

Análisis comparativo de marketing de ciudad para el turismo sostenible entre las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México)

A comparative analysis of city marketing for sustainable tourism between the cities of Barranquilla (Colombia) and Nayarit (Mexico)

Dubys Villarreal-Torres ¹ , Eduardo Salazar-Araujo ¹ , Merly Patiño- Villanueva ¹ ,
Javier Lobelo-del Rio ¹ 

¹ Simón Bolívar University, Colombia

Corresponding author: Eduardo Salazar-Araujo | eduardos100@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3330-9042>

DOI: <https://doi.org/10.29073/e3.v12i4.1156>

Received: 12/04/2026 | **Accepted:** 22/05/2026 | **Published:** 10/06/2026

RESUMEN

El turismo como actividad económica, tiene un impacto positivo en el desarrollo económico de las regiones, a su vez, genera efectos en el ámbito social y ambiental. Es por ello, que los entes gubernamentales se preocupan por incorporar principios de sostenibilidad dentro de sus planes estratégicos, con el fin de incentivar prácticas de turismo sostenible. Considerando lo anterior, el presente trabajo tiene por objeto, comparar las estrategias de marketing de ciudad y su impacto en el turismo sostenible de los destinos de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México). Con el fin de dar alcance al objetivo planteado, este estudio presenta un marco metodológico interpretativo, con enfoque cualitativo de corte transversal que emplea la técnica de grupo focal aplicada a 8 informantes que forman parte de la cadena de valor del sector objeto de estudio, sumado a una revisión documental tomada de las bases de datos científicas WoS y Scopus, así como también información estadística publicada por organismos oficiales. Los datos obtenidos fueron procesados con el software de análisis cualitativo N-VIVO versión 13. Dentro de los resultados obtenidos se resaltan las tendencias relativas a la promoción del turismo sostenible como estrategia de marketing de ciudad: en primer lugar, la optimización, recuperación y aprovechamiento de los ambientes naturales, como mecanismo para impulsar el turismo de la ciudad; de igual manera, la ejecución de programas de capacitación y acompañamiento a las comunidades, pequeños empresarios y otros actores inmersos en la cadena de dicha actividad, propendiendo por la mejora y competitividad del sector objeto de estudio. Finalmente se concluye que tanto en la ciudad de Barranquilla (Colombia) como en la ciudad de Nayarit (México), existen estrategias de marketing de ciudad, lideradas por los entes gubernamentales, que incorporan principios de sostenibilidad en las actividades de promoción turística que impulsan la marca de ciudad y contribuyen la visibilidad de las mismas.

Palabras clave: Marketing de ciudad, Turismo sostenible, Políticas públicas, Gobernanza.

ABSTRACT

Tourism as an economic activity has a positive impact on the economic development of the regions, in turn, generates social and environmental effects. That is why government entities are concerned about incorporating sustainability principles into their strategic plans, to encourage sustainable tourism practices. Considering the above, the purpose of this paper is to compare city marketing strategies and their impact on sustainable tourism in the destinations of Barranquilla (Colombia) and Nayarit (Mexico). In order to reach the stated objective, this study presents an interpretive methodological framework, with a qualitative cross-sectional approach that uses the focus group technique applied to 8 informants who are part of the value chain of the sector under study, added to a documentary review taken from the WoS and Scopus scientific databases, as well as statistical information published by official agencies. The data obtained were processed with the qualitative analysis software N-VIVO version 13. Among the results obtained, the following trends related to the promotion of sustainable tourism as a city marketing strategy are highlighted: first, the optimization, recovery and use of natural environments, as a mechanism to promote tourism in the city; likewise, the execution of training and

support programs for communities, small businessmen and other actors immersed in the chain, tending to improve the competitive environment of the sector. Finally, it is concluded that both in the city of Barranquilla (Colombia) and in the city of Nayarit (Mexico), there are city marketing strategies, led by government entities, that incorporate sustainability principles in tourism promotion activities.

Keywords: City marketing, Sustainable tourism, Public policies, Governance.

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo precisa el turismo cómo un proceso social, económico y cultural que implica desplazamiento o movimiento de las personas a lugares distintos a su domicilio habitual, ya sea con fines de diversión, educación o compromisos laborales (OMT, 2017). Independientemente del motivo por el cual se realiza el turismo, éste permite conocer y disfrutar de los entornos, espacios y recurso humano, natural y cultural que brindan los destinos seleccionados; de sus sitios o lugares atractivos, el conocer nuevas personas, aprender de otras culturas y nuevas formas de hacer negocios. Este estudio aborda la problemática de la sostenibilidad en el sector turístico, considerando las buenas prácticas orientadas a equilibrar intereses económicos, sociales y ambientales, que pueden favorecer el posicionamiento de los territorios en los cuales se desarrolla esta actividad económica, estableciendo elementos diferenciales que permiten consolidar estrategias de marketing de ciudad para la promoción de los diferentes destinos, bajo una mirada consciente y de cara al buen uso de los recursos.

Mediante el presente documento recogen experiencias de los casos de las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México), a través de las apreciaciones de un grupo focal que hace parte de la cadena de valor de en las ciudades analizadas.

REFERENTES TERCIOS

APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE

El término de Turismo Sostenible es definido por la Organización Mundial de Turismo (OMT) como un estilo de turismo que tiene en cuenta de manera prioritaria las afectaciones de hoy y del futuro, con relación al ámbito social, económico y medioambiental para darle respuesta a los requerimientos y expectativas de los turistas y comunidades nativas (OMT, 2017). Este enfoque se alinea con la noción de desarrollo sostenible promovida por la Organización de las Naciones Unidas, la cual concibe la sostenibilidad como un marco integral que articula crecimiento económico, inclusión social y protección ambiental (ONU, 2022). En el ámbito turístico, ello implica desplazar una lógica centrada exclusivamente en la promoción del destino hacia una visión de planificación territorial y acción pública orientada al equilibrio de estos tres componentes.

Es decir, el Turismo Sostenible está relacionado con el compromiso de evaluar el impacto social, económico y ambiental generado al realizar servicios de turismo, lo cual abarca el cuidado y preservación de los organismos vivos, los lugares o espacios como tal (zonas urbanas, sitios turísticos, zonas verdes y todo el tema de infraestructura disponible para satisfacer las necesidades de los visitantes y nativos). Desde esta perspectiva, el destino turístico se configura no solo como un producto de consumo, sino como un sistema socio-territorial en el que intervienen actores públicos, privados y comunitarios, cuyas decisiones inciden directamente sobre la sostenibilidad del territorio.

Cabe mencionar que la Organización Mundial del Turismo señala de gran importancia el papel que desempeña la dimensión cultural en el desarrollo social y económico para la industria turística y resalta que el turismo sostenible debe velar por el uso eficiente de los recursos naturales para la preservación del medio ambiente. Este planteamiento refuerza la

idea de que la sostenibilidad turística no depende únicamente de la disponibilidad de activos naturales o culturales, sino de la capacidad institucional de los destinos para gestionarlos de manera estratégica y garantizar beneficios equitativos para las comunidades locales, respetando la variedad intercultural y la preservación de los valores propios de cada territorio.

