista dentro del clúster, mejor será el desempeño de las empresas en cuanto a innovación y crecimiento. Esto permite desarrollar estrategias efectivas a partir de los conocimientos del talento humano, que innova y fortalece la cadena productiva y de servicio de los clústeres turísticos (Martínez-Pérez *et al.*, 2021; Martínez-Pérez *et al.*, 2016).

Una de las barreras que enfrenta los clústeres turísticos es que si el clúster solo trabaja con las empresas que se encuentran dentro de este, se debilita sustancialmente la innovación del clúster. Por esta razón, es indispensable que se creen redes y relaciones con empresas fuera de este. De esta manera, se refuerza la innovación, dando paso a nuevos conocimientos y diversificación de sus productos y servicios (Martínez-Pérez *et al.*, 2018).

Turismo Patrimonial – cultural, redes, administración

El turismo es muy extenso, ofrece diferentes servicios, uno de ellos y un poco olvidado es el turismo cultural y patrimonial. Según Elche *et al.* (2018), los gerentes de las empresas que se encuentran en los clústeres de turismo patrimonial deben poseer más relaciones o socios periféricos, puesto que son integrados por pequeñas y medianas empresas y todas tienen el mismo nivel jerárquico. Esto ayuda a que todas las empresas puedan innovar a la vez. El caso contrario es cuando desean poseer varios socios centrales, estos llevarían la delantera y por ende, la innovación solo se va a dar en algunas empresas y de forma heterogénea, lo cual ocasionaría que las organizaciones se resistan al cambio.

Otro tema importante es la creación de redes, Martínez-Pérez y Beauchesne (2017) afirman que existen dos tipos de redes, una que es cerrada, por un lado, donde la información que se comparte es limitada, de calidad y seleccionada. En estas muchas veces perjudica sustancialmente la innovación a causa de la información repetitiva. Por otro lado, se encuentran las redes diversas, donde se mantienen vínculos fuertes, sus miembros cooperan, poseen confianza y crean agujeros estructurales

(relacionarse con otro tipo de empresas, que promuevan nuevas ideas y conocimientos). Crear este tipo de redes es un desafío, sin embargo, al crearlas la información compartida se vuelve relevante, y se evita el oportunismo por parte de otros agentes. Por esa razón, poder desarrollar innovaciones satisfactoriamente entre miembros de la red se convierte en un proceso sencillo.

Las redes en el clúster deben contemplar las inversiones del sector público y del sector privado, como también tener en cuenta las políticas del gobierno, estas inversiones son un elemento de gran importancia en el desarrollo económico, social, cultural y de innovación de muchas regiones del mundo (Gorochnaya et al., 2020). Siguiendo esta corriente se encuentra Garanti y Stylianou (2022), quienes afirman que dentro de las redes que integran los clústeres turísticos se deben contemplar empresas del sector gastronómico y hotelero, empresas e industrias de apoyo, instituciones públicas y otras instituciones, que estén próximas geográficamente, porque favorecen el intercambio de conocimiento y por ende la innovación.

La gestión administrativa es un eje primordial para la innovación, productividad y competitividad de los clústeres turísticos. Las comunicaciones y las relaciones estratégicas entre organizaciones y empresas son importantes para prestar excelentes servicios turísticos. Las estrategias desarrolladas en las empresas deben estar acordes con los nuevos retos que exige el mercado, además, deben cumplir con las siguientes características: crecimiento basado en la transferencia de conocimiento, conocimiento e innovación; crecimiento ecosostenible, con la conservación de recursos, crecimiento innovador que sea generador de empleo y promueva el desarrollo económico, social, cultural y territorial. Un reto importante es la falta de apoyo gubernamental, pues se requiere que la generación de políticas estimulen la innovación. Entre esas las políticas que promuevan la resiliencia empresarial, políticas de desarrollo e innovación dirigido al capital humano y políticas de apoyo social y regional, esenciales para el buen funcionamiento de los clústeres turísticos y el desarrollo económico (Alimov et al., 2020).

