

Gestión del conocimiento como herramienta para la competitividad turística: una revisión de literatura

Knowledge management as a tool for tourism competitiveness: a literature review

Sol Maira Carrasco Canoles¹, Emily Andrea Lugo Hernández²

Resumen

La gestión del conocimiento se ha convertido en una estrategia clave para impulsar la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad en el sector turístico. Este artículo presenta una revisión sistemática y un análisis bibliométrico con el objetivo de identificar el papel de la gestión del conocimiento en la literatura especializada sobre competitividad turística y los factores determinantes que la influyen. Se utilizó una metodología de revisión basada en el modelo PRISMA y se seleccionaron 17 artículos de las bases de datos WOS y Scopus que cumplieran con los criterios establecidos. Los hallazgos resaltan la importancia de promover una cultura de gestión del conocimiento y desarrollar las capacidades necesarias para aprovechar al máximo el conocimiento disponible en el sector turístico. Para lograrlo, es fundamental fomentar factores como la cultura de aprendizaje, la infraestructura tecnológica adecuada, los procesos de gestión del conocimiento y las redes de conocimiento.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, competitividad turística, transferencia de conocimiento, Turismo, destino turístico.

Abstract

Knowledge management has become a key strategy to drive innovation, efficiency and sustainability in the tourism sector. This article presents a systematic review and a bibliometric analysis with the objective of identifying the role of knowledge management in the specialized literature on tourism competitiveness

1 Administradora de empresas titulada de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, UAJS. Pasante del proyecto jóvenes investigadores de Sucre. Correo: solcarrascocsnoles96@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9986-9126>.

2 Magíster en desarrollo y cultura, especialista en estadística aplicada, economista, docente de investigación, consultoría, análisis e interpretación de datos, líder de grupo de investigación GIAEC de la corporación universitaria Antonio José de Sucre. Correo: docente_investigador4@uajs.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2154-0888>

and the determining factors that influence it. A review methodology based on the PRISMA model was used and 17 articles were selected from the WOS and Scopus databases that met the established criteria. The findings highlight the importance of promoting a culture of knowledge management and developing the necessary capacities to make the most of the knowledge available in the tourism sector. To achieve this, it is essential to promote factors such as a learning culture, the appropriate technological infrastructure, knowledge management processes and knowledge networks.

Keyword: Knowledge management, tourism competitiveness, knowledge transfer, tourism, tourist destination.

Introducción

El Turismo desempeña un papel fundamental en el crecimiento y desarrollo de los países, gracias a su contribución en la generación de empleo, la preservación del patrimonio, el fomento al desarrollo de infraestructuras, la mejora en los servicios, los emprendimientos locales, el fortalecimiento del intercambio cultural y la promoción de la cooperación internacional (Thommandru *et al.*, 2023; Troitiño Vinuesa, 1998). Este sector ocupa un lugar importante en la agenda política y es considerado estratégico para la consecución del desarrollo sostenible de los territorios (Lemos *et al.*, 2019).

No obstante, en un entorno cada vez más competitivo, los países se esfuerzan por fortalecer la industria turística, buscando constantemente mejorar su desempeño y mantener una ventaja competitiva (López-Gamero *et al.*, 2022; Pusk *et al.*, 2019). Para lograrlo, implementan estrategias y políticas destinadas a promover la competitividad de sus destinos turísticos (Cano, 2021; Varisco, 2008). Esto implica la identificación de los recursos turísticos disponibles, la mejora de la infraestructura y los servicios, la promoción de la formación y la innovación, así como el fomento de la competitividad de los actores del sector (Fontana *et al.*, 2019).

En este contexto, la gestión del conocimiento ha surgido como un enfoque estratégico clave para promover la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad del sector turístico (Cano, 2021). La gestión del conocimiento se refiere al proceso de identificar, capturar, almacenar, compartir y utilizar el conocimiento existente en una organización para mejorar su desempeño y tomar decisiones informadas (Larios-Gómez, 2016). La gestión del conocimiento contribuye a la competitividad mediante la aplicación del capital intelectual, el uso de tecnologías de la información, la promoción de la innovación y una gestión adecuada de los recursos tangibles e intangibles en la búsqueda de generar ventajas competitivas y fortalecer el posicionamiento en el mercado (Lemos *et al.*, 2018).

En el ámbito turístico, la gestión del conocimiento adquiere una importancia particular, ya que el conocimiento sobre los clientes, los destinos, las tendencias del mercado y las prácticas exitosas marca la diferencia en la capacidad de una organización para adaptarse y sobresalir en un entorno dinámico (Emmendoerfer *et al.*, 2022). La capacidad de agregar valor al producto o servicio, teniendo en cuenta la información de todos los actores y elementos del entorno interno y externo, es crucial para mantenerse en el mercado y lograr la competitividad (Alonso, 2011)

En este sentido, el presente artículo busca establecer, a partir de la revisión de literatura y análisis bibliométrico, ¿cuál es el estado actual de las investigaciones en gestión del conocimiento como herramienta para la competitividad?, ¿cómo es la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad turística en la literatura? y ¿cuáles son los factores determinantes que se han identificado que influyen en esta relación? Para dar respuesta a los cuestionamientos, se realizó una revisión sistemática y análisis bibliométrico.