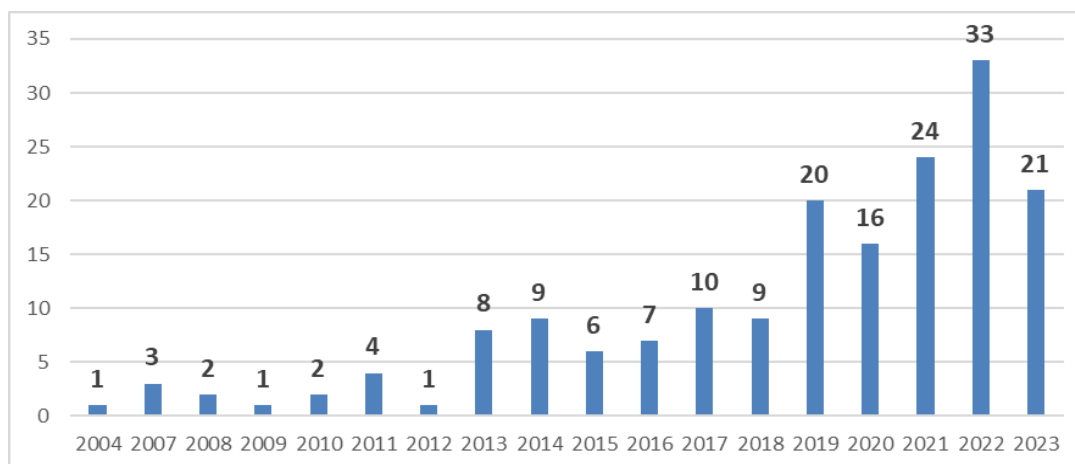
Por otro lado, la UNESCO proclama que el turismo sostenible debe ser ecológicamente sano y sostenible en el tiempo, además de social y éticamente ecuánime (Mantilla et al., 2016). Se puede evidenciar que tanto la Organización Mundial del Turismo como la UNESCO centran su preocupación en la preservación de los recursos medioambientales, los cuales son vitales para la conservación de la vida y de los ecosistemas, así como en la valorización de la identidad cultural de los destinos turísticos como factor distintivo y enriquecedor para los visitantes. En línea con estas aproximaciones, investigaciones recientes destacan que la sostenibilidad del turismo en los destinos está estrechamente asociada a modelos de gobernanza capaces de articular políticas públicas, gestión ambiental y desarrollo urbano, especialmente en territorios que no corresponden a grandes áreas metropolitanas (Epifani & Valente, 2023).

EL TURISMO COMO INSTRUMENTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La intencionalidad del turismo como elemento de desarrollo y visibilización de los destinos trae consigo la imperiosa acción de cuestionarse acerca del papel que se cumple en el entorno; el papel de la sociedad, de los recursos y su uso, del impacto y, con ello, de la sostenibilidad. De acuerdo con el glosario de términos de la OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios; bajo esta concepción, el turismo adquiere un carácter estratégico en la medida en que sus efectos trascienden el plano económico y se proyectan sobre la organización del territorio, la gestión de los recursos y la formulación de políticas públicas orientadas al desarrollo sostenible. Caracterizar un destino con el fin de convertirlo en un componente de la marca de una ciudad o territorio implica entonces valorar el entorno y sus componentes de tal manera que el impacto positivo de esta actividad apropie los resultados en beneficio de la comunidad que representa.

Este análisis también se respaldó a partir de un análisis bibliométrico basado en la consulta de artículos científicos publicados en la base de datos Scopus (2023), empleando la fórmula de búsqueda "TITLE-ABS-KEY (*sustainable+tourism+branding*) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar"))". A partir de este ejercicio se pudo establecer que existen 177 documentos que abordan temáticas relativas a la sostenibilidad del turismo y la construcción de marca de territorios, lo cual evidencia un interés creciente de la comunidad científica por analizar el turismo como herramienta para el desarrollo sostenible desde enfoques territoriales y de gobernanza. Entre las primeras publicaciones se destaca el trabajo de Hawkins (2004), quien se enfoca en cómo el turismo sostenible y la cadena de suministros de pequeños negocios pueden asociarse al patrimonio histórico de la comunidad, organizándolos en *clusters* de ventajas competitivas de enfoque. Este antecedente resulta relevante, ya que introduce tempranamente la idea de articulación entre desarrollo local, sostenibilidad y competitividad del destino, elementos que siguen siendo objeto de debate en la literatura actual.

Ilustración 1 – Publicaciones de artículos científicos en base de datos Scopus con formula de búsqueda *búsqueda "TITLE-ABS-KEY (sustainable+tourism+branding) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar"))"*



Fuente: Scopus (noviembre de 2023)

En la ilustración anterior se observa el creciente interés de la comunidad científica por esta temática, evidenciado en el incremento de las publicaciones, dado que el 64 % de las mismas se ha realizado en los últimos cinco años. Así mismo, la consulta permitió identificar que los países con mayor número de publicaciones son Reino Unido, Estados Unidos, China, Italia y España, mientras que en América Latina la producción científica continúa siendo limitada. Este comportamiento sugiere una brecha en la generación de conocimiento empírico desde contextos latinoamericanos, particularmente en lo relativo al análisis del turismo como instrumento de desarrollo sostenible en ciudades intermedias, lo cual refuerza la pertinencia de estudios comparativos como el presente. Investigaciones recientes publicadas en revistas indexadas destacan que el turismo sostenible puede fortalecer procesos de desarrollo territorial cuando se integra a sistemas de planificación, medición de impactos y políticas públicas coherentes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Miller & Torres-Delgado, 2023).

En la ilustración anterior se observa el creciente interés de la comunidad científica por esta temática, evidenciado en el incremento de las publicaciones, dado que el 64 % de las mismas se ha realizado en los últimos cinco años. Así mismo, la consulta permitió identificar que los países con mayor número de publicaciones son Reino Unido, Estados Unidos de América, China, Italia y España. En el caso de América Latina se resalta el caso de Perú con tres publicaciones. Esta distribución pone de manifiesto una concentración del conocimiento en economías desarrolladas y una menor producción desde contextos latinoamericanos, lo cual condiciona la comprensión de los procesos de turismo sostenible en territorios con estructuras institucionales, niveles de desarrollo y dinámicas urbanas diferentes, reforzando la necesidad de estudios empíricos situados en ciudades intermedias de la región.

En cuanto al número de publicaciones por autor se resaltan los trabajos realizados por Vujičić, quien ha desarrollado tres publicaciones relevantes. En uno de sus artículos, el autor advierte sobre los riesgos de emplear estrategias de marketing de destino asociadas a la comunicación del cambio climático, debido a que estos mensajes pueden superponerse, restando importancia a las alertas ambientales y generando divergencias en la coherencia del discurso del destino (Stankov et al., 2023). Este planteamiento resulta clave para los estudios de marketing de ciudad, ya que evidencia que la sostenibilidad no puede reducirse a un recurso narrativo, sino que exige coherencia entre las políticas públicas, las acciones

territoriales y los mensajes de promoción turística, especialmente en destinos que buscan posicionarse como sostenibles.

