

Glamping y competitividad hotelera en destinos de naturaleza, una revisión bibliográfica sobre estrategias de adaptación

Glamping and Hotel Competitiveness in Nature-Based Destinations: A Literature Review on Adaptation Strategies

Juliana Andrea Mercado Torres¹

juliana.mercado@uptc.edu.co

<https://orcid.org/0009-0003-6670-8327>

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Boyacá, Colombia

Resumen

El crecimiento del *glamping* ha ampliado la oferta de alojamiento en destinos de naturaleza y ha introducido atributos experienciales, ambientales y de servicio que pueden modificar los referentes de competencia dentro del sector hotelero. El objetivo de este estudio fue identificar los mecanismos y capacidades asociados con la respuesta de los establecimientos frente a estas transformaciones. Se realizó una revisión integrativa de la literatura con búsqueda sistematizada y síntesis temática comparativa, organizada en cuatro categorías: propuesta de valor y experiencia de alojamiento, sostenibilidad, transformación del entorno competitivo y capacidades estratégicas de adaptación hotelera. Los resultados muestran que el *glamping* se diferencia por la combinación de naturaleza, confort, servicio y experiencia, mientras que la adaptación hotelera se relaciona principalmente con innovación, digitalización, calidad, capacidades dinámicas, resiliencia y redes empresariales. La evidencia directa sobre los efectos del *glamping* en la hotelería tradicional sigue siendo limitada. Se concluye que su incidencia competitiva debe entenderse menos como un proceso automático de sustitución y más como una transformación de los atributos de valor y de las capacidades organizacionales requeridas para responder a nuevas expectativas del visitante.

Palabras clave: *glamping*; competitividad hotelera; adaptación estratégica; turismo de naturaleza; capacidades dinámicas; sostenibilidad.

Abstract

The growth of *glamping* has expanded the range of lodging options in nature-based destinations and introduced experiential, environmental, and service-related attributes that may alter the benchmarks of competition within the hotel sector. The objective of this study was to identify the mechanisms and capabilities associated with how establishments respond to these transformations. An integrative literature review was conducted using a systematic search and comparative thematic synthesis, organized into four categories: value proposition and lodging experience, sustainability, transformation of the competitive environment, and strategic capabilities

for hotel adaptation. The results show that glamping is distinguished by its combination of nature, comfort, service, and experience, while hotel adaptation is primarily related to innovation, digitalization, quality, dynamic capabilities, resilience, and business networks. Direct evidence on the effects of glamping on the traditional hotel industry remains limited. It is concluded that its competitive impact should be understood less as an automatic process of substitution and more as a transformation of the value attributes and organizational capabilities required to respond to new visitor expectations.

Keywords: glamping; hotel competitiveness; strategic adaptation; nature tourism; dynamic capabilities; sustainability.

1. Introducción

¿Qué ocurre cuando una modalidad de alojamiento deja de competir únicamente por precio, ubicación o infraestructura y comienza a hacerlo por la experiencia que ofrece? Esta cuestión resulta especialmente relevante en destinos de naturaleza, donde las decisiones del visitante están cada vez más vinculadas con la forma en que el hospedaje integra entorno, comodidad, servicio y actividades. En este escenario, el *glamping* introduce una propuesta que amplía las formas tradicionales de alojamiento.

Esta modalidad combina la permanencia en espacios naturales con condiciones de confort y servicios que la diferencian del camping convencional. Su propuesta de valor no depende exclusivamente de la infraestructura, sino de la manera en que el visitante experimenta el entorno durante su estancia. Brochado y Pereira (2017) encontraron que la calidad percibida comprende elementos tangibles, personal, contacto con la naturaleza, alimentación y actividades, dimensiones que actúan conjuntamente en la valoración del servicio.

La experiencia también ha sido examinada desde perspectivas centradas en la atmósfera y en las interacciones que se producen durante la estancia. Sun y Huang (2023) identificaron componentes físicos, situacionales y contextuales que intervienen en la construcción de la experiencia, mientras que Xiang et al. (2023) analizaron el flujo y la energía emocional generados en las interacciones. Estos hallazgos permiten entender el alojamiento en naturaleza como una experiencia compuesta por atributos funcionales, ambientales y relacionales.

El interés por esta transformación no se limita, sin embargo, a explicar las preferencias de los visitantes. La incorporación de nuevas modalidades amplía las posibilidades de elección y puede modificar los referentes mediante los cuales los turistas comparan diferentes establecimientos (Cortés Velásquez et al., 2026; Lemoine Quintero & Párraga Romero, 2024). En destinos donde la naturaleza constituye parte esencial del producto turístico, esta situación plantea una pregunta adicional: cómo responden los hoteles cuando la competencia comienza a incorporar atributos experienciales que tradicionalmente no ocupaban un lugar central en su propuesta de valor (Gómez Rodríguez et al., 2025).

La evidencia disponible sobre otras formas de alojamiento alternativo permite aproximarse a esta cuestión, aunque con cautela. Chang y Sokol (2022) encontraron que los hoteles pueden responder de manera diferente a la presencia de Airbnb según sus características y posicionamiento. Liu et al. (2023) mostraron que las estrategias también pueden involucrar la gestión de la relación con el cliente, mientras que González-Reverté et al. (2022) identificaron cambios en la percepción competitiva de los hoteleros.