La revisión se realizó utilizando las bases de datos especializadas SCOPUS y WOS, con un periodo de referencia que abarcó desde 2013 hasta 2023. La ecuación de búsqueda se construyó utilizando los términos “competitiveness”, “tourism”, “knowledge management”. La metodología aplicada se basó en el modelo PRISMA, el cual garantiza un enfoque riguroso y transparente en la selección y análisis de los estudios incluidos en la revisión.

El objetivo de este artículo es presentar los hallazgos obtenidos de la revisión sistemática y análisis bibliométrico, proporcionando una visión integral de la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad turística, así como examinar los factores determinantes que influyen en esta relación. Al abordar estos cuestionamientos, se espera contribuir al conocimiento existente en el campo de estudio y ofrecer *insights* relevantes tanto para los profesionales como para los académicos involucrados en la gestión turística.

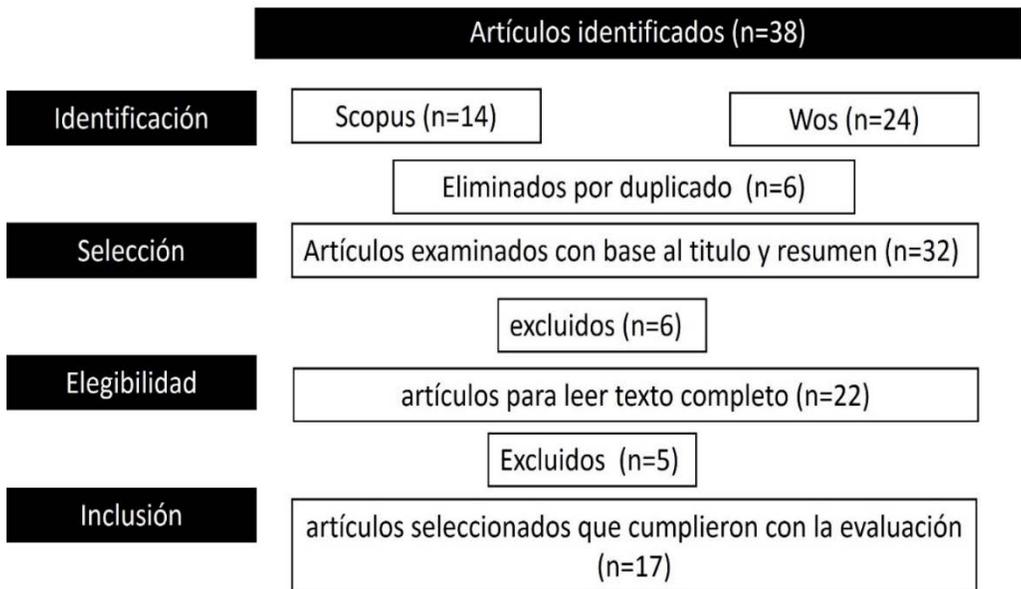
Método

Se realizó una revisión sistemática con base en la declaración PRISMA -Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses. La búsqueda se realizó utilizando como ecuación de búsqueda (“competitiveness” and “tourism” and “knowledge management”). Para el proceso de selección de los documentos se establecieron los siguientes criterios de inclusión: 1) que fueran artículos publicados en revistas científicas; 2) que estuvieran publicados en el periodo comprendido 2013-2023 y 3) los estudios fueran empíricos. Como criterios de exclusión 1) actas de congreso, libros y capítulos

de libro, memorias de eventos 2) publicaciones anteriores al 2013 y 3) artículos que respondieran a una revisión de literatura.

La revisión se llevó a cabo en las bases de datos Scopus, y Wos, las cuales se seleccionaron por ser de alto impacto a nivel académico y tener herramientas de búsqueda avanzada. La selección se hizo siguiendo los lineamientos de la declaración PRISMA. En un primer momento, se identificaron los artículos en las bases de datos seleccionadas, se eliminaron los documentos duplicados, se hizo una revisión de los títulos y resúmenes y para finalizar la lectura del texto completo de los artículos elegidos. La última revisión se llevó a cabo el 15 de mayo de 2023.

Ilustración 1. Selección de Artículos



En la identificación se seleccionaron 38 artículos, de los cuales se eliminaron 6, por estar duplicados en las bases de datos de referencia; en la selección, al revisar el título y el resumen, se excluyeron 6 artículos, al no relacionarse con las variables de la investigación; para la elegibilidad se leyeron 22 investigaciones y se seleccionaron para el análisis bibliométrico 17 estudios empíricos, que respondían a las preguntas de investigación y los criterios de inclusión y rigor científico. Para el análisis bibliométrico, se utilizó el software R studio, utilizando el paquete Bibliometrix para el análisis de datos y para la visualización Biblioshiny.