Evolución de la investigación de Clúster Turístico y la importancia de la innovación

En países como Portugal, los clústeres turísticos se clasifican en tres niveles: alto, medio y bajo. Allí predomina el nivel medio y alto en el área costera, por la gran afluencia de turistas. En las zonas rurales e interiores de Portugal se hay clústeres de bajo rendimiento, por lo tanto, es esencial crear políticas e integración de innovaciones que favorezcan la competitividad en estas zonas. También, hay poca calidad de información de las bases de datos de los sitios turísticos de esta área, lo que impacta negativamente en el desarrollo de los clústeres (Estevão & Ferreira, 2012).

En el ámbito nacional, Colombia, específicamente en La Guajira, existen clústeres turísticos pequeños, donde se están empezando a implementar exitosamente el marketing digital con el fin de posicionar una imagen de marca en Internet. Se encontró que diferentes empresas de la región han creado redes sociales, esto es una ayuda para el crecimiento de muchas empresas y la obtención de desarrollo económico sostenible. La limitación principal que se encontró es el bajo número de clústeres turísticos e innovaciones en esta región (Tarazona-Montoya et al., 2020). Por otro lado, Rodríguez et al. (2020) afirman que en Colombia los clústeres turísticos deben desarrollar redes de conocimiento que permitan a las pequeñas y medianas empresas el análisis y la comprensión de la dinámica del sector turístico. Además, esto les posibilitará la planificación a largo plazo que promueva de forma exitosa el desarrollo y adaptación de procesos de innovación, enfocados en cumplir los requerimientos del cliente. De igual forma, los autores consideran que las capacidades dinámicas de adaptación e innovación son partes esenciales de las empresas, porque ayuda a mejorar la competitividad, productividad y sostenibilidad de los clústeres turísticos en Colombia.

De acuerdo con Volosiuk et al. (2022), antes del inicio de la guerra en Ucrania, los clústeres turísticos potenciales en ese país que impulsaban la innovación y generaban desarrollo en las regiones eran

los clústeres marítimos. Estos clústeres integraban transporte, logística marítima, pesca, turismo y educación marítimos, además, tenían como base el hecho de que Ucrania posee áreas de producción de mariscos, pescado y turismo acuático. Esta estructura permitía al país innovar en su visión del turismo tradicional y entregar un valor agregado a los visitantes, al incrementar la producción, la modernización y la expansión de diversos productos y servicios. Esto se lograba mediante tecnologías innovadoras, una gestión estatal efectiva y la cooperación entre las autoridades centrales, regionales y locales en el desarrollo de clústeres, algo destacable en Ucrania.

Los clústeres turísticos en Letonia sobresalen por la colaboración entre el estado, la ciencia, la educación y el empresariado. Esta relación es fundamental para aumentar la actividad innovadora en el país. El índice de innovación en el turismo ha aumentado significativamente, lo que ocasiona mayor rentabilidad del producto turístico. Se están realizando mejoras en las estrategias de marketing y promoción del turismo. Las áreas para mejorar en este país son I+D (Lukjanova & Odinkova, 2020). En India, se tiene potencial para la creación de clústeres turísticos y crecimiento en ecoturismo, pero posee deficiencias en varios factores, como falta de innovación, falta de estándares de salud y seguridad, falta de gestión estratégica, lo que limita al sector turístico, captar una mayor demanda de turistas y generar valor y ventajas competitivas en el país (Roy & Misra, 2012).

En un estudio realizado en los clústeres turísticos de patrimonio en España, por García-Villaverde *et al.* (2020), se identifica que estos clústeres necesitan de un nivel mínimo de lazos diversos. Estos proporcionan información actual, novedosa y relevante sobre la dinámica de los mercados. Esta información genera oportunidades, pues conecta a agentes turísticos, es ahí donde las empresas identifican las necesidades y preferencia en un nivel superior. En la investigación de Michálková y Gáll (2021) sobre en Eslovaquia, se expone que hay un declive en la industria turística en este país, puesto que la mayor parte de los turistas son nacionales. Se hace necesario crear clústeres turísticos innovadores que mejoren sustancialmente la gestión de destinos turísticos, donde se requiere con urgencia una política pública específica para clústeres en Turismo.