Estos antecedentes son relevantes, pero no pueden trasladarse de forma automática al *glamping*. Airbnb y esta modalidad responden a estructuras empresariales y propuestas de experiencia diferentes. La primera se relaciona principalmente con el alojamiento compartido y la intermediación digital; la segunda articula naturaleza, confort y diferenciación experiencial. Por ello, la evidencia procedente de otros modelos debe entenderse como un referente para analizar posibles mecanismos de respuesta hotelera, no como demostración directa de los efectos del *glamping*.

La competitividad hotelera se entiende aquí como la capacidad de los establecimientos para sostener y fortalecer su posición frente a cambios en la demanda, la oferta y las condiciones del entorno. Desde esta perspectiva, la adaptación no consiste únicamente en modificar precios o incorporar nuevos servicios. También

supone reconocer transformaciones del mercado, reorganizar recursos y ajustar procesos, decisiones y propuestas de valor cuando las condiciones competitivas lo requieren.

La literatura hotelera ha identificado distintas capacidades asociadas con este proceso. Ruiz-Fernández et al. (2024) relacionaron las capacidades dinámicas con la innovación y la ventaja competitiva. Zaragoza-Sáez et al. (2024) analizaron el papel de la digitalización en la relación entre innovación y competitividad, mientras que Santa et al. (2023) estudiaron la interacción entre calidad, estrategia, innovación y desempeño, estos trabajos muestran que la adaptación tiene una dimensión organizacional que supera la incorporación aislada de novedades.

La capacidad de respuesta tampoco depende exclusivamente de factores internos. Seow et al. (2024) vincularon la resiliencia de las pequeñas y medianas empresas turísticas con la capacidad adaptativa, la colaboración en la cadena de suministro y la gestión estratégica de los recursos humanos. Rienda et al. (2024), por su parte, incorporaron las redes empresariales al análisis de la competitividad sostenible. De forma complementaria, Streimikiene et al. (2021) y Rodríguez-Díaz y Pulido-Fernández (2020) relacionaron sostenibilidad y competitividad turística.

Pese a estos avances, persiste una separación entre dos corrientes de investigación. Los estudios sobre *glamping* se concentran principalmente en experiencia, naturaleza, sostenibilidad y atributos diferenciadores; los trabajos sobre hotelería analizan con mayor frecuencia innovación, calidad, digitalización, resiliencia y capacidades organizacionales. Menos desarrollado permanece el vínculo entre ambas perspectivas: cómo los cambios en la oferta y en las expectativas del visitante pueden convertirse en presiones competitivas y qué capacidades median la respuesta de los establecimientos hoteleros.

A partir de esta brecha, la revisión se orienta por la siguiente pregunta: ¿qué mecanismos, capacidades organizacionales y condiciones del entorno identifica la literatura para comprender la adaptación competitiva en el sector hotelero frente al desarrollo del *glamping* en destinos de naturaleza? Por lo que, el objetivo identificar los factores que intervienen en esa adaptación y establecer relaciones entre experiencia diferenciada, calidad, innovación, digitalización, sostenibilidad, capacidades organizacionales y entorno competitivo.

La revisión busca, por tanto, superar una lectura aislada de ambas líneas de investigación. Más que asumir una competencia directa o un desplazamiento de la hotelería tradicional, interesa comprender qué transformaciones introduce esta modalidad en la manera de construir valor turístico y cómo esas transformaciones pueden relacionarse con las capacidades de respuesta de los establecimientos. Esta integración ofrece una base conceptual para examinar posteriormente las estrategias de adaptación hotelera en destinos donde naturaleza y experiencia adquieren un papel creciente.

2. Materiales y métodos

El estudio se desarrolló mediante una revisión de la literatura con búsqueda sistematizada y síntesis temática comparativa. Este diseño se consideró pertinente debido a la diversidad metodológica de las investigaciones relacionadas con el *glamping*, la competitividad hotelera y las capacidades de adaptación empresarial. La revisión integrativa permite examinar conjuntamente estudios con diferentes aproximaciones metodológicas y construir una comprensión articulada de fenómenos que han sido abordados desde perspectivas fragmentadas (Whittemore & Knafl, 2005; Snyder, 2019).

A diferencia de una revisión orientada a estimar un efecto agregado, el interés del estudio se centró en reconocer relaciones, convergencias, diferencias y vacíos entre dos campos de investigación: por una parte, los trabajos sobre *glamping*, experiencia y sostenibilidad; por otra, aquellos relacionados con competitividad hotelera, innovación y adaptación estratégica. Esta orientación permite utilizar la revisión como un procedimiento de integración conceptual y no únicamente como una descripción acumulativa de antecedentes (Torraco, 2005).

El proceso estuvo guiado por la siguiente pregunta: ¿qué mecanismos, capacidades organizacionales y condiciones del entorno identifica la literatura para comprender la adaptación competitiva de la hotelería frente al desarrollo del *glamping* en destinos de naturaleza? A partir de esta formulación se definieron los criterios de búsqueda, selección, extracción y análisis de la evidencia.

Para favorecer la transparencia y trazabilidad de la revisión se consideraron los lineamientos de PRISMA 2020 en las etapas de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión de los documentos (Page et al., 2021). Su utilización se concentró en la organización y reporte del proceso de búsqueda y selección, mientras que la integración de los hallazgos respondió a los principios propios de una revisión integrativa.