Resultados

Las categorías utilizadas para la recolección, organización y análisis de la información fueron título, año, autor, país, fuente de publicación, resumen, palabras claves, idioma, número de citas y métodos, las cuales se plasmaron en una matriz de información.

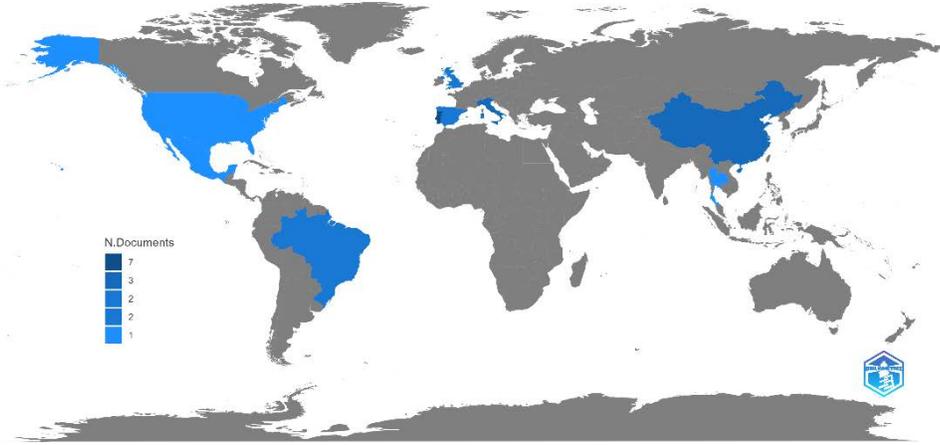
Para la revisión y análisis bibliométrico se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de los 17 artículos, la síntesis cuantitativa tiene como objetivo proporcionar información general de las publicaciones: año de publicación, fuente de publicación, lugar de publicación, idioma, métodos e instrumentos empleados, relevancia de los artículos por número de citas. El análisis cualitativo se centra en el contenido de las publicaciones especialmente en la descripción de cómo se ha abordado la relación entre gestión del conocimiento y competitividad turística en la literatura especializada y cuáles han sido los factores identificados en los estudios empíricos que permiten a una organización obtener ventaja competitiva a partir de esa relación.

Síntesis cuantitativa

En relación con el año de publicación, los artículos empíricos seleccionados entre el 2013 y el 2023 denotan un incremento en el número de publicaciones a partir del 2020, lo que resalta la tendencia creciente de investigaciones alrededor de la gestión del conocimiento y el interés de investigadores en explorar la influencia de esta en la competitividad del sector turístico en la última década.

El 88% de las publicaciones seleccionados por su relevancia y pertinencia con la pregunta propuesta, fueron escritos en inglés, y en una menor proporción español (6%) y portugués (6%). Las investigaciones fueron publicados principalmente en Portugal (42%), Italia (17%) y China(17%); y en menor proporción en países como Brasil, Reino Unido, México, Tailandia y Estados Unidos (ver Ilustración 2).

Ilustración 2. Producción científica por países 2013-2023.



Fuente: Scopus-Wos.

En torno al tipo de investigación se evidencia un mayor número de investigaciones cuantitativas (59%), en las que se utilizaron como técnica de investigación instrumentos de medición, en algunos casos dirigidos a usuarios u operadores turísticos, especialmente hoteles; seguidamente, hay un número importante de investigaciones cualitativas (29%) que marcan un cambio en el paradigma con que históricamente ha analizado el fenómeno (Emmendoerfer *et al.*, 2022), al integrar técnicas de investigación cualitativa a la comprensión de la gestión del conocimiento en la competitividad turística, hecho que se refleja también en el número de publicaciones con enfoque mixto, 12%, que involucra a ambos métodos de investigación.

Los autores más representativos, de acuerdo con la relevancia y el grado de citación de sus trabajos de la selección de artículos, fueron Álvaro Días, asociado a la Universidad Lusófona en Lisboa, Portugal; Rhodri Thomas, de la Universidad de Leeds Beckett en Reino Unido; Emma Wood, de Cavendish Hall, vinculada a la Universidad Metropolitana de Leeds en Reino Unido; Chris Cooper, adscrito a la Universidad de Leeds Beckett, Reino Unido; quienes, en la última década, han publicado entre 3 y 4 artículos relacionados con la gestión del conocimiento y el sector Turismo; sus publicaciones han estado enfocadas principalmente en las áreas de economía y negocios (45%), ciencias sociales (33.3%), ciencias de la computación y tecnología (21%) y ciencias ambientales (12%).