Por otra parte, Linares y Morales (2014) afirman que la relación y necesaria articulación entre crecimiento económico y conservación del medio ambiente ha pasado a ocupar espacios crecientes en los debates internacionales. El desarrollo de marca asociado a la construcción de imagen del destino dinamiza el ejercicio del marketing, a través del cual ambos elementos se relacionan para construir un uso del territorio que enmarque el desarrollo económico al cual apunta la sostenibilidad. En este sentido, Sidorenko y Garrido (2021) evidencian que el grado de conocimiento de las políticas de sostenibilidad medioambiental influye en la decisión de elección de un destino turístico. Estos aportes permiten comprender la marca de ciudad no solo como un instrumento comunicativo, sino como un dispositivo articulador entre políticas públicas, percepción del territorio y estrategias de desarrollo sostenible, en concordancia con planteamientos recientes sobre gestión sostenible de destinos urbanos (Ahn, 2022).

El principal dilema es equilibrar las prácticas turísticas generando el mínimo impacto ambiental, basado en principios de sostenibilidad que propendan por la conservación de áreas con valor histórico o natural (Kheyroddin et al., 2020). Para lograr esta transformación del turismo entendido meramente como producto hacia una lógica orientada al desarrollo local sostenible en el tiempo, se plantea el ejercicio comparativo entre las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México). Ambas ciudades mantienen elementos icónicos caracterizados y estudiados como productos turísticos por Middleton y Clarke (2012), los cuales, retomando a Kotler (2017), pueden analizarse desde los niveles de producto genérico, esperado y ampliado. Esta aproximación permite interpretar el turismo como un proceso de construcción territorial en el que la experiencia turística se vincula con la identidad urbana, la planificación del espacio y las expectativas generadas por el entorno, reforzando su papel como instrumento de desarrollo sostenible.

Tiempo atrás, las nominaciones de la UNESCO establecían procesos sencillos para la creación de marcas fuertes que protegieran y comercializaran de manera efectiva un destino (Bassols, 2018). Sin embargo, con el tiempo, el surgimiento de otros destinos con características similares hizo que estas estrategias, que en principio mostraron buenos resultados, resultaran insuficientes. Este escenario evidenció que la promoción por sí sola no garantiza la sostenibilidad ni la competitividad del destino, lo que llevó a la necesidad de trascender hacia enfoques más integrales que incorporaran nuevas herramientas de gestión territorial, participación de actores locales y coherencia con los principios del desarrollo sostenible. En consecuencia, dejó de ser suficiente atraer visitantes a partir de atributos tangibles ya conocidos, y se volvió necesario repensar el posicionamiento del destino desde su capacidad para generar valor económico, social y ambiental a largo plazo.

A partir de la popularización del concepto de desarrollo sostenible a finales de la década de los años ochenta, surge el turismo sostenible inicialmente como una alternativa al turismo de masas y, posteriormente, como un objetivo deseable para las distintas modalidades turísticas existentes, de acuerdo con Linares y Garrido (2014). En este marco, el vínculo entre economía y desarrollo, crecimiento y fortalecimiento territorial, se articula con la consolidación de productos turísticos que no solo buscan visibilidad, sino también permanencia y equilibrio en el tiempo. Desde la perspectiva de la Nueva Geografía Cultural, el territorio adquiere un valor simbólico y relacional, en el que el lugar se entiende como una construcción social cargada de significados que influye tanto en la experiencia turística como en las estrategias de marca y planificación urbana (Gallucci, del Valle & Lía, 2015).

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque de investigación aplicada, orientado al análisis de estrategias de marketing de ciudad y su contribución a la promoción del turismo sostenible, con el propósito de generar insumos analíticos transferibles para la toma de decisiones en el ámbito de la planificación territorial, la gestión turística y la política pública local. Este enfoque resulta pertinente en la medida en que el estudio no se limita a una descripción del fenómeno, sino que busca aportar criterios de análisis útiles para la gestión de destinos urbanos con vocación turística.

El estudio adopta un enfoque cualitativo de carácter interpretativo, con un diseño transversal y comparativo, que permitió analizar percepciones, experiencias y prácticas de actores vinculados a la cadena de valor del turismo sostenible. La elección de este enfoque responde a la complejidad del fenómeno estudiado, en el que confluyen dimensiones territoriales, institucionales, socioculturales y ambientales que requieren una comprensión profunda del contexto y de los significados atribuidos por los actores involucrados.

DISEÑO COMPARATIVO Y SELECCIÓN DE LOS CASOS DE ESTUDIO

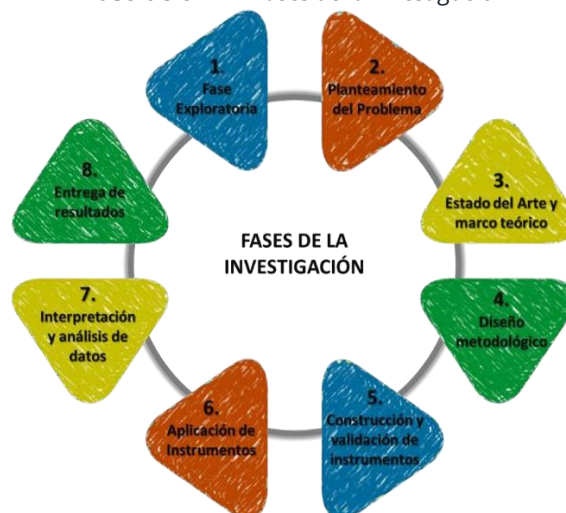
El diseño metodológico se estructuró como un estudio comparativo de casos, centrado en las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México). Ambas ciudades fueron seleccionadas por compartir características estructurales que permiten su comparación analítica, entre las que se destacan su condición de destinos turísticos emergentes, su carácter de ciudades portuarias, su alto dinamismo industrial y su creciente vocación turística apoyada en políticas públicas de desarrollo urbano y territorial.

Estas características las convierten en escenarios pertinentes para analizar cómo el marketing de ciudad se articula con el turismo sostenible en contextos urbanos intermedios, donde la acción del Estado, la inversión pública y la participación de actores locales desempeñan un papel central en la configuración y promoción del destino.

ESTRUCTURA METODOLÓGICA Y FASES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación fue desarrollada en ocho fases metodológicas, siguiendo el modelo propuesto por Salazar-Araujo (2021), el cual articula de manera progresiva la revisión conceptual, el análisis bibliométrico y el trabajo empírico cualitativo. Este modelo permitió garantizar la coherencia interna del proceso investigativo y la trazabilidad entre el planteamiento del problema, el diseño metodológico y el análisis de resultados.

Ilustración 2 – Fases de la investigación



Fuente: Adaptado de Salazar-Araujo (2021)

La primera fase tuvo un carácter exploratorio y se orientó a la revisión documental de fuentes secundarias, incluyendo artículos científicos indexados, informes de organismos multilaterales, documentos de política pública y estadísticas oficiales relacionadas con turismo sostenible, marketing de ciudad y desarrollo territorial. Esta revisión permitió identificar enfoques conceptuales dominantes, tendencias de investigación y vacíos de conocimiento, particularmente en relación con estudios empíricos en ciudades intermedias de América Latina.