2.1. Estrategia de búsqueda y selección

La búsqueda documental se realizó en Scopus, SciELO, Redalyc y Dialnet, seleccionadas por su cobertura de publicaciones internacionales, iberoamericanas y latinoamericanas vinculadas con turismo, hospitalidad, administración y sostenibilidad. El intervalo de publicación considerado fue 2017–2026, periodo que permite integrar los primeros estudios contemporáneos sobre calidad y experiencia en *glamping* con investigaciones recientes sobre innovación, digitalización, sostenibilidad y capacidades competitivas de los establecimientos turísticos.

La estrategia se construyó a partir de tres núcleos conceptuales: modalidades de alojamiento, competitividad hotelera y adaptación estratégica. Para ampliar la recuperación de documentos se emplearon términos en español e inglés, entre ellos *glamping*, *luxury camping*, *alternative accommodation*, *nature accommodation*, *hotel competitiveness*, *hospitality*, *competitive advantage*, *strategic adaptation*, *dynamic capabilities*, *innovation*, *digitalization*, *resilience*, *sustainability* y *nature-based tourism*.

Los términos se combinaron mediante operadores booleanos AND y OR y fueron ajustados a las características de cada base de datos. Una de las estructuras generales utilizadas fue:

“glamping” OR “luxury camping” OR “alternative accommodation”) AND (“hotel*” OR “hospitality” OR “accommodation”) AND (“competit*” OR “strategic adaptation” OR “dynamic capabilit*” OR “innovation” OR “digitalization” OR “resilience”)

También se realizaron combinaciones complementarias orientadas a recuperar estudios sobre sostenibilidad y turismo de naturaleza cuando presentaban una relación explícita con la gestión del alojamiento, la competitividad o la adaptación empresarial. Esta ampliación buscó evitar que una delimitación excesivamente restrictiva excluyera investigaciones relevantes para comprender las condiciones territoriales y organizacionales del fenómeno.

La selección se realizó mediante criterios previamente definidos. Se incluyeron estudios que abordaran directamente el *glamping*, su propuesta de valor, experiencia, sostenibilidad u operación; investigaciones sobre competitividad y adaptación en establecimientos hoteleros; trabajos sobre innovación, digitalización, capacidades dinámicas o resiliencia en empresas turísticas; y estudios sobre alojamientos alternativos cuando permitieran analizar respuestas de la hotelería frente a transformaciones del mercado.

Se excluyeron publicaciones centradas exclusivamente en camping convencional, investigaciones generales sobre turismo sin relación identificable con alojamiento o competitividad, documentos cuyo contenido fuera únicamente tangencial al objeto de estudio y fuentes cuya procedencia académica no pudiera establecerse. Los trabajos sobre Airbnb y alojamiento compartido fueron incluidos únicamente cuando examinaban sus efectos sobre establecimientos hoteleros o las estrategias desarrolladas por estos frente a nuevas formas de alojamiento.

Esta última distinción fue particularmente importante para el análisis. Los estudios específicamente centrados en *glamping* fueron considerados evidencia directa, mientras que las investigaciones sobre Airbnb, home sharing u otras modalidades alternativas se utilizaron como evidencia indirecta o analógica. Sus resultados permitieron identificar mecanismos de respuesta competitiva, pero no fueron interpretados como evidencia directa de los efectos del *glamping* sobre la hotelería.

El proceso documental siguió una secuencia de identificación, depuración, cribado por título y resumen, evaluación del texto completo y selección final. Los documentos duplicados fueron retirados antes del cribado y posteriormente se examinó la correspondencia de cada trabajo con la pregunta de investigación y los criterios establecidos. La Tabla 1 resume las fases empleadas para organizar este procedimiento.

Tabla 1

Etapas del proceso de búsqueda y selección documental

Etapas	Procedimiento
Identificación	Recuperación de registros en Scopus, SciELO, Redalyc y Dialnet mediante las ecuaciones definidas
Depuración	Eliminación de registros duplicados
Cribado	Revisión de títulos y resúmenes según pertinencia temática
Elegibilidad	Lectura de textos completos y aplicación de criterios de inclusión y exclusión
Inclusión	Incorporación de los estudios pertinentes al corpus de análisis
Clasificación	Diferenciación entre evidencia directa, indirecta y contextual

Nota. El procedimiento se estructuró considerando las etapas de identificación, cribado, elegibilidad e inclusión propuestas para el reporte transparente de revisiones de literatura.

2.2. Extracción y evaluación de la evidencia

La información de los documentos seleccionados se organizó mediante una matriz de extracción diseñada para conservar la trazabilidad entre las características de cada estudio y su utilización posterior en el análisis. Para cada publicación se registraron autoría, año, país o contexto, objetivo, enfoque metodológico, población o unidad de análisis, fuente de datos, principales hallazgos, contribución al problema de investigación y categoría temática.

La matriz incorporó además información relacionada con el tipo de evidencia, la relación directa o indirecta con el fenómeno estudiado, las capacidades estratégicas identificadas y las principales limitaciones metodológicas. Esta clasificación permitió diferenciar los resultados obtenidos directamente en investigaciones sobre *glamping* de aquellos procedentes de estudios sobre competitividad hotelera o modalidades alternativas de alojamiento.