Tabla 1. *Citación por artículo y autor*

Título	Autor	# Citas
Innovation in tourism: Re-conceptualizing and measuring the absorptive capacity of the hotel sector	Thomas R., Wood E.	122
The absorptive capacity of tourism organizations	Thomas, R; Wood, E	90
The role of technology and institutions in tourism service ecosystems: Findings from a case study	Barile S., Ciasullo M.V., Troisi O., Sarno D.	67
Developing sustainable business models: local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship	Dias, A; Silva, GM; Patuleia, M; Gonzalez-Rodriguez, MR	60
Effect of internal marketing on knowledge sharing and organizational effectiveness in the hotel industry	Yang, JT	54
The Situation of Learning and Prospects for Improvement in a Tourism Organization	Svagzdiene, B; Jasinskas, E; Fominiene, VB; Mikalauskas, R	51
Managing tourism knowledge	Cooper C.	44
Transforming local knowledge into lifestyle entrepreneur's innovativeness: exploring the linear and quadratic relationships	Dias Á., Silva G.M., Patuleia M., González-Rodríguez M.R.	22
Analyzing Big Data through the lens of customer knowledge management: Evidence from a set of regional tourism experiences	Del Vecchio P., Secundo G., Passiante G.	13
Prediction of knowledge management for success of franchise hospitality in a post-pandemic economy	Hsieh H.-C., Nguyen X.-H., Wang T.-C., Lee J.-Y.	13
A rough set-based corporate memory for the case of ecotourism	Huang C.-C., Liang W.-Y., Tseng T.L.B., Wong R.-Y.	9
Local Knowledge Management and Innovation Spillover: Exploring Tourism Entrepreneurship Potential	Dias Á.L., Gomes M.F.M., Pereira L., Costa R.L.	4
Smart tourist destinations and knowledge management: possible convergences [Destinos turísticos inteligentes e gestão do conhecimento: possíveis convergências]	Nunes R.F., Medaglia J., Stadler A.	2
Dynamic capabilities and innovation: Origin of competitiveness in tourism service companies in México [Capacidades dinámicas e innovación: Origen de la competitividad en empresas de servicios turísticos en México]	Guadalupe E.G.I., Yesenia C.M., Marisol S.G.	1

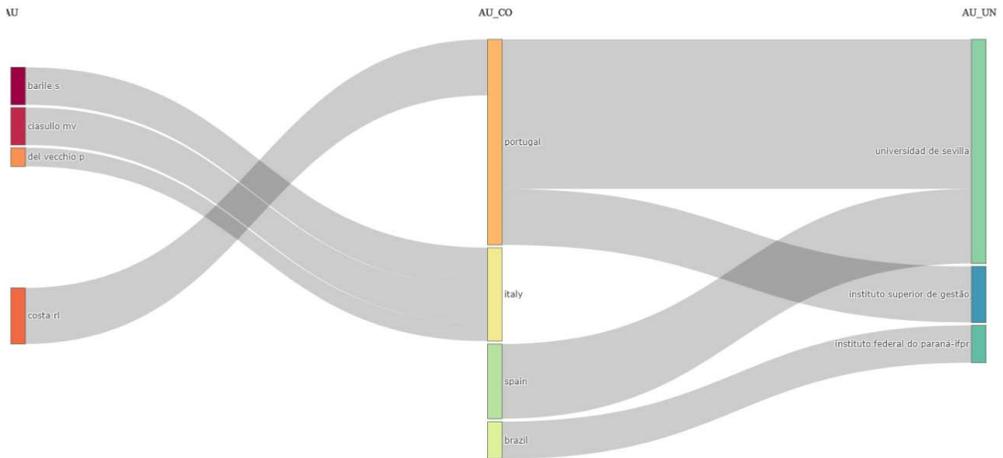
Fuente: *Wos – Scopus.*

En cuanto a la afiliación institucional de los autores, se observó que la Universidad de Sevilla en España fue la institución con mayor número de publicaciones, lo cual refleja su liderazgo en la investigación sobre la gestión del conocimiento para la competitividad

turística; de igual forma instituciones como Instituto Federal Do Paraná-IFPR y el Instituto Superior de Gestão, de Brasil y Portugal, también representan instituciones filiales de los investigadores en este campo.

El análisis bibliométrico, permitió evidenciar colaboración entre investigadores de Portugal-España y Estados Unidos-China, lo que podría asociarse a redes académicas y programas de movilidad que facilitan la colaboración internacional, fortalezas científicas y tecnológicas específicas de cada país, así como el acceso a recursos y financiamiento compartidos que facilitan la investigación en el sector.

Ilustración 3. Relación entre Autores, Países e Instituciones destacadas.



Fuente: Wos y Scopus.

Al observar las relaciones entre los 5 autores, países de origen e instituciones asociadas a las investigaciones utilizadas para el análisis bibliométrico (Ilustración 3) es posible identificar que pese a las colaboraciones entre autores, existen otros países como Italia y Brasil que se destacan en estudios asociados a la temática, sin necesariamente contar con investigadores destacados en el campo; el país con mayor numero de investigadores de gestión del conocimiento y competitividad turística es Italia.