De manera complementaria, se desarrolló un análisis bibliométrico a partir de la base de datos Scopus, con el objetivo de identificar patrones de producción científica, países con mayor volumen de publicaciones, autores relevantes y líneas de investigación emergentes. Los resultados de este análisis respaldaron la pertinencia del enfoque comparativo y aplicado del estudio.

En la segunda fase se realizó la sistematización del problema de investigación, a partir del análisis crítico de la literatura y de los antecedentes empíricos identificados. Como resultado de este proceso se formuló la siguiente pregunta de investigación:

¿cuáles son los elementos diferenciales del marketing de ciudad para la promoción del turismo sostenible en las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México)?

Esta pregunta orientó el diseño metodológico y permitió estructurar el estudio desde una lógica comparativa, enfocada en la identificación de similitudes, diferencias y oportunidades de mejora en ambos territorios.

Seguidamente, se procedió a la elaboración del estado del arte, el diseño metodológico y la construcción de los instrumentos de recolección de información. El instrumento principal fue un cuestionario abierto compuesto por cinco preguntas, orientadas a identificar:

- elementos diferenciadores del destino,
- iniciativas de promoción del turismo sostenible,
- principales fortalezas,
- oportunidades de mejora, y
- alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

El instrumento fue sometido a un proceso de validación por juicio de expertos, realizado por tres académicos con formación doctoral y experiencia en investigación cualitativa en ciencias sociales, lo cual permitió fortalecer su coherencia, pertinencia y claridad.

La recolección de información primaria se realizó mediante la técnica de grupos focales, complementada con el enfoque de indagación apreciativa, lo que permitió identificar tanto problemáticas como prácticas exitosas y potenciales de desarrollo. Se desarrollaron dos grupos focales, uno por cada ciudad, con un total de ocho informantes, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando criterios de conocimiento y vinculación directa con el sector turístico. Los participantes incluyeron académicos, funcionarios públicos y empresarios del sector, garantizando una visión integral desde la academia, la gestión pública y el ámbito productivo. Cada sesión tuvo una duración aproximada de dos horas y se realizó de manera virtual y sincrónica mediante la plataforma Microsoft Teams.

PROCESAMIENTO, ANÁLISIS CUALITATIVO Y RIGOR METODOLÓGICO

La información recolectada fue procesada mediante el software de análisis cualitativo NVivo, versión 14, lo que permitió realizar un proceso sistemático de codificación, categorización y análisis temático. Este procedimiento facilitó la comparación estructurada entre ambos casos y la identificación de patrones discursivos relevantes.

El análisis se desarrolló atendiendo criterios de rigor propios de la investigación cualitativa, tales como la coherencia analítica, la trazabilidad del proceso de codificación y la triangulación entre fuentes documentales y empíricas, fortaleciendo la consistencia de los resultados obtenidos.

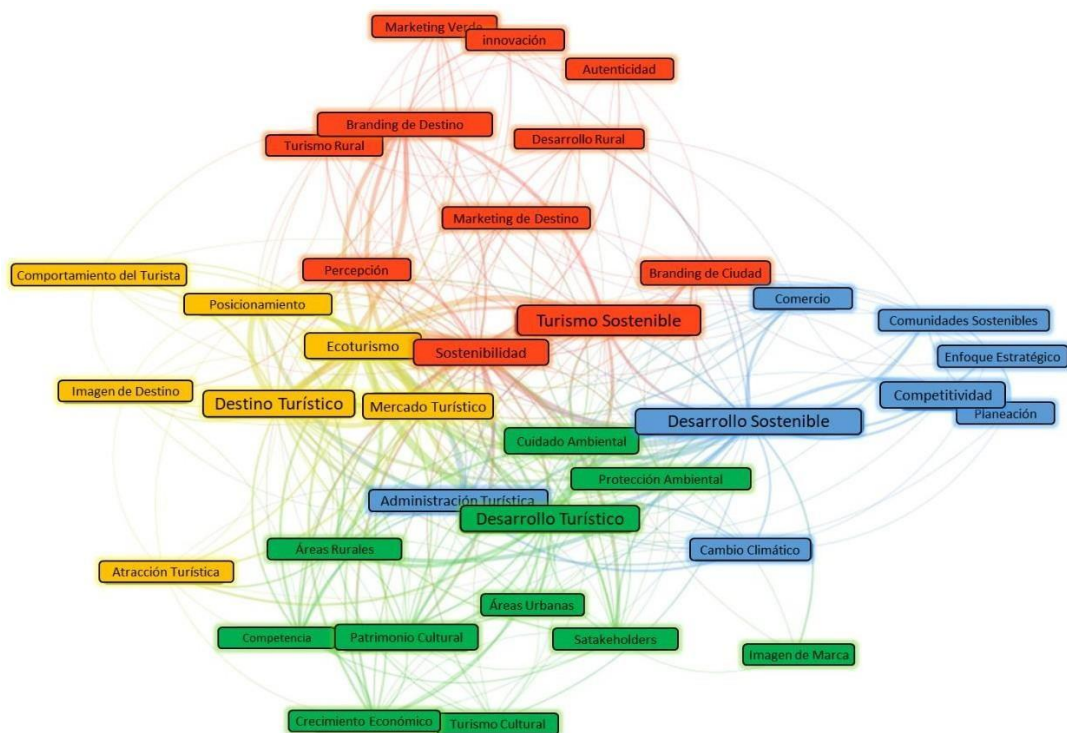
La fase final consistió en el análisis comparativo de los hallazgos, integrando los resultados empíricos con los referentes teóricos y el marco de sostenibilidad y desarrollo territorial. Este ejercicio permitió que los resultados respondieran de manera directa al objetivo del estudio, facilitando la interpretación comparada de las estrategias de marketing de ciudad y su contribución al turismo sostenible en Barranquilla y Nayarit, cuyos efectos se analizarán en la sección de resultados y discusión.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la fase inicial del estudio, partiendo de la revisión bibliográfica, se identificaron los conceptos clave asociados a la temática objeto de análisis. Para ello, se empleó la herramienta de análisis de datos VOSviewer, a partir de los 177 documentos recuperados de la base de datos Scopus, utilizando la fórmula de búsqueda "TITLE-ABS-KEY (sustainable+tourism+branding) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar"))". Este análisis permitió identificar las principales palabras clave, su recurrencia y relaciones, evidenciando cómo la producción científica reciente ha venido estructurando el debate en torno al turismo sostenible, el branding de destino y el desarrollo urbano.

Los resultados de este ejercicio muestran que la literatura contemporánea tiende a analizar el turismo sostenible en destinos urbanos desde enfoques integrados de gestión del destino, gobernanza y planificación territorial, especialmente en el caso de ciudades emergentes que buscan consolidar su posicionamiento turístico sin comprometer su sostenibilidad a largo plazo. Este hallazgo es consistente con estudios desarrollados en destinos urbanos emergentes de Asia y Europa, donde el marketing de ciudad se ha incorporado como una herramienta estratégica dentro de modelos más amplios de gestión sostenible del territorio (AlShaalan & Durugbo, 2024).