La calidad metodológica fue considerada de forma independiente de la trazabilidad bibliográfica. La presencia de DOI, indexación o disponibilidad en repositorios se utilizó para comprobar la identificación y procedencia de los documentos, pero no como indicador de rigor científico. Para valorar estudios con diferentes diseños metodológicos se adoptaron criterios compatibles con el *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT), herramienta diseñada para la evaluación de investigaciones cualitativas, cuantitativas y mixtas dentro de una misma revisión (Hong et al., 2018).

La evaluación consideró la correspondencia entre pregunta, diseño y procedimiento metodológico; la pertinencia de las unidades de análisis; la claridad de la recolección o procedencia de los datos; la adecuación de las técnicas de análisis; y la consistencia entre resultados y conclusiones. Su propósito fue reconocer diferencias en la solidez de la evidencia y orientar su interpretación, evitando atribuir el mismo peso analítico a estudios con alcances metodológicos distintos.

Los trabajos académicos no publicados en revistas arbitradas se utilizaron principalmente cuando aportaban información contextual o territorial difícilmente disponible en otras fuentes. En estos casos, su contribución se interpretó atendiendo a su alcance y no como evidencia equivalente a la proveniente de investigaciones publicadas en revistas científicas.

2.3. Análisis y síntesis

El corpus fue analizado mediante una síntesis temática comparativa, desarrollada en tres momentos. Inicialmente se identificaron y codificaron los hallazgos relacionados con experiencia, calidad, sostenibilidad, competencia, innovación, digitalización, capacidades dinámicas, resiliencia y adaptación. Posteriormente se compararon estos códigos para identificar coincidencias, diferencias y relaciones entre los estudios. Finalmente, los patrones recurrentes fueron integrados en categorías analíticas vinculadas con la pregunta de investigación.

La construcción de las categorías siguió una lógica híbrida. Algunas dimensiones procedían de los conceptos establecidos inicialmente en el problema de investigación, mientras que otras fueron precisadas durante la lectura y comparación de los documentos. Este procedimiento permitió evitar una clasificación exclusivamente predeterminada y, al mismo tiempo, conservar una estructura analítica coherente con el propósito de la revisión.

El análisis condujo a cuatro categorías integradoras: propuesta de valor y experiencia de alojamiento, sostenibilidad, transformación del entorno competitivo y capacidades estratégicas de adaptación hotelera. Estas categorías estructuran la presentación posterior de los resultados y permiten relacionar los atributos que caracterizan al *glamping* con las condiciones y capacidades que la literatura asocia con la respuesta competitiva de los establecimientos hoteleros.

La primera categoría reúne los trabajos sobre calidad percibida, comodidad, contacto con la naturaleza, interacción y construcción de experiencias. La segunda integra estudios que relacionan alojamiento, sostenibilidad ambiental, viabilidad económica y desarrollo territorial. La tercera comprende investigaciones sobre cambios en las condiciones competitivas y respuestas de la hotelería frente a modalidades alternativas. La cuarta articula innovación, digitalización, calidad, capacidades dinámicas, resiliencia, recursos organizacionales y redes empresariales.

Durante la interpretación se mantuvo diferenciada la evidencia directa de la evidencia indirecta. Los resultados procedentes de investigaciones sobre Airbnb y otras formas de alojamiento alternativo se utilizaron para reconocer posibles mecanismos de adaptación hotelera, como reposicionamiento, fortalecimiento del servicio, gestión de la relación con el cliente o innovación. No obstante, estos mecanismos no fueron atribuidos automáticamente al desarrollo del *glamping*.

La heterogeneidad de diseños, unidades de análisis y procedimientos metodológicos hizo inapropiada una combinación estadística de los resultados. En consecuencia, la integración se concentró en establecer convergencias, divergencias, relaciones y vacíos de conocimiento. Esta estrategia permitió vincular los atributos de la experiencia de alojamiento con sostenibilidad, transformación competitiva y capacidades organizacionales, manteniendo como criterio central la fuerza y el alcance de la evidencia disponible.

3. Resultados

La síntesis temática quedó conformada por 24 artículos científicos directamente vinculados con las categorías analíticas del estudio. La evidencia presentó una distribución desigual: 11 trabajos abordaron de manera directa el *glamping*; cuatro analizaron respuestas hoteleras frente a otras modalidades alternativas de alojamiento y fueron tratados como evidencia indirecta; y nueve aportaron evidencia contextual sobre sostenibilidad, competitividad o capacidades organizacionales. Esta composición permitió diferenciar los hallazgos específicos del fenómeno de aquellos utilizados para comprender su entorno competitivo.

Tabla 2
Distribución de los estudios incluidos según categoría analítica y tipo de evidencia

Categoría analítica	Evidencia directa	Evidencia indirecta	Evidencia contextual	Total	%
Propuesta de valor y experiencia	8	0	0	8	33.3
Sostenibilidad	3	0	2	5	20.8
Transformación del entorno competitivo	0	4	0	4	16.7
Capacidades estratégicas de adaptación	0	0	7	7	29.2
Total	11	4	9	24	100.0

Nota. La evidencia directa corresponde a estudios específicamente centrados en *glamping*; la evidencia indirecta procede de investigaciones sobre alojamiento compartido y otras modalidades alternativas que examinan respuestas hoteleras; la evidencia contextual reúne estudios sobre sostenibilidad, competitividad y capacidades empresariales aplicables al sector hotelero y turístico.