Al revisar los términos claves (Ilustración 4) más utilizados en las publicaciones a través de la nube de palabras, es posible observar la palabra *competitividad* como la más destacada, seguida de gestión del conocimiento, metodología, apropiación, marco referencial, que sugiere que existe un enfoque significativo en comprender cómo diseñar una metodología para la gestión del conocimiento y la competitividad de la industria turística, así como interés en identificar sus marcos de referencia.

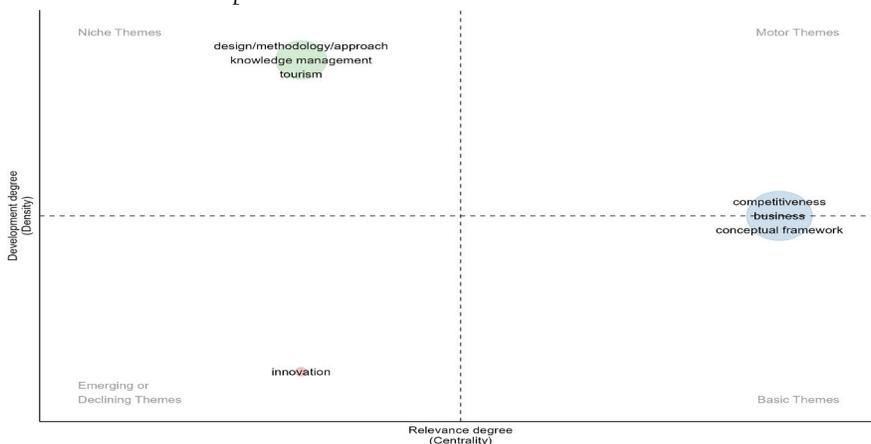
Ilustración 4. Términos relevantes en la Literatura.



Fuente: Vos – Scopus.

Otros términos importantes que se destacan en la nube de palabras incluyen *innovación*, *negocios*, *colaboración* y *hoteles*. Estos conceptos sugieren que la investigación se centra en explorar cómo la innovación, la transferencia de conocimiento y la colaboración entre actores del sector turístico pueden impulsar la competitividad y mejorar el desempeño empresarial, especialmente en los hoteles. Dentro de la nube de palabras también resaltamos el término *coronavirus*, asociado a la pandemia generada por Covid 19, que afectó al sector turístico negativamente, pero permitió generar posteriormente un impulso en la búsqueda de innovación y sostenibilidad (Abbas *et al.*, 2021), generando un nuevo campo de interés creciente en comprender cómo la gestión del conocimiento puede contribuir a prácticas turísticas sostenibles.

Ilustración 5. Mapa de Correlación de Términos relevantes en la Literatura



Fuente: Vos – Scopus

Al correlacionar los términos más relevantes (Ilustración 5), también es pertinente destacar que la literatura seleccionada para el análisis bibliométrico muestra concentración en 3 campos; por una parte, en el diseño de metodologías para la apropiación, la gestión del conocimiento turístico; por otra parte, asociado a la comprensión de marcos referencias de la gestión y transferencia de conocimiento para la competitividad en empresas y negocios del sector, y un número menor de estudios destinados a estudiar la innovación como elemento clave en la gestión del conocimiento y la competitividad turística.

Síntesis cualitativa

De acuerdo con lo evidenciado en la revisión de literatura, la gestión del conocimiento desempeña un papel fundamental en el sector turístico, al abordar de manera crucial la adaptación, supervivencia y competitividad de las organizaciones frente a un entorno en constante cambio. Su fundamento radica en la transferencia y uso efectivo del conocimiento, contribuyendo tanto a la competitividad de las organizaciones como de los destinos turísticos.

En la literatura la gestión del conocimiento para la competitividad es visibilizada por un enfoque empresarial (Lopes *et al.*, 2022; Esparza *et al.*, 2022; Larios-Gómez, 2016) asociando a la gestión las empresas de las habilidades y la experiencia de sus empleados, en pro de la mejora de la calidad del servicio, y un segundo enfoque dirigido a la competitividad de un destino turístico como elemento clave para el crecimiento del sector (Alonso, 2011; Fontana *et al.*, 2019; René *et al.*, 2023).

La capacidad dinámica de la gestión del conocimiento tiene un efecto positivo en la competitividad de las empresas de servicios turísticos. Esto significa que las empresas que gestionan eficazmente sus recursos de conocimiento, como las habilidades y la experiencia de sus empleados, tienen más probabilidades de ser competitivas en el mercado. La literatura sugiere que lograr una sinergia entre las capacidades dinámicas, incluida la gestión del conocimiento, mediante una gestión adecuada de los recursos y las capacidades, es esencial para mejorar la competitividad de las empresas de servicios turísticos (Esparza *et al.*, 2022).