Ilustración 3 – Nube de conceptos clave en el área de turismo sostenible y marketing de ciudad



Fuente: Elaboración propia basado en la herramienta Vosviewer (2023)

En la ilustración anterior se observa la existencia de cuatro *clusters* de palabras relacionados con el branding de destino y el turismo sostenible. El primer *cluster* se articula alrededor del concepto de desarrollo sostenible, integrando variables como competitividad, administración turística, enfoque estratégico, planeación, comunidades sostenibles y cambio climático. El segundo *cluster* se centra en el turismo sostenible, relacionándolo con marketing verde, marketing de destino, innovación, autenticidad, branding de ciudad y desarrollo rural. El tercer *cluster* se organiza en torno al destino turístico, incorporando conceptos asociados a imagen de destino, ecoturismo, comportamiento del turista y posicionamiento, mientras que el cuarto *cluster* se vincula con el desarrollo turístico y la protección ambiental, tanto en áreas urbanas como rurales.

Esta configuración evidencia que la literatura científica aborda el turismo sostenible como un fenómeno multidimensional, en el que convergen aspectos ambientales, económicos, sociales y de gestión del territorio, y no como una práctica aislada del marketing o de la promoción turística. Resultados similares han sido reportados en análisis bibliométricos recientes sobre destinos emergentes en Asia y América Latina, donde se resalta la necesidad de articular sostenibilidad, identidad territorial y políticas públicas como ejes centrales del desarrollo turístico (Phung & Nguyen, 2023).

Tomando como base los términos clave obtenidos a partir del análisis bibliométrico, se procedió a realizar la indagación apreciativa mediante la técnica de grupo focal, con el objetivo de identificar los elementos distintivos que caracterizan la promoción de las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México) como destinos turísticos sostenibles. Este proceso permitió contrastar los enfoques conceptuales identificados en la literatura con las percepciones, experiencias y prácticas de los actores locales involucrados en la gestión y promoción turística de ambos territorios.

Los resultados del trabajo de campo evidencian que, tanto en Barranquilla como en Nayarit, la promoción del turismo sostenible se apoya en activos territoriales específicos, así como en estrategias impulsadas principalmente desde el sector público, especialmente en lo relacionado con planificación urbana, recuperación de espacios estratégicos y posicionamiento del destino. Este patrón es consistente con lo observado en otros destinos urbanos portuarios emergentes de Europa y África, donde el Estado actúa como agente articulador del turismo sostenible en etapas tempranas de consolidación del destino, orientando la narrativa de marca y la gestión territorial de forma integrada (OECD, 2024).

Seguidamente se solicitó a las informantes describir las iniciativas públicas o privadas que identifican en las ciudades de Barranquilla y Nayarit para posicionarlas como un destino turístico sostenible. De acuerdo con las respuestas obtenidas en el grupo focal realizado en la ciudad de Barranquilla, se observa que los esfuerzos provienen exclusivamente del sector público, resaltando primordialmente los esfuerzos que se hacen desde el gobierno local en la búsqueda y gestión de recursos para intervenir espacios que pueden convertirse en atractivos potenciales.

Dentro de estas iniciativas de atracción turística figuran el proyecto del Gran Malecón del Río, la recuperación de la Ciénaga de Mallorquín, las playas de Puerto Mocho y los tajamares de Bocas de Ceniza; así como la recuperación de zonas verdes y escenarios deportivos y culturales, orientada a abrir espacios que permitan atraer eventos culturales y deportivos a la ciudad de orden internacional. De acuerdo con los informantes, estas actuaciones no responden a intervenciones aisladas, sino a una estrategia deliberada de renovación urbana y promoción territorial, donde el espacio público y los activos ambientales se convierten en ejes centrales del marketing de ciudad. En este sentido, los informantes coinciden en señalar que la nueva Barranquilla muestra interesantes procesos de renovación urbana, explicados principalmente por la inversión pública y complementados por algunos aportes puntuales del sector privado, los cuales han contribuido a reconfigurar la imagen de la ciudad y a consolidar una nueva identidad urbana de cara al turismo.

En el caso de Nayarit, la situación es similar; los informantes identifican iniciativas de orden público que buscan implementar un modelo de desarrollo integral orientado a la sostenibilidad, el cual establece líneas de acción estratégicas en sectores priorizados, como el sector turismo, debido al gran potencial que tiene esta región para la práctica de actividades deportivas, culturales, turísticas y antropológicas. Sin embargo, los informantes resaltan que hay mucho por hacer, dado que los niveles de desarrollo de este sector son bastante limitados, lo que evidencia una brecha entre el potencial turístico identificado y el grado de consolidación efectiva de la actividad. En consecuencia, las acciones actualmente desarrolladas se centran en la búsqueda de alianzas con el sector privado y la sociedad civil para impulsar el turismo local, así como en la promoción y difusión de la oferta de productos turísticos de la ciudad y la atracción de inversionistas que puedan contribuir a la consolidación de esta actividad económica.

Seguidamente, se consultó a los informantes sobre las principales fortalezas para el desarrollo sostenible de la actividad turística en su ciudad. A este respecto, en el caso de Barranquilla, los entrevistados coinciden en señalar como principal fortaleza el contar con un Patrimonio Cultural de la Humanidad, reconocido por la UNESCO, como lo es el Carnaval de Barranquilla; no obstante, se resalta que aún no ha alcanzado su máximo potencial, pues es necesario proteger a los actores culturales para que puedan generar ingresos durante todo el año y, de manera paralela, buscar mecanismos para la protección de la identidad cultural del Caribe colombiano, la cual, según los informantes, se encuentra expuesta a

procesos de homogenización cultural. Otras fortalezas identificadas se relacionan con la oferta gastronómica existente en la ciudad, la transformación urbana al darle la cara al río, la infraestructura turística que se viene construyendo —como el Gran Malecón del Río, la Plaza de la Paz y la recuperación patrimonial—, en algunos casos impulsada por iniciativa privada, entre las cuales se resaltan íconos como la Ventana al Mundo y la Ventana de Campeones. Adicionalmente, se destaca el posicionamiento que tiene la ciudad como eje comercial del Caribe, condición que favorece la realización de turismo de negocios, ferias y congresos de orden nacional e internacional.

Para el caso de Nayarit, los informantes resaltan entre las principales fortalezas de la ciudad la existencia de empresas privadas que ofrecen paquetes turísticos a precios accesibles y con horarios extendidos, lo que facilita la oferta de visitas guiadas a los principales sitios de interés turístico y constituye una base operativa relevante para el fortalecimiento progresivo del turismo local.

Posteriormente se procedió a consultar a los informantes acerca de las oportunidades de mejora en las cuales deben trabajar las ciudades de Barranquilla y Nayarit para que sean identificadas como destino turístico sostenible. Tanto los entrevistados en Nayarit como en Barranquilla concuerdan en que el turismo sostenible no solo debe recaer sobre iniciativas del sector público; si bien el papel del Estado es reconocido como un pilar para la sostenibilidad y el desarrollo territorial, los informantes señalan la necesidad de involucrar activamente a otros grupos de interés a lo largo de la cadena de valor del sector turístico. En este sentido, se destaca la creación de ecosistemas empresariales y de gobernanza colaborativa que hagan del turismo una actividad sostenible y competitiva en el tiempo.