Perles-Ribes *et al.* (2015) investigaron que en España, exactamente en Benidorm, les falta crear y adoptar una visión estratégica que sea compatible entre los agentes del territorio. Esto dificulta la creación de clústeres turísticos y es de gran relevancia crear y potencializar objetivos compartidos, promover efectivamente la colaboración y cooperación entre las empresas, generar innovación para poder formar un clúster. De esta manera, podrían ser resilientes en un mercado cambiante, globalizado, dinámico y competitivo. Es necesario fomentar la sostenibilidad empresarial y ambiental en corto, mediano y largo plazo y, transferir conocimientos e implementar tecnologías, ayudará a que los clústeres sean innovadores, competitivos y sostenibles en el mercado.

Discusión

En la investigación realizada, y con el análisis bibliométrico entre los años 2012 y 2022, se encontraron diferentes aspectos importantes, como lo son las barreras para innovar en el turismo, la importancia de colaborar y cooperar entre los actores del clúster, el desarrollo turístico, capital social, las redes, la competitividad, la sostenibilidad ambiental y empresarial, la transferencia de conocimiento, el turismo patrimonial-cultural y la administración de los clústeres.

Por otro lado, es importante resaltar que aquellas empresas que hacen parte de un clúster turístico tienden a tener un mejor rendimiento, porque pueden crear sinergias y complementarse conjuntamente, de esta manera ofrecer mejores experiencias a los turistas. La vinculación en una red fuerte hace que los clústeres turísticos, posean información y conocimientos relevantes, que promuevan el buen funcionamiento e innovaciones efectivas, para obtener ventajas competitivas.

En la investigación destaca la importancia de promover el desarrollo turístico en los clústeres, especialmente en áreas rurales, donde la colaboración y cooperación son fundamentales para abordar los desafíos y resolver problemas compartidos. También, se identifica que la creación de clústeres turísticos promueve la generación de empleo, ya que al unirse a empresas relacionadas y proveedores especializados puede conducir al desarrollo de nuevos productos, servicios y tecnologías, impulsando la demanda de mano de obra calificada. Además, la transferencia de conocimiento dentro y fuera de los clústeres turísticos es vital para estimular la innovación y desarrollo de estrategias. El papel del capital social y la colaboración es imprescindible en la transferencia de conocimiento y el desarrollo de estrategias efectivas, para lograr crear clústeres turísticos exitosos.

El turismo cultural y patrimonial es relevante para los clústeres y el desarrollo económico de las regiones. Por un lado, se discute la necesidad de establecer relaciones y redes adecuadas dentro de los clústeres para fomentar la innovación de manera equitativa. Por otro lado, la competitividad y la sostenibilidad empresarial y ambiental se ven relacionadas, puesto que se compite con la adopción de tecnologías y la innovación que se integran, para ofrecer productos y servicios que sean amigables con el medio ambiente, por lo tanto, la gestión estratégica es fundamental, porque fomentan ofertas turísticas sostenibles y promueven políticas ambientales.

Para superar estas barreras se recomienda que los actores del clúster formen nuevos conocimientos a través de la integración de prácticas externas. Esto contribuirá a generar innovación en servicios y productos turísticos. Además de ser competitivos en el mercado cambiante, esto les permitirá mantenerse a la vanguardia y adaptarse de manera ágil a las cambiantes demandas del mercado, ofreciendo experiencias únicas y atractivas para los visitantes.