Además, la revisión de literatura destaca la importancia de la gestión efectiva del conocimiento en el intercambio de conocimientos necesarios para la innovación. La asimilación y transformación del conocimiento local son factores cruciales para la adquisición de conocimiento local y la promoción de la innovación en el Turismo. Por lo tanto, las organizaciones turísticas deben centrarse en estrategias de comunicación empresarial y en el establecimiento de vínculos con la comunidad local para aprovechar al máximo el conocimiento disponible y fomentar la innovación (Lopes *et al.*, 2022; Thomas & Wood, 2014; Mota *et al.*, 2022; Yang, 2015).

En el contexto de la competitividad turística, la revisión de literatura también destaca el papel de la capacidad de absorción en el sector. La capacidad de absorción se refiere a la habilidad de las organizaciones turísticas para adquirir, asimilar, transformar y aplicar conocimiento externo. En un entorno empresarial altamente competitivo, esta capacidad se convierte en una ventaja clave. La adquisición de conocimiento externo, su transformación interna y su aplicación práctica son procesos fundamentales para crear una ventaja competitiva en el sector turístico. Por lo tanto, es fundamental contar con mecanismos internos de coordinación y apoyo técnico que faciliten la gestión del conocimiento y el desarrollo de capacidades de absorción en las organizaciones turísticas (Lim & Ok, 2023; Thomas & Wood, 2015).

Otro aspecto destacado en la revisión de literatura es la relevancia de la gestión del conocimiento para la comunicación interna y la mejora del desempeño organizacional en la industria hotelera. Se enfatiza que una comunicación efectiva dentro de la organización, especialmente a través de medios y sistemas de gestión del conocimiento, contribuye a la transferencia de conocimiento y al aprendizaje organizacional, mejorando así la competitividad de la empresa. Además, se resalta la importancia de la gestión del conocimiento en el fomento de la colaboración y el trabajo en equipo, lo que a su vez impacta positivamente en el desempeño organizacional (Chin Hsieh *et al.*, 2020; Lim & Ok, 2023; Thommandru *et al.*, 2023; Mota *et al.*, 2022).

La gestión del conocimiento en el Turismo abarca diversos usos y aplicaciones relevantes. La revisión de literatura destaca su papel en la mejora de la calidad del servicio y la eficiencia operativa en el sector. Se resalta la influencia positiva de la calidad de los servicios electrónicos (en las ventajas competitivas de las empresas hoteleras y turísticas). La fiabilidad y eficiencia de los servicios electrónicos se correlacionan con aspectos como las relaciones con los clientes, las redes empresariales, el aprendizaje organizativo, la productividad y la orientación hacia la innovación empresarial. En este sentido, es importante garantizar la confiabilidad de los sitios web de servicios en línea y brindar un soporte adecuado a los clientes a través de estos medios (Del Vecchio *et al.*, 2018; Mota *et al.*, 2022; Yang, 2015).

Asimismo, diversos estudios señalan que las capacidades de innovación de las empresas hoteleras y turísticas se ven influenciadas por el conocimiento y las habilidades de gestión del conocimiento, especialmente en situaciones de crisis. Se ha observado que el intercambio de conocimiento, tanto interno como externo, contribuye al aumento de las actividades innovadoras y mejora el rendimiento de la innovación en las organizaciones turísticas. Esto resalta la necesidad de promover un ambiente propicio para la creación y difusión del conocimiento en el sector (Del Vecchio *et al.*, 2018; Lopes *et al.*, 2022; Lim & Ok, 2023).

En el contexto de la crisis causada por el Covid-19, la gestión del conocimiento se ha vuelto aún más relevante para la competitividad turística. La revisión de literatura muestra cómo las organizaciones turísticas han utilizado la gestión del conocimiento como una herramienta para adaptarse a los desafíos y aprovechar las oportunidades en medio de la pandemia. La gestión del conocimiento ha sido clave para identificar y compartir buenas prácticas, implementar medidas de seguridad y salud, desarrollar estrategias de marketing adaptadas, y promover la colaboración y la resiliencia en el sector turístico (Abbas *et al.*, 2021).

Sin embargo, en la literatura también se destaca que el Turismo ha mostrado dificultad en la implementación de la gestión del conocimiento. El sector Turismo muestra una marcada resistencia hacia la gestión del conocimiento, evidente en la falta de colaboración con investigadores y la generación de nuevos conocimientos. Esta resistencia puede atribuirse a la falta de conciencia sobre los beneficios de la gestión del conocimiento, la orientación a resultados a corto plazo y la falta de una cultura de colaboración y aprendizaje (Birendra KC *et al.*, 2021; Cooper, 2015; Emmendoerfer *et al.*, 2022)

Factores determinantes de la gestión del conocimiento como herramienta para la consecución de la competitividad turística

En lo relacionado con los factores que permiten a la gestión del conocimiento ser herramienta para la consecución de la competitividad turística, los resultados derivados de la revisión bibliográfica permiten identificar diversos factores como la cultura del aprendizaje, la infraestructura tecnológica, el valor de las redes y colaboración y el establecimiento de procedimientos formales de gestión. Específicamente, sobre el primer factor, la literatura destaca que una cultura de aprendizaje que fomente la curiosidad, la creatividad y el intercambio de conocimiento dentro de las organizaciones turísticas, permite generar nuevo conocimiento y facilitar su difusión y aplicación en el sector (Birendra KC *et al.*, 2021; Emmendoerfer *et al.*, 2022; René *et al.*, 2023).