Para el caso puntual de Barranquilla, se resalta la importancia de crear una cultura ciudadana —tanto en residentes como en visitantes— orientada al manejo responsable de residuos y desechos; así como reforzar la seguridad para que el turista pueda disfrutar de los espacios sin preocupaciones. En el caso de Nayarit, los informantes destacan la mejora de la infraestructura urbana y turística como condición necesaria para aprovechar el potencial del destino y competir con otros lugares ya consolidados en México. Este conjunto de oportunidades coincide con la evidencia empírica en destinos emergentes que muestra que las alianzas público-privadas y los arreglos de gobernanza colaborativa son determinantes en fases tempranas de consolidación del turismo sostenible, al articular inversión, gestión y competitividad territorial (Krittayaruangroja et al., 2023).

Finalmente se consultó a los informantes cuáles objetivos de desarrollo sostenible identifican en la promoción turística de su ciudad. Para el caso de Barranquilla, los entrevistados destacan que, a través de la política pública, se está consolidando la protección de la biodiversidad, la recuperación y el cuidado de los activos naturales para su uso como escenarios turísticos; así como la siembra de árboles en parques y bosques urbanos impulsada por la administración municipal. Estos énfasis se asocian principalmente con (ODS 9) Industria, Innovación e Infraestructura, (ODS 11) Ciudades y Comunidades Sostenibles, (ODS 14) Vida Submarina y (ODS 15) Vida de ecosistemas terrestres.

Para el caso de Nayarit, los informantes identifican que, de acuerdo con los planes de desarrollo de la administración local, los ODS más visibles en la promoción turística son (ODS 8) Trabajo decente y crecimiento económico y (ODS 9) Industria, Innovación e Infraestructura. Esta priorización de ODS, observada desde la percepción de los actores locales, es consistente con estudios comparativos en destinos emergentes de Europa y Medio Oriente que evidencian cómo distintos modelos de partenariado público-privado orientan la promoción turística hacia conjuntos específicos de ODS en función del contexto

institucional y del estadio de madurez del destino (Sampieri & Mazzetto, 2025). [researchgate.net]

A continuación, la Tabla 1 sintetiza, mediante un cuadro comparativo, los principales hallazgos del estudio, integrando las oportunidades de mejora y la identificación de ODS en Barranquilla y Nayarit, en coherencia con el objetivo comparativo y la triangulación entre grupos focales, revisión documental y análisis bibliométrico.

Tabla 1 – Comparativo de los elementos de turismo sostenible identificados en las ciudades de Barranquilla y Nayarit

Elementos	Barranquilla	Nayarit
Distintivos	Carnaval Malecón del Río Eventos culturales, Deportivos y de Negocios	Playas para practica de surf y deportes náuticos. Escenarios naturales para Ecoturismo. Turismo cultural y religioso
Iniciativas para la promoción del turismo sostenible	Mayoritariamente de inversión pública	Exclusivamente de inversión pública
Fortalezas	Reconocimiento del Carnaval de Barranquilla como patrimonio cultural de la humanidad UNESCO Recuperación de escenarios naturales y parques. Infraestructura.	Paquetes turísticos con precios asequibles. Pueblos mágicos que complementan la oferta turística de la ciudad
Oportunidades de mejora	Sostenibilidad de los actores del carnaval. Seguridad. Aprovechamiento de las playas.	Fortalecimiento de la infraestructura turística. Atracción de inversionistas al sector turístico.
ODS que orienta la práctica del turismo sostenible	ODS 9 ODS 11 ODS 12 ODS 14 ODS 15	ODS 8 ODS 9

Fuente: Elaboración propia teniendo en cuenta respuestas de los participantes que hicieron parte de los grupos focales de esta investigación (2022)

Es importante señalar que las prácticas de turismo sostenible identificadas en las ciudades de Barranquilla (Colombia) y Nayarit (México) evidencian una alineación clara con un conjunto específico de Objetivos de Desarrollo Sostenible. En el caso de Barranquilla, los resultados muestran una vinculación directa con los ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), ODS 12 (Producción y consumo responsables), ODS 14 (Vida submarina) y ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres). Para el caso de Nayarit, las acciones y actividades reconocidas por los informantes se asocian principalmente con los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura).

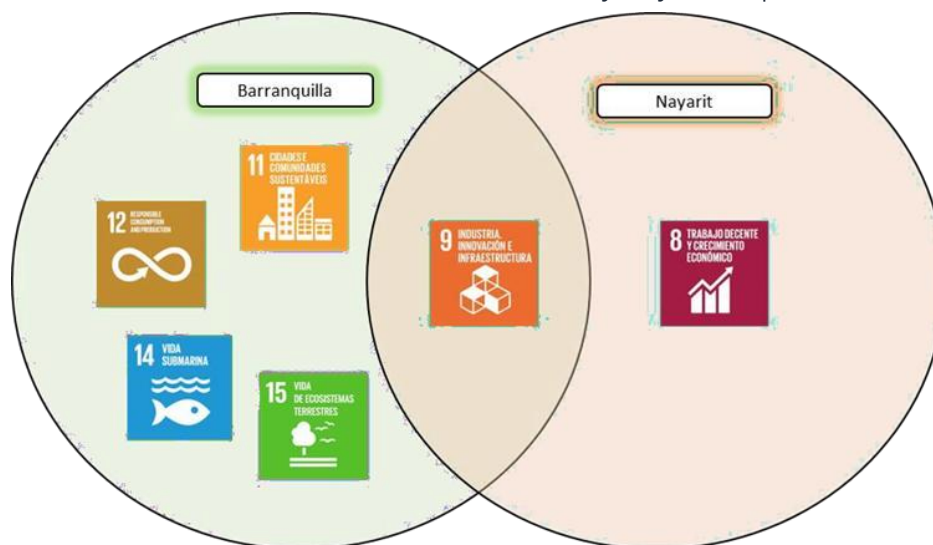
Esta distribución de ODS refleja que, en ambos destinos, el fortalecimiento de la infraestructura turística y urbana (ODS 9) constituye el eje articulador de las estrategias de promoción del turismo sostenible, al tiempo que se integra con el propósito de avanzar hacia ciudades y comunidades más sostenibles (ODS 11), objetivo que subyace de manera transversal en este tipo de investigaciones comparativas. De igual forma, los resultados permiten identificar una creciente relevancia de la producción y el consumo responsables (ODS 12), tanto desde la perspectiva de los actores que integran la cadena de valor del

turismo como desde el comportamiento esperado de los propios turistas, especialmente en relación con prácticas ambientales responsables y el uso adecuado del espacio público.