La Tabla 2 muestra que el 45.8 % de los artículos analizados proporcionó evidencia directa sobre *glamping*, mientras que el 16.7 % correspondió a evidencia indirecta y el 37.5 % a estudios contextuales. La categoría con mayor número de trabajos fue propuesta de valor y experiencia de alojamiento, seguida por capacidades estratégicas de adaptación. La menor representación se encontró en los estudios destinados a examinar directamente cambios en el entorno competitivo.

3.1. Propuesta de valor y experiencia de alojamiento

Los ocho estudios agrupados en esta categoría examinaron atributos de servicio, calidad experiencial, interacción, atmósfera, emociones y percepción de valor. Brochado y Pereira (2017) identificaron cinco componentes recurrentes en la evaluación del servicio: elementos tangibles, personal, contacto con la naturaleza, alimentación y actividades. Sun y Huang (2023) incorporaron dimensiones físicas, situacionales y contextuales, mientras Xiang et al. (2023) identificaron experiencias de flujo y energía emocional vinculadas con las interacciones desarrolladas durante la estancia.

Angelini (2023) registró situaciones de insatisfacción cuando las condiciones operativas del alojamiento no respondían a las expectativas asociadas con lujo, naturaleza y sostenibilidad. Pop et al. (2024), por su parte, identificaron al *glamping* como una modalidad relacionada con diversificación de la oferta y cambios en las preferencias de los visitantes. Ambos trabajos incorporaron elementos operativos y de gestión a los resultados centrados inicialmente en la experiencia.

Los estudios recientes ampliaron estas dimensiones. Hanafiah et al. (2025), mediante una encuesta transversal aplicada a 453 turistas y analizada con PLS-SEM, encontraron relaciones significativas entre calidad experiencial, valor percibido, imagen del destino, satisfacción e intención de revisita. También reportaron que la calidad del entorno físico no incidió significativamente sobre el valor emocional y que la calidad de la interacción no tuvo efecto significativo sobre el valor funcional.

Zheng y Cham (2025) analizaron 14,201 reseñas correspondientes a 20 establecimientos en China mediante técnicas de aprendizaje automático. El análisis identificó ocho temas principales: naturaleza, servicio, familia y educación, alojamiento, alimentación, interacción, instalaciones y emociones. Craig (2025), en una revisión de estudios publicados entre 2013 y 2024, encontró diversidad en las definiciones utilizadas para caracterizar el fenómeno, aunque registró coincidencia en la presencia de comodidades y servicios diferenciados respecto del camping tradicional.

A partir de los resultados de esta categoría se identificaron cuatro grupos de atributos recurrentes, resumidos en la Tabla 3.

Tabla 3

Dimensiones identificadas en los estudios sobre propuesta de valor y experiencia

Dimensión	Elementos reportados con mayor frecuencia	Estudios representativos
Física	Alojamiento, instalaciones, comodidad, entorno natural	Brochado & Pereira (2017); Sun & Huang (2023); Zheng & Cham (2025)
Experiencial	Atmósfera, actividades, flujo, emociones, satisfacción	Sun & Huang (2023); Xiang et al. (2023); Hanafiah et al. (2025)
Relacional	Atención del personal, interacción y contacto social	Brochado & Pereira (2017); Xiang et al. (2023); Zheng & Cham (2025)
Operativa	Servicio, alimentación, consistencia de la oferta y funcionamiento	Angelini (2023); Brochado & Pereira (2017); Zheng & Cham (2025)

Nota: elaboración propia

3.2. Sostenibilidad

Cinco artículos se concentraron principalmente en sostenibilidad. Tres abordaron directamente proyectos o establecimientos de *glamping*, mientras dos examinaron competitividad turística y sostenibilidad desde una perspectiva más amplia. Dashchuk et al. (2024) relacionaron esta modalidad con el desarrollo turístico de áreas protegidas y con la gestión de recursos naturales. Delgado-Orellana et al. (2024) incluyeron dimensiones asociadas con conservación, desarrollo local y participación comunitaria.

Bouziy y Kapiki (2025) incorporaron la viabilidad financiera junto con los componentes ambientales y sociales. En los estudios de alcance turístico general, Streimikiene et al. (2021) identificaron relaciones entre desarrollo turístico sostenible y competitividad, mientras Rodríguez-Díaz y Pulido-Fernández (2020) examinaron la sostenibilidad como factor vinculado con la competitividad de los destinos.

Los resultados permitieron agrupar los contenidos de esta categoría en tres dimensiones: ambiental, económico-empresarial y territorial-social.

Tabla 4

Dimensiones de sostenibilidad identificadas en los estudios revisados

Dimensión	Aspectos registrados
Ambiental	Conservación, uso de recursos naturales, protección de áreas naturales
Económico-empresarial	Viabilidad financiera, continuidad de proyectos y competitividad
Territorial-social	Desarrollo local, participación comunitaria y articulación con el destino

Nota: elaboración propia

La evidencia examinada presentó mayor presencia de estudios orientados a conservación y desarrollo sostenible que de investigaciones destinadas a medir simultáneamente resultados ambientales, sociales y económicos a nivel del establecimiento.