La implementación de una infraestructura tecnológica sólida es fundamental para la gestión efectiva del conocimiento en cualquier organización. Esta infraestructura proporciona la base tecnológica necesaria para capturar, almacenar, organizar y distribuir el conocimiento de manera eficiente y eficaz. Además, mejora la accesibilidad y disponibilidad del conocimiento, facilitando la toma de decisiones informadas (Lemos E *et al.*, 2018). También fomenta la colaboración y el intercambio de ideas entre los miembros del equipo, lo que impulsa la innovación. Una infraestructura tecnológica adecuada proporciona herramientas de búsqueda y recuperación de información

avanzadas, optimizando el proceso de encontrar conocimiento relevante que permita la competitividad del sector (Barile *et al.*, 2017; Del Vecchio *et al.*, 2018).

Dentro de los factores necesarios para que la gestión del conocimiento impacte en la competitividad turística también se enfatiza la importancia de establecer procesos formales de gestión del conocimiento, que incluyan la identificación, captura, transferencia y mejora continua del conocimiento (Thomas & Wood, 2015; Mota *et al.*, 2022); así como el valor de la colaboración y las redes de conocimiento con otras organizaciones turísticas, instituciones académicas y expertos en el campo del Turismo que impulsen la competitividad del sector (Birendra KC *et al.*, 2021; Lopes *et al.*, 2022; Alonso, 2011).

Conclusión

En conclusión, el análisis de los artículos empíricos seleccionados entre 2013 y 2023 revela un incremento en el número de publicaciones a partir de 2020, lo que destaca la creciente tendencia de investigaciones en gestión del conocimiento y su influencia en la competitividad del sector turístico, donde países como Portugal, Italia, Brasil, Estados Unidos y España representan un liderazgo en la generación de producción intelectual de calidad sobre este campo de conocimiento.

La revisión de literatura permite identificar que la gestión del conocimiento desempeña un papel crucial en la competitividad turística. destaca su influencia en la capacidad de innovación, el intercambio de conocimientos, la absorción de conocimientos externos, la mejora de la calidad del servicio, la comunicación interna y la adaptación a situaciones de crisis como la ocasionada por el Covid-19. Estos hallazgos resaltan la importancia de promover una cultura de gestión del conocimiento y desarrollar las capacidades necesarias para aprovechar al máximo el conocimiento disponible en el sector turístico.

Finalmente, en la literatura también se visualiza que, para lograr una gestión efectiva del conocimiento que impulse la competitividad turística, es necesario promover una cultura de aprendizaje, contar con una infraestructura tecnológica adecuada, establecer procesos de gestión del conocimiento y fomentar la colaboración y las redes de conocimiento. Estos factores permitirán a las organizaciones turísticas aprovechar al máximo el conocimiento disponible, adaptarse a los cambios y generar innovación en el sector.

Referencias

- Abbas, J., Mubeen, R., Iorember, P. T., Raza, S., & Mamirkulova, G. (2021). Exploring the impact of Covid-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*, 2, 100033. <https://doi.org/10.1016/J.CRBEHA.2021.100033>
- Cano Alex. (2021). Evaluación de las dimensiones del modelo de destino turístico inteligente y la relación de la gestión pública en su impulso, caso de Cozumel, México 2015-2019. [Universidad de Quintana Roo]. In *Exploraciones, intercambios y relaciones entre el diseño y la tecnología*. <https://doi.org/10.16/CSS/JQUERY.DATATABLES.MIN.CSS>
- Baptista, J. M. L., Pocinho, M., & Nechita, F. (2019). Tourism and Public Policy. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 12(61), 77–86. <https://doi.org/10.31926/BUT.ES.2019.12.61.1.11>
- Barile, S., Ciasullo, M. V, Troisi, O., & Sarno, D. (2017). The role of technology and institutions in tourism service ecosystems: Findings from a case study. *TQM Journal*, 29(6), 811–833. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2017-0068>
- Cooper, C. (2015). Managing tourism knowledge. *Tourism Recreation Research*, 40(1), 107–119. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1006418>
- Del Vecchio, P., Secundo, G., & Passiante, G. (2018). Analyzing Big Data through the lens of customer knowledge management: Evidence from a set of regional tourism experiences. *Kybernetes*, 47(7), 1348–1362. <https://doi.org/10.1108/K-07-2017-0273>
- Dias, Á. L., Gomes, M. F. M., Pereira, L., & Costa, R. L. (2022). Local Knowledge Management and Innovation Spillover: Exploring Tourism Entrepreneurship Potential. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 13(1). <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.298671>
- Emmendoerfer, L., Lincoln Leite De Lacerda, L., Otowicz, M. H., Augusto Biz, A., & Biz, A. A. (2022). Turismo e gestão do conhecimento: uma revisão integrativa da literatura. *REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL*, 20, 757–778. <https://orcid.org/0000>
- Ferreras, A., & Hugo, V. (2011). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito*. De las palmas canarias .
- Fontana, R. de F., Gadotti dos Anjos, S. J., Lopes Guerrilha Santos Pinto, P. S., & da Silva Añaña, E. (2019). Gestión de destinos turísticos: Un análisis comparativo entre dos destinos consolidados en Brasil y Portugal. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 28(1), 01–20. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000100001&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Guadalupe, E. G. I., Yesenia, C. M., & Marisol, S. G. (2022). Dynamic capabilities and innovation: Origin of competitiveness in tourism service companies in Mexico [Capacidades dinámicas e innovación: Origen de la competitividad en empresas de servicios turísticos en Mé-