Conclusiones

La innovación se ha convertido en una tendencia a nivel mundial, los sectores económicos buscan ser más competitivos, en un entorno globalizado y de libre competencia. Por ende, los países primermundistas se han convertido en ejemplo para las economías más pequeñas, a través de los clústeres y asociatividad han logrado, no solo que empresas de determinado sector se quieran unir, sino que todas las empresas sin importar su actividad se involucren y trabajen por el bien común. Esto ha ayudado a que sea más fácil el flujo de bienes y servicios, transferencia de conocimiento, innovación y confianza, lo que da como resultado mayor productividad y desarrollo socioeconómico.

En una sociedad cambiante como la de hoy en día, es crucial que las industrias incluyan la innovación en sus clústeres como una práctica vital para satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores con los productos o servicios ofrecidos. Los clientes se han convertido en evaluadores constantes de la calidad de las empresas, por lo que es importante que las organizaciones se adapten a los cambios y desarrollen estrategias para enfrentar las exigencias del mercado. Las empresas innovadoras tienden a crecer más rápido y a ser las preferidas por los clientes. Así mismo, la transferencia de conocimiento genera innovación e identifica mayor rendimiento en los clústeres turísticos, así como las organizaciones deben ser vistas también como entes sociales, donde las empresas deben procurar estar en constante disciplina para alcanzar grandes resultados, de la misma forma las organizaciones deben velar por el bienestar dentro de la empresa sin descuidar la industria.

El concepto de la triple hélice se convierte en la base de los clústeres turísticos, pues se necesita del apoyo del gobierno en primera medida, siguiendo de la academia, la cual es trascendental a la hora de co-crear e innovar, ya que surgen nuevas estrategias empresariales, y los empresarios de las regiones, pues son ellos los que entienden el mercado y tienen las herramientas para ser más competitivos. Cuando hablamos de ventajas competitivas debe existir la unificación y

cooperación, conformada por el estado, la academia y la industria; que permiten que pequeñas regiones puedan hacer benchmarking de las grandes esferas mundiales.

Los clústeres turísticos se han venido desarrollando con más fuerza en países como Letonia y Ucrania, convirtiéndose en ejemplos a seguir, dado que han venido implementando factores determinantes en el éxito y creación, destacándose la cooperación, la innovación, las TICs y políticas públicas. En Latinoamérica, en países como Colombia, específicamente en el departamento de La Guajira, se están creando clústeres turísticos pequeños, implementando estrategias como el marketing digital, posicionamiento de imagen de marca en Internet; lo que es satisfactorio para que las empresas crezcan y obtengan desarrollo económico sostenible. También se deben desarrollar redes de conocimiento, que permita que pequeñas y medianas empresas, puedan estudiar y entender la dinámica del sector turístico.

Es indispensable profundizar en temas que por tiempo y espacio no se pudieron abordar. Por ejemplo: qué papel desempeñan las Instituciones de educación superior (IES) en un clúster turístico e innovador, cuáles modelos, factores y funciones son características de estos clústeres, normatividad, políticas públicas y medición del impacto tanto ambiental como económico al desarrollarse un clúster turístico innovador.