3.3. Transformación del entorno competitivo

Los cuatro artículos incluidos en esta categoría analizaron respuestas hoteleras frente a Airbnb o alojamiento compartido. No se identificó dentro de este grupo evidencia empírica equivalente que midiera directamente la respuesta de hoteles ante la expansión del *glamping*. En consecuencia, los resultados de esta categoría corresponden a evidencia indirecta sobre comportamiento competitivo de establecimientos tradicionales.

Chang y Sokol (2022) encontraron diferencias en las respuestas hoteleras según las características de los establecimientos. Los hoteles de menor calidad mostraron mayor tendencia a responder mediante precio, mientras que otros establecimientos recurrieron a inversiones en servicio y reposicionamiento. Farronato y

Fradkin (2022) identificaron efectos de la entrada de alojamiento entre pares sobre precios y capacidad, especialmente durante periodos de elevada demanda.

Liu et al. (2023) encontraron efectos asociados con la gestión de reseñas y la respuesta a los huéspedes en mercados expuestos al alojamiento compartido. González-Reverté et al. (2023) registraron percepciones hoteleras relacionadas con competencia y reposicionamiento frente a Airbnb.

Los resultados de estos cuatro trabajos se concentraron en tres tipos de respuesta: ajustes comerciales, fortalecimiento del servicio y de la relación con el cliente y reposicionamiento estratégico. La evidencia de esta categoría se diferenció de los estudios directamente centrados en *glamping* durante toda la síntesis.

3.4. Capacidades estratégicas de adaptación hotelera

Siete artículos integraron la categoría de capacidades estratégicas. Anning-Dorson y Nyamekye (2020) relacionaron innovación y flexibilidad con ventaja competitiva en empresas de hospitalidad. Ruiz-Fernández et al. (2026) examinaron las capacidades dinámicas como antecedentes de innovación y ventaja competitiva hotelera. Santa et al. (2025) estudiaron las relaciones entre calidad, estrategia, innovación y desempeño.

Zaragoza-Sáez et al. (2024), a partir de 322 hoteles españoles, encontraron que la digitalización desempeña un papel mediador entre determinadas formas de innovación y competitividad. Este resultado diferenció la incorporación de innovaciones de la capacidad organizacional para traducirlas en resultados competitivos.

Seow et al. (2024) relacionaron resiliencia empresarial con capacidad adaptativa, colaboración en la cadena de suministro y gestión estratégica de recursos humanos. Rienda et al. (2024) incorporaron resiliencia y vínculos empresariales dentro del análisis de competitividad sostenible. Ambos trabajos situaron parte de la capacidad de respuesta en recursos y relaciones organizacionales que exceden las decisiones comerciales inmediatas.

Chasapi et al. (2024) estudiaron 502 empresas de hospitalidad en Grecia. Los resultados mostraron efectos positivos del capital financiero y tecnológico sobre capacidades dinámicas asociadas con aprovechamiento del mercado y ajuste operativo. El capital social presentó un efecto negativo en una de estas capacidades y ausencia de efecto significativo en la otra.

La síntesis de los siete artículos permitió agrupar las capacidades identificadas en cinco conjuntos.

Tabla 5

Capacidades estratégicas identificadas en la literatura hotelera y de hospitalidad

Grupo de capacidades	Componentes observados	Principales referencias
Organizacionales	Flexibilidad, capacidades dinámicas, resiliencia y agilidad	Anning-Dorson & Nyamekye (2020); Ruiz-Fernández et al. (2026); Seow et al. (2024); Chasapi et al. (2024)
Operativas	Calidad, gestión del servicio y recursos humanos	Santa et al. (2025); Seow et al. (2024)
Tecnológicas	Digitalización y capital tecnológico	Zaragoza-Sáez et al. (2024); Chasapi et al. (2024)
Relacionales	Redes, colaboración y vínculos empresariales	Rienda et al. (2024); Seow et al. (2024)
Innovadoras	Innovación de procesos, servicios y oferta	Anning-Dorson & Nyamekye (2020); Ruiz-Fernández et al. (2026); Zaragoza-Sáez et al. (2024)

Nota: elaboración propia

En términos de distribución, la revisión registró una concentración de evidencia directa en los estudios sobre experiencia y sostenibilidad del *glamping*. Por el contrario, los estudios sobre transformación competitiva se

apoyaron principalmente en evidencia indirecta, mientras que las capacidades de adaptación estuvieron sustentadas por investigaciones realizadas en hotelería y empresas de hospitalidad. Esta distribución constituye el patrón documental que articula las cuatro categorías examinadas.

4. Discusión

Los resultados permiten sostener que la relación entre *glamping* y competitividad hotelera no puede explicarse únicamente como una competencia directa entre modalidades de alojamiento. La evidencia revisada muestra un fenómeno más amplio: mientras el *glamping* ha consolidado una propuesta de valor sustentada en naturaleza, confort, servicio y experiencia, la literatura hotelera ha identificado capacidades organizacionales que permiten responder a transformaciones en las preferencias de los visitantes y en la estructura del mercado. El punto de conexión entre ambas corrientes se encuentra, por tanto, en la manera en que cambian los atributos utilizados para construir y percibir valor en destinos de naturaleza.