- xico]. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(ESPECIAL 6), 395–411. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38854>
- Hsieh, H.-C., Nguyen, X.-H., Wang, T.-C., & Lee, J.-Y. (2020). Prediction of knowledge management for success of franchise hospitality in a post-pandemic economy. *Sustainability (Switzerland)*, 12(20), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su12208755>
- Birendra KC, Dhungana, A., & Dangi, T. B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders' perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100822. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2021.100822>
- Larios-Gomez, E. (2016). La Gestión de la Competitividad en la MIPYME Mexicana: Diagnóstico Empírico desde la Gestión del Conocimiento. Management of the Mexican Micro, Small and Medium Enterprise Competitiveness: Empirical Diagnostics in Knowledge Management. *Revista de Administração Da Unimep*, 14, 177–209. <https://doi.org/10.15600/1679-5350/rau.v14n2p177-209>
- Lemos E, Moscardi, E. H., Alves Pinto, M. J., & Nakatani, M. S. M. (2018). LAS RELACIONES ENTRE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27, 569–587. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180757123006>
- Lim, S. E., & Ok, C. M. (2023). Realizing potential through absorptive capacity to create competitive advantage in hospitality organizations. *INTERNATIONAL JOURNAL OF CONTEMPORARY HOSPITALITY MANAGEMENT*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2022-0820>
- López-Gamero, M. D., Pereira-Moliner, J., Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., & Pertusa-Ortega, E. M. (2022). SOSTENIBILIDAD Y DESEMPEÑO EN LA INDUSTRIA HOTELERA: EL PAPEL MEDIADOR DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS. *Cuadernos de Turismo*, 49(49), 105–130. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.521811>
- Pérez, Á. R., Andrade-Palacios, J.-C., Valdivia, O. A., & Almeida, J. G. B. (2023). Sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresarial y co-creación de valor como herramientas para el desarrollo turístico de Imbabura. *El Periplo Sustentable*, 44, 273–292. <https://doi.org/10.36677/ELPERIPLO.V0I44.16782>
- Thomas, R., & Wood, E. (2014). Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector. *Tourism Management*, 45, 39–48. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.03.012>
- Thomas, R., & Wood, E. (2015). The absorptive capacity of tourism organisations. *ANNALS OF TOURISM RESEARCH*, 54, 84–99. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.06.004>
- Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2023). Role of tourism and hospitality business in economic development. *Materials Today: Proceedings*, 80, 2901–2904. <https://doi.org/10.1016/J.MATPR.2021.07.059>
- Troitiño Vinuesa, M. Á. (1998). Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas. *Ería: Revista Cuatrimestral de Geografía*, ISSN 0211-0563, ISSN-e 2660-7018, N° 47, 1998 (Ejemplar

Dedicado a: El Turismo En Las Ciudades Históricas), Págs. 211-228, 47, 211–228. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=34882&info=resumen&idioma=SPA>

- Varisco, C., & Mantero, J. C. (2008). *DESARROLLO TURÍSTICO Y DESARROLLO LOCAL: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*.
- Veiga, P. M., Fernandes, C., & Ambrosio, F. (2022). Knowledge spillover, knowledge management and innovation of the Portuguese hotel industry in times of crisis. *JOURNAL OF HOSPITALITY AND TOURISM INSIGHTS*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2021-0222>
- Wilke, E. P., Costa, B. K., Freire, O. B. D. L., & Ferreira, M. P. (2019). Interorganizational cooperation in tourist destination: Building performance in the hotel industry. *Tourism Management*, 72, 340–351. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.015>
- Yang, J.-T. (2015). Effect of internal marketing on knowledge sharing and organisational effectiveness in the hotel industry. *TOTAL QUALITY MANAGEMENT & BUSINESS EXCELLENCE*, 26(1–2, SI), 76–92. <https://doi.org/10.1080/14783363.2012.661131>