

LA INVESTIGACIÓN SOBRE COOPETICIÓN

Estado actual del conocimiento y sus implicaciones en los estudios turísticos

Adriana F. Chim-Miki
Fundación Capes - Ministerio de Educación
Brasília, Brasil

Rosa M. Batista-Canino
Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria - España

Este artículo presenta una síntesis de la evolución teórica del constructo coopetición y su reflejo en la investigación turística. El objetivo es analizar cómo se está conduciendo la construcción de un cuerpo de literatura en este tópico, particularmente aplicado al sector turístico, así como cuál es la agenda futura de investigación para este constructo. La metodología utilizada es una revisión teórica sistematizada apoyada en técnicas de bibliometría. La coopetición es la incorporación de la competencia en relaciones de cooperación generando la formación de redes interorganizativas que buscan beneficios mutuos. En turismo, estas redes generalmente están constituidas por múltiples empresas que cooperan para formar un mercado y compiten para el reparto del mismo. Los resultados de esta revisión teórica indican que la coopetición es un comportamiento intrínseco y natural al destino turístico. También indican que la trayectoria evolutiva de la investigación en coopetición posee similitud con el recorrido que ha pasado la construcción del paradigma de competencia-competitividad-competitividad turística. Así, lo que parece cada vez más claro es que la coopetición sigue una trayectoria hacia la coopetitividad, lo que supone la necesidad de crear modelos de medición de la capacidad de coopetición para los destinos turísticos. El artículo finaliza presentando una agenda futura de investigación para este concepto en el turismo, a fin de que se contribuya a formar un nuevo paradigma para el análisis de destinos turísticos que considere la perspectiva relacional como una importante fuente de ventaja competitiva.

PALABRAS CLAVE: Coopetición, destino turístico, redes interorganizativas, agenda de investigación.