Adicionalmente, los impactos indirectos asociados a la protección de la biodiversidad marina y terrestre (ODS 14 y ODS 15) adquieren un papel relevante en la medida en que los activos naturales son concebidos como elementos estratégicos para el posicionamiento turístico sostenible de los destinos analizados. Esta forma de integración entre turismo, gestión urbana y conservación ambiental coincide con lo observado en estudios recientes sobre destinos urbanos emergentes en Europa y Asia, donde se señala que el turismo sostenible en ciudades intermedias contribuye de manera simultánea al desarrollo económico, la resiliencia urbana y la protección de los ecosistemas cuando se articula explícitamente con la Agenda 2030 (Artal-Tur & Badillo-Amador, 2024). [turismosos...iblerm.com]

Finalmente, la inclusión del ODS 8 resulta particularmente significativa en el caso de Nayarit, ya que los informantes resaltan que la promoción del turismo sostenible mediante inversión, capacitación y una gestión más articulada entre actores públicos y privados tiene efectos directos sobre la generación de empleo, el fortalecimiento del tejido productivo local y la mejora de la calidad de vida de las comunidades involucradas. En conjunto, estos hallazgos consolidan el turismo sostenible como un instrumento de desarrollo territorial en destinos emergentes, capaz de articular competitividad económica, sostenibilidad ambiental y cohesión social.

Ilustración 4. Objetivos de Desarrollo Sostenibles identificados en la estrategia de promoción de turismo sostenible en las ciudades de Nayarit y Barranquilla



Fuente: Elaboración propia (2023) a partir del análisis y conclusiones de la investigación

A pesar de los aportes realizados, este estudio presenta algunas limitaciones que es necesario reconocer. En primer lugar, el enfoque cualitativo y el uso de la técnica de grupos focales, si bien permitió obtener una comprensión profunda de las percepciones de actores clave del sector turístico en Barranquilla y Nayarit, limita la generalización de los resultados a otros contextos territoriales, especialmente a destinos con mayores niveles de madurez turística o con estructuras institucionales diferentes. En segundo lugar, el análisis se centró en la visión de actores vinculados a la gestión y promoción del turismo, sin incorporar de manera directa la percepción de los turistas ni de comunidades locales más amplias, lo cual abre la posibilidad de sesgos asociados a la posición institucional de los informantes.

A partir de estas limitaciones, surgen diversas líneas de investigación futuras. Por un lado, resulta pertinente avanzar hacia diseños metodológicos mixtos, que integren técnicas cuantitativas orientadas a medir el impacto del turismo sostenible sobre variables económicas, sociales y ambientales, complementando los hallazgos cualitativos obtenidos. Por otro, se identifican oportunidades para profundizar en estudios comparativos que incluyan un mayor número de ciudades emergentes, tanto en América Latina como en Europa, Asia y África, con el fin de analizar cómo distintos modelos de gobernanza, niveles de inversión pública y esquemas de alianzas público-privadas condicionan la alineación del turismo urbano con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Finalmente, futuras investigaciones podrían incorporar de forma explícita la dimensión de gobernanza multinivel y la participación ciudadana, así como el seguimiento longitudinal de los destinos, permitiendo evaluar la evolución de las estrategias de marketing de ciudad y su contribución efectiva a la sostenibilidad en el tiempo, tal como ha sido sugerido por estudios recientes sobre turismo urbano sostenible y destinos emergentes (Day, Morrison & Coca-Stefaniak, 2021).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez analizada y procesada la información obtenida por parte del grupo focal, partícipe de diferentes sectores turísticos tanto de la ciudad de Barranquilla (Colombia) como de Nayarit (México), se concluye que ambas ciudades cuentan con diversos ejes estratégicos que aportan al desarrollo del turismo, entre los que figuran la dimensión cultural, los negocios y la biodiversidad; sin embargo, a pesar de que existe inversión tanto pública como privada orientada al sector turístico en las ciudades objeto de estudio, se identifican oportunidades de mejora relevantes en materia de promoción y, especialmente, en el desarrollo y fortalecimiento de la marca de ciudad.

Se puede considerar que uno de los principales retos de estas ciudades es maximizar y articular sus esfuerzos institucionales y sectoriales para avanzar en un modelo de turismo que combine crecimiento económico, sostenibilidad ambiental y bienestar social, en coherencia con el propósito de “trabajar por el cuidado del medio ambiente y la tranquilidad de nuestra gente”, tal como se establece en el Plan de Desarrollo 2020–2023 de la ciudad de Barranquilla (Colombia). A partir de los resultados de esta investigación, se destacan los siguientes aspectos clave:

En el caso puntual de la ciudad de Barranquilla (Colombia), se evidencia que en los últimos años se ha avanzado de manera significativa en el posicionamiento de su marca ciudad, lo cual le ha permitido incrementar su visibilidad, crecimiento y atractivo turístico, especialmente como destino urbano emergente dentro del contexto del Caribe colombiano.

En Barranquilla (Colombia), se percibe una clara priorización por la optimización y el aprovechamiento de los recursos naturales como estrategia para impulsar el turismo de la ciudad, particularmente a través del cuidado y valorización del río Magdalena en el sector del Gran Malecón. Este proceso ha contribuido al aumento del número de visitantes y ha generado beneficios asociados al disfrute de espacios públicos amplios y de calidad, favoreciendo la recreación, el esparcimiento y la integración social de residentes y turistas.

Otro de los puntos a resaltar en la ciudad de Barranquilla (Colombia), en cuanto a las acciones implementadas para fortalecer su marca ciudad, es el proyecto de recuperación y revitalización de la Ciénaga de Mallorquín, el cual representa una transformación significativa del territorio orientada a la sostenibilidad de los ecosistemas y a la mejora de la calidad de vida de las comunidades del sector. La creación del Ecoparque Ciénaga de

Mallorquín se consolida así como una alternativa turística de valor, tanto para los barranquilleros como para los visitantes, al integrar paisaje natural, manglar, río y espacios de interacción social.

Por otro lado, desde una perspectiva holística y comparativa, se puede concluir que tanto la ciudad de Barranquilla (Colombia) como la ciudad de Nayarit (México) cuentan con elementos diferenciales que les permiten destacarse en términos de marketing de ciudad y turismo sostenible. Entre estos elementos se destacan, en ambas ciudades, las playas y la mejora progresiva de estos espacios para un mayor disfrute por parte de turistas y residentes. Adicionalmente, ambas han desarrollado escenarios naturales y culturales que enriquecen la experiencia turística, ampliando la oferta más allá de los enfoques tradicionales.

Para el caso de Barranquilla, el Malecón del Río y el Centro de Convenciones Puerta de Oro se han consolidado como escenarios estratégicos para el desarrollo de eventos empresariales, deportivos y culturales, lo que ha contribuido a fortalecer su posicionamiento como destino para negocios e iniciativas de alcance regional, nacional e internacional. En contraste, Nayarit dispone de escenarios propicios para la práctica del turismo deportivo, cultural y religioso, los cuales configuran una base relevante para su proyección como destino turístico emergente.

Asimismo, es pertinente mencionar que entre las principales fortalezas identificadas en las ciudades analizadas —de acuerdo con la información suministrada por el grupo focal— se encuentra el reconocimiento del Carnaval de Barranquilla como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, junto con la recuperación de espacios urbanos y su transformación en parques y escenarios naturales. En el caso de Nayarit, destacan los llamados pueblos mágicos, que complementan la oferta turística de la ciudad, sumados a paquetes turísticos asequibles ofrecidos por el sector privado. En cuanto a las iniciativas de promoción turística, los resultados permiten concluir que el crecimiento de ambas ciudades ha estado impulsado principalmente por el apoyo gubernamental, en especial en las fases iniciales de estructuración del destino.