Esta interpretación se sustenta inicialmente en los estudios centrados en la experiencia. Brochado y Pereira (2017) mostraron que la valoración del *glamping* integra elementos tangibles, atención del personal, actividades, alimentación y contacto con la naturaleza. Sun y Huang (2023) ampliaron esta perspectiva al incorporar dimensiones físicas, situacionales y contextuales, mientras Xiang et al. (2023) evidenciaron la presencia de componentes emocionales y relacionales. Los resultados más recientes mantienen esta orientación. Hanafiah et al. (2025) relacionan la calidad experiencial con valor percibido, satisfacción e intención de revisita, y Zheng y Cham (2025) identifican una estructura multidimensional en la que convergen naturaleza, alojamiento, servicio, alimentación, interacción e instalaciones.

La convergencia entre estos trabajos permite entender que la diferenciación no procede de un atributo aislado. Tampoco parece suficiente disponer de infraestructura singular en un entorno natural. Angelini (2023) aporta un contraste importante al mostrar que la combinación de lujo, naturaleza y sostenibilidad puede producir insatisfacción cuando la experiencia ofrecida no corresponde con las expectativas generadas. Este resultado introduce una condición esencial: la diferenciación requiere coherencia entre la promesa de valor y la capacidad operativa para materializarla. Así, los atributos experienciales adquieren relevancia competitiva cuando están respaldados por calidad y consistencia en la prestación del servicio.

Esta lectura coincide con Craig (2025), quien identifica un crecimiento sostenido de la investigación sobre *glamping*, pero también persistencia de diferencias conceptuales y metodológicas dentro del campo. La concentración de estudios en la experiencia del visitante contrasta con una menor atención a la operación empresarial y a las relaciones competitivas que pueden producirse en los destinos. El vacío no radica entonces en desconocer qué caracteriza esta modalidad, sino en comprender con mayor precisión cómo esos atributos pueden afectar las condiciones bajo las cuales otros establecimientos construyen su propia propuesta de valor.

Desde esta perspectiva, el efecto competitivo potencial no tendría que manifestarse necesariamente mediante sustitución directa (Villegas González & Román-Acosta, 2025; Moreno et al. 2025). Un visitante que valora contacto con la naturaleza, personalización, experiencias memorables o integración con el territorio puede incorporar esos atributos como nuevos referentes para comparar alternativas de alojamiento. La transformación competitiva puede producirse, por tanto, a través de los criterios utilizados para evaluar valor, incluso cuando los hoteles y los establecimientos de *glamping* no atienden exactamente los mismos segmentos de demanda. Esta interpretación amplía la discusión más allá de una relación basada exclusivamente en participación de mercado o precio.

La evidencia procedente de Airbnb y alojamiento compartido permite contrastar este argumento, aunque sus alcances deben mantenerse diferenciados. Chang y Sokol (2022), Farronato y Fradkin (2022), Liu et al. (2023) y González-Reverté et al. (2023) muestran que la entrada de modalidades alternativas puede generar respuestas relacionadas con precios, calidad del servicio, reputación, relación con el cliente y posicionamiento. Sin

embargo, estos estudios también evidencian que las respuestas varían según las características del establecimiento, su nivel de calidad y las condiciones del mercado. No existe, en consecuencia, una estrategia única frente a la transformación de la oferta.

La diferencia entre ambos fenómenos resulta relevante. Buena parte de la discusión sobre Airbnb se ha desarrollado alrededor de capacidad adicional, intermediación digital, precios y sustitución de oferta. En el *glamping*, por el contrario, los estudios revisados enfatizan atributos experienciales, naturaleza, confort y sostenibilidad. Por ello, los mecanismos observados en el alojamiento compartido pueden servir como referencia para comprender la adaptación de los establecimientos tradicionales, pero no deben trasladarse como efectos equivalentes. La evidencia indirecta identifica posibilidades de respuesta; no demuestra que esas mismas respuestas sean consecuencia del crecimiento del *glamping*.

La sostenibilidad introduce una segunda dimensión de diferenciación. Los estudios de Dashchuk et al. (2024), Delgado-Orellana et al. (2024), Palencia Buelvas et al. (2025) y Bouzis y Kapiki (2025) permiten observar que este concepto comprende simultáneamente conservación ambiental, viabilidad económica y relaciones con comunidades y territorios. En destinos de naturaleza, esa articulación adquiere particular relevancia porque el recurso ambiental forma parte de la experiencia ofrecida y, al mismo tiempo, condiciona la continuidad de la actividad turística. La sostenibilidad deja así de funcionar únicamente como atributo promocional y pasa a involucrar decisiones operativas, financieras y territoriales.

Los trabajos de Streimikiene et al. (2021) y Rodríguez-Díaz y Pulido-Fernández (2020) refuerzan la relación entre sostenibilidad y competitividad desde una perspectiva más amplia del destino. Sin embargo, los resultados de la presente revisión no permiten asumir una relación automática entre ambas variables a nivel empresarial. La conservación ambiental, por sí sola, no garantiza ventajas competitivas, del mismo modo que una estrategia comercial ambientalmente atractiva no garantiza viabilidad financiera. Una de las principales limitaciones de la evidencia disponible reside precisamente en la escasez de estudios capaces de examinar simultáneamente resultados ambientales, económicos, sociales y competitivos en establecimientos concretos.