Referencias

- Acerenza, M. Á. (2007). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- Akpınar, M., & Mermercioglu, M. (2014). Benchmarking knowledge potentials of clusters: a comparative study in the tourism industry. *International Journal of Knowledge-Based Development*, 5(4), 344-366. doi:10.1504/ijkbd.2014.068047
- Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism management*, 32(5), 1204-1213. doi:10.1016/j.tourman.2010.08.010
- Alimov, A., Adilchaev, R., Oteev, U., Adilchaev, B., & Temirkhanov, A. (2020). Innovative approach to clustering in tourism (in example EU countries). *Journal of Critical Reviews*, 7(2), 781-786. doi:10.31838/jcr.07.02.143
- Baah-Kumi, B. (2021). Identifying Opportunities for Tourism Cluster Development in Rural Communities. *Journal of Tourism Management Research*, 8(2), 161-172. doi:10.18488/journal.31.2021.82.161.172
- Barbosa, M & Zamboni, R. (2000). *formação de um clúster em torno do turismo de natureza sustentável em Bonito – MS*. Ipea e CEPAL, Brasília
- Broegaard, R. B. (2020). Rural destination development contributions by outdoor tourism actors: A Bornholm case study. *Tourism Geographies*, 1–21. doi:10.1080/14616688.2020.1795708
- Burnyasheva, L. A., Gazgireeva, L. K., Pavlenko, I. I., Romanko, I. E., & Taranenko, O. N. (2022). The Mechanism for the Development of the Tourism and Recreational Cluster for Effective Organizational and Economic Management of the Formation of the Innovative Potential of the North Caucasus. *Towards an Increased Security: Green Innovations, Intellectual Property Protection and Information Security*, 372, 561-568. doi:10.1007/978-3-030-93155-1_62
- Cacomo, J. L., & Solonandrasana, B. (2001). *L'innovation dans le tourisme. Enjeux et stratégies*. Paris: Tourismes et Sociétés, L'Harmattan.
- Castells, P. E., & Pasola, J. V. (2001). *Tecnología e innovación en la empresa dirección y gestión*. Ediciones UPC. España.
- Cole, S. (2021). Innovation, Competitiveness, and Sustainability in Tourism Clusters: An Empirical Model of Caribbean Destinations. *Regional Science Perspectives on Tourism and Hospitality*, 377-401. doi:10.1007/978-3-030-61274-0_19

- Delgado, M., Porter, M. E., & Stern, S. (2016). Defining Clusters of Related Industries. *Journal of Economic Geography*, 16(1), 1-38. doi: 10.1093/jeg/lbv017. Oxford Academic
- Dobai, K. E., & Seres H. E. (2015). Innovation activity of corporations. *Acta Oeconomica Universitatis Selye*, 4 (2): 75–83.
- Elche, D., García-Villaverde, P. M., & Martínez-Pérez, Á. (2017). Inter-organizational relationships, knowledge strategy and innovation in clusters of cultural tourism. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, 2017 (39), 17-37.
- Elche, D., García-Villaverde, P. M., & Martínez-Pérez, Á. (2018). Inter-organizational relationships with core and peripheral partners in heritage tourism clusters. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2438–2457. doi:10.1108/ijchm-11-2016-0611
- Elche, D., Martínez-Pérez, Á., & García-Villaverde, P. M. (2015). Bonding capital, explotación de conocimiento e innovación incremental en los clusters de turismo cultural: las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 21(3), 120–128. doi:10.1016/j.iied.2014.03.002
- Estevão, C., & Ferreira, J. J. (2012). Tourism Cluster Positioning and Performance Evaluation: The Case of Portugal. *Tourism Economics*, 18(4), 711–730. doi:10.5367/te.2012.0137
- Garanti, Z., & Stylianou, C. (2022). Opening the path of gastro-tourism cluster development: the case of Cyprus. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(5), 492-500. doi: 10.1108/WHATT-07-2022-0076
- García-Villaverde, P. M., Elche, D., & Martínez-Pérez, Á. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*, 76, 103966, 1-15. doi:10.1016/j.tourman.2019.103966
- García-Villaverde, P. M., Elche, D., Martínez-Pérez, Á., & 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:10.1016/j.ijhm.2016.11.002
- Gonçalves de Almeida, J. M., Gohr, C. F., & Santos, L. C. (2020). Assessing Collaborative Capabilities for Sustainability in Interorganizational Networks. *Sustainability*, 12(22), 1-17. doi:10.3390/su12229763
- Gorochnaya, V. V., Mikhaylov, A. S., Mikhaylova, A. A., & Plotnikova, A. P. (2020). Tourism clusters and innovation security: Dialectics in the western border regions of Russia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 28(1), 127-139. doi:10.30892/gtg.28110-457
- Grønhaug, K., & Kaufmann, G. (1988). Introduction. In K. Grønhaug, y G. Kaufmann (Eds.), *Innovation: A cross-disciplinary perspective* (pp. 1-10). Oslo: Norwegian University Press.
- Grumadaite, K. (2020, March). Sustainable emergence of regional tourism clusters: The approach of complexity theory. In *International Conference on Tourism Research*, 85-93. Academic Conferences International Limited. doi: 10.34190/IRT.20.038
- Havierníková, K., Lemańska-Majdzik, A., & Mura, L. (2017). Advantages and disadvantages of the participation of SMEs in tourism clusters. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(6), 1205-1215. doi: 10.14505/jemt.v8.6(22).07
- Hernández-Angulo, C. A., Bohórquez-Hernández, M. J., Caballero Nieto, I., & González-Torres, H. J. (2020). Clúster de turismo en salud: Contexto global de este modelo. *AVFT Archivos Venezolanos de Farmacología y terapéutica*, 39(1), 68-77.
- Ivanova, R. M., Skrobotova, O. V., Polyakova, I. E., & Karaseva, G. Y. (2019). Studying supply chain and tourism cluster development. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(6), 1006-1017.
- Ivars Baidal, J. A., Vera Rebollo, J. F., & Acebal Fernández, A. (2014). Políticas de innovación en turismo y desarrollo de clusters: la percepción gerencial en el programa Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEIs). *Cuadernos de Turismo*, (33), 97–120