Finalmente, entre las principales oportunidades de mejora identificadas, para la ciudad de Barranquilla se señala la necesidad de fortalecer las condiciones de seguridad y de optimizar el aprovechamiento turístico de las playas de municipios cercanos, como Puerto Colombia y otros municipios circunvecinos. Para el caso de Nayarit, resulta prioritario reforzar la infraestructura turística y promover una mayor inversión en atractivos y servicios, con el fin de posicionar a la ciudad como una opción turística más competitiva frente a destinos ya consolidados dentro del contexto nacional mexicano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahn, Y. J. (2022). City branding and sustainable destination management. *Sustainability*, 14(1), Article 9. <https://doi.org/10.3390/su14010009>
- Alcaldía de Barranquilla. (2020). *Plan de desarrollo 2020–2023: “Soy Barranquilla”*. <https://www.barranquilla.gov.co/planeacion/plan-de-desarrollo-barranquilla/2020-2023>
- Aldossary, M. J., Alqahtany, A. M., & Alshammari, M. S. (2025). Cultural heritage as a catalyst for sustainable urban regeneration: The case of Tarout Island, Saudi Arabia. *Sustainability*, 17(10), 4431. <https://doi.org/10.3390/su17104431>
- Araujo, E. J. S., Salazar-Melchán, J. A., Bermejo, B. R., & Del Río, J. J. T. (2020). Comportamiento del sector turístico colombiano durante la pandemia: ¿Lamentación o llamado a la acción? *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E36, 295–308.

- Artal-Tur, A., & Badillo-Amador, L. (2024). Systems of tourism sustainability indicators: A comparative analysis of the international, European, and Spanish proposals. *Smart Tourism*, 5(2), Article 2800. <https://doi.org/10.54517/st2800>
- Bassols Gardella, N., Ovalle Díaz, A. P., & Rodríguez Hernández, J. C. (2021). Preferencias de los turistas en hoteles y destinos: Una aproximación desde el análisis de contenido y los árboles de decisión. *Investigaciones Turísticas*, 22, 97–118. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.06>
- Becken, S. (2005). El papel de los íconos turísticos para el turismo sostenible. *Revista de Marketing Vacacional*, 11(1), 21–30.
- Day, J., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2021). Sustainable tourism in urban destinations. *International Journal of Tourism Cities*, 7(4), 881–886. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2021-290>
- Epifani, F., & Valente, D. (2023). Sustainable governance of tourism-based social-ecological landscapes. *Sustainability*, 15(22), 15967. <https://doi.org/10.3390/su152215967>
- Escobar-Farfán, M., Cervera-Taulet, A., & Schlesinger, W. (2024). Destination brand identity: Challenges, opportunities, and future research agenda. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2302803. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2302803>
- Estado de Nayarit. (2021). *Plan estatal de desarrollo 2021–2027*. https://seplan.gob.mx/Content/files/2021/01/3_ESQUEMA_GENERAL_PED_2017-2021.pdf
- Gallucci, S. S., & Del Valle Guerrero, A. L. (2015). Aporte teórico-conceptual al turismo como disciplina académica desde la patrimonialización del territorio. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(1), 145–156. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88133268011>
- Hawkins, D. E. (2004). Sustainable tourism competitiveness clusters: Application to World Heritage Sites network development in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(3), 293–307. <https://doi.org/10.1080/1094166042000290682>
- Kheyroddin, R., Rahsaz, S., & Kalmarzi, M. A. (2020). Ecological tourism development in mountainous regions and historical railway networks: Tehran–Mazandaran case. *Lucrările Seminarului Geografic "Dimitrie Cantemir"*, 48(2), 1–21.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2017). *Fundamentos de marketing* (13.^a ed.). Pearson.
- Krittayaruangroja, K., Suriyankietkaew, S., & Hallinger, P. (2023). Research on sustainability in community-based tourism: A bibliometric review and future directions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(9), 1031–1051. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2276477>
- Lavaredas, A., Campos, F., Feijó-Almeida, G. G., Dias, F., & Almeida, P. (2023). Sustainable development goals in tourism research: A bibliometric analysis and systematic review. *Discover Sustainability*, 4, Article 87. <https://doi.org/10.1007/s43621-023-00159-6>
- Linares, H. L., & Garrido, G. M. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local: Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453–466. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205003>
- Mantilla Valbuena, S. C., Velásquez, C., & Román Romero, R. (2016). *Desarrollo y turismo sostenible en el Caribe*. Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Maxim, C., Morrison, A. M., Day, J., & Coca-Stefaniak, J. A. (Eds.). (2024). *Handbook on sustainable urban tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781803926742>
- Middleton, V. T., & Clarke, J. R. (2012). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Routledge.
- Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2024). City branding and sustainable urban development. In C. Maxim, A. M. Morrison, J. Day, & J. A. Coca-Stefaniak (Eds.), *Handbook on sustainable urban tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781803926742>
- Municipio de Nayarit. (2021). *Plan municipal de desarrollo 2021–2024*. <https://www.municipiodelnayar.gob.mx/wp-content/uploads/2022/02/PMD-Del-Nayar-2021-2024-VFPO.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). *Objetivos de desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Tourism and the sustainable development goals – Journey*. UNWTO.
- República de Colombia – Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022*. <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>

- Sabino, M. R., Cabrita, M. R., Castro, M. S., Mendes, A., & Pinho, T. (2025). Building resilience in port cities: The role of open innovation and innovation ecosystems. *Discover Sustainability*, 6, 645. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01459-4>
- Shackley, M. (1998). *Visitor management: Case studies from World Heritage sites*. Butterworth-Heinemann.
- Sidorenko, P., & Garrido, P. (2021). Comunicación y publicidad del turismo sostenible en la construcción de la marca ciudad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 15–28.
- Stankov, U., Filimonau, V., Vujičić, M. D., Basarin, B., Carmer, A. B., Lazić, L., et al. (2023). Destination climate change communication. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 3874. <https://doi.org/10.3390/ijerph20053874>
- Stankov, U., Vujičić, M. D., & Carmer, A. B. (2024). Impacts of energy communities on tourism: Benefits and functions towards green transition. *Tourism Review*, 79(6), 1273–1289.

AUTHORS' CONTRIBUTIONS (CREDIT)

Conceptualization, DVT, ESLA, MPV, and JLR; methodology, ESLA; investigation, ESLA; writing—original draft preparation, ESLA; writing—review and editing, ESLA.

All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

FUNDING

This work was funded by Universidad Simón Bolívar (Colombia).

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

DATA AVAILABILITY STATEMENT

Data supporting the findings of this study are available upon reasonable request.

ETHICS STATEMENT

This study did not involve human participants or animals and therefore did not require ethical approval.

ACKNOWLEDGEMENTS

The authors declare no acknowledgements.