- Ketels, C., & Huggins, R. (2011). Clusters and competitiveness: Porter's contribution. *Competition, competitive advantage and Clusters. The ideas of Michael Porter*, 173- 191.
- Kim, N., & Shim, C. (2018). Social capital, knowledge sharing and innovation of small- and medium-sized enterprises in a tourism cluster. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2417–2437. doi:10.1108/ijchm-07-2016-0392
- Lukjanova, J., & Odinokova, T. (2020). Innovations as the main challenge in the field of health tourism in Latvia. *Access to science, business, innovation in digital economy*, 1(1), 39-52. doi: 10.46656/access.2020.1.1(3)
- Martínez-Pérez, Á., & Beauchesne, M.-M. (2017). Overcoming the Dark Side of Closed Networks in Cultural Tourism Clusters: The Importance of Diverse Networks. *Cornell Hospitality Quarterly*, 59(3), 239–256. doi:10.1177/1938965517734938
- Martínez-Pérez, Á., Elche, D., & García-Villaverde, P. M. (2021). Bridging capital and performance in clustered firms: The heterogeneous effect of knowledge strategy. *Tourism Management*, 85(2021), 1-14. doi:10.1016/j.tourman.2020.104264
- Martínez-Pérez, Á., Elche, D., García-Villaverde, P. M., & Parra-Requena, G. (2018). Cultural Tourism Clusters: Social Capital, Relations with Institutions, and Radical Innovation. *Journal of Travel Research*, 0(0), 1-15. doi:10.1177/0047287518778147
- Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., & Elche, D. (2015). Eco-innovation antecedents in cultural tourism clusters: External relationships and explorative knowledge. *Innovation*, 17(1), 41–57. doi:10.1080/14479338.2015.1011058
- Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., & Elche, D. (2016). The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and innovation of cultural tourism clusters firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1484–1507. doi:10.1108/ijchm-08-2014-0405
- McLennan, C. J., Becken, S., & 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:10.1016/j.jclepro.2015.01.085
- Medina-Muñoz, D.R., Medina-Muñoz, R.D., & Zúñiga-Collazos, A. (2013). Tourism and innovation in China and Spain: A review of innovation research on tourism. *Tourism Economic*, 19(2), 319-337. doi:10.5367/te.2013.0198
- Michálková, A., & Gáll, J. (2021). Institutional Provision of Destination Management in the Most Important and in the Crisis Period the Most Vulnerable Regions of Tourism in Slovakia. *European Countryside*, 13(3), 662-684. doi:10.2478/euco-2021-0014
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., & Stewart, L. A. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. *Systematic Reviews*, 4(1).doi:10.1186/2046-4053-4-1
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism management*, 27(6), 1141-1152. doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011
- Organización Mundial del Turismo (2023). *Definiciones de términos turísticos*. Recuperado de <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Orlov, A. (2019). Provision of value innovation when creating tourism clusters based on the concept of sustainable construction. *E3S Web of Conferences*, 135, 1-10. doi:10.1051/e3sconf/201913504018
- Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation (4th ed.). *The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Pavón Morote, J., & Goodman, R. (1981). *Proyecto MODELTEC: La Planificación del desarrollo tecnológico*. Madrid: CDTI-CSIC.

- Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M.-V., Miret-Pastor, L., & Verma, R. (2014). The Effect of Tourism Clusters on U.S. Hotel Performance. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 155–167. [doi:10.1177/1938965514557354](https://doi.org/10.1177/1938965514557354)
- Perechuda, K., & Hołodnik, D. (2012). The Knowledge-Based Opole Tourism Cluster (OKTW) as a Network Tool for Organizing the Space and Flow in the Opole Region. *Workshop Gemeinschaften in Neuen Medien (Ge-NeMe) 2012*, 155-167.
- Perles-Ribes, J. F., Rodríguez-Sánchez, I., & Ramón-Rodríguez, A. B. (2015). Is a cluster a necessary condition for success? The case of Benidorm. *Current Issues in Tourism*, 20(15), 1575–1603. [doi:10.1080/13683500.2015.1043247](https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1043247)
- Porter, M. (1999). La ventaja competitiva de las naciones. En *Michael Porter (ed.). Ser Competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Bilbao: Ediciones Deusto, 163-202.
- Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones* (Vol. 1025). Buenos Aires: Vergara.
- Rodríguez, A. J. G., Barón, N. J., & Martínez, J. M. G. (2020). Validity of Dynamic Capabilities in the Operation Based on New Sustainability Narratives on Nature Tourism SMEs and Clusters. *Sustainability*, 12(3), 1-18. [doi:10.3390/su12031004](https://doi.org/10.3390/su12031004)
- Roy, S., & Misra, S. (2012). New Model on Cluster Competitiveness in Tourism Industry. 2012 *Third International Conference on Services in Emerging Markets*. 168-174. IEEE. [doi:10.1109/icsem.2012.32](https://doi.org/10.1109/icsem.2012.32)
- Sáez, C. (2009). Los micro-clusters turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas? *Semestre Económico*, 12(24), 57-68
- Seguí-Amortegui, Clemente-Almendros, Medina, & Grueso. (2019). Sustainability and Competitiveness in the Tourism Industry and Tourist Destinations: A Bibliometric Study. *Sustainability*, 11(22), 6351. [doi:10.3390/su11226351](https://doi.org/10.3390/su11226351)
- Sölvell, Ö. (2008) *Clusters: Balancing Evolutionary and Constructive Forces*. Ivory Tower Publishers.
- Tarazona-Montoya, R., Peris-Ortiz, M., & Devece, C. (2020). The Value of Cluster Association for Digital Marketing in Tourism Regional Development. *Sustainability*, 12(23), 1-18. [doi:10.3390/su12239887](https://doi.org/10.3390/su12239887)
- Volosiuk, M., Vdovychenko, L., & Sirenko, I. (2022). Maritime Clusters As An Innovative Form Of Development Of Coastal Regions Of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*, 8(2), 44-50. [doi:10.30525/2256-0742/2022-8-2-44-50](https://doi.org/10.30525/2256-0742/2022-8-2-44-50)
- Wei, Z. (2013). Spatial Strategic Research on Tourism Development of Bohai Circle. In *LISS 2012: Proceedings of 2nd International Conference on Logistics, Informatics and Service Science*. 1277-1282. Springer Berlin Heidelberg.



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409683527008>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Ximena Carolina Pérez Cárdenas,
Eugenio Paredes Castellanos

**Revisión sistemática sobre la innovación en clústeres
turísticos**

Systematic Review on Innovation in Tourism Clusters

Cuadernos Latinoamericanos de Administración
vol. 20, núm. 38, 4326, 2024

Universidad El Bosque,

ISSN: 1900-5016

ISSN-E: 2248-6011

DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.4326>