La literatura hotelera aporta elementos para comprender cómo las organizaciones pueden responder ante estas transformaciones. Anning-Dorson y Nyamekye (2020), Ruiz-Fernández et al. (2026) y Chasapi et al. (2024) sitúan la flexibilidad, las capacidades dinámicas y la agilidad entre los recursos que permiten ajustar procesos y aprovechar cambios del entorno. Desde esta perspectiva, la adaptación no consiste solamente en reaccionar ante un competidor, sino en reconocer cambios relevantes, movilizar recursos disponibles y modificar la propuesta de valor cuando las condiciones lo requieren.

Los resultados también muestran que estas capacidades no actúan de manera aislada ni producen efectos uniformes. Zaragoza-Sáez et al. (2024) encontraron que la innovación no se traduce automáticamente en una mayor competitividad hotelera y que la digitalización interviene como mecanismo capaz de facilitar esa relación. Chasapi et al. (2024), por su parte, evidenciaron efectos diferentes entre recursos financieros, tecnológicos y sociales sobre capacidades asociadas con agilidad empresarial. Estas diferencias cuestionan una lectura lineal según la cual disponer de más recursos o innovar con mayor frecuencia conduciría necesariamente a mejores resultados competitivos.

Algo similar ocurre con la calidad. Santa et al. (2025) relacionan calidad, estrategia, innovación y desempeño dentro del sector hotelero, mientras los estudios sobre *glamping* muestran que una propuesta experiencial puede perder valor cuando la operación no responde a las expectativas creadas. La coincidencia entre ambas corrientes permite identificar la calidad como un mecanismo de enlace entre diferenciación y desempeño: las innovaciones o atributos distintivos requieren procesos operativos capaces de mantener consistencia en la experiencia entregada.

La resiliencia y las relaciones empresariales amplían esta explicación. Seow et al. (2024) vinculan capacidad adaptativa, colaboración en la cadena de suministro y gestión de recursos humanos con resiliencia empresarial,

mientras Rienda et al. (2024) destacan el papel de las redes en la competitividad sostenible. Estos hallazgos resultan especialmente pertinentes para establecimientos pequeños e independientes, cuyos recursos internos pueden ser más limitados. En estos casos, la capacidad de adaptación puede depender también del acceso a conocimiento, proveedores, instituciones, comunidades y otros actores del destino.

A partir de estas relaciones, la adaptación competitiva puede organizarse conceptualmente como una secuencia de cuatro momentos. Primero, se producen transformaciones en la oferta y en los atributos valorados por los visitantes. Segundo, esas transformaciones son reconocidas por los establecimientos como señales o presiones competitivas. Tercero, la organización moviliza capacidades organizacionales, operativas, tecnológicas, relacionales e innovadoras. Finalmente, esas capacidades se traducen en respuestas como diferenciación, mejora del servicio, digitalización, reposicionamiento, innovación experiencial o articulación territorial. La evidencia revisada respalda los componentes de esta secuencia, aunque todavía no permite establecer relaciones causales entre todos ellos.

Esta integración constituye la principal contribución conceptual de la revisión. Los estudios sobre *glamping* explican con mayor desarrollo qué atributos estructuran una experiencia diferenciada; la literatura hotelera permite comprender qué capacidades intervienen cuando una organización enfrenta transformaciones competitivas. El vínculo entre ambas corrientes sugiere que la respuesta hotelera no necesariamente consiste en reproducir el formato del *glamping*. La adaptación puede orientarse hacia aquellos atributos que han adquirido mayor relevancia para el visitante y que sean compatibles con los recursos, posicionamiento y características del establecimiento.

En términos gerenciales, esta distinción resulta importante. Incorporar una experiencia vinculada con naturaleza no implica necesariamente transformar un hotel en una modalidad diferente. Puede significar revisar el diseño de servicios, fortalecer relaciones con actividades del destino, mejorar personalización, utilizar herramientas digitales, desarrollar prácticas sostenibles o construir alianzas locales. La respuesta dependerá del segmento atendido y de las capacidades disponibles; por ello, una estrategia basada simplemente en imitación podría resultar poco coherente con el posicionamiento del establecimiento.

La revisión presenta también limitaciones que delimitan el alcance de estas interpretaciones. La evidencia directamente orientada a estudiar la relación entre crecimiento del *glamping* y respuesta hotelera continúa siendo reducida, lo que obligó a recurrir a investigaciones sobre otras formas de alojamiento como evidencia analógica. La heterogeneidad de diseños, países y unidades de análisis dificulta establecer comparaciones equivalentes. A ello se suma la concentración de determinados estudios en mercados o contextos específicos y la presencia desigual de investigaciones sobre operación empresarial frente a aquellas centradas en consumidores.

Estas limitaciones permiten precisar futuras líneas de investigación. Resultan necesarios estudios comparativos entre hoteles y establecimientos de *glamping* ubicados en un mismo destino, análisis longitudinales que observen modificaciones de estrategias a lo largo del tiempo y trabajos que examinen directamente la percepción de propietarios y administradores hoteleros. También sería pertinente comparar hoteles independientes y cadenas, establecimientos con diferentes niveles de calidad y destinos con distintos grados de consolidación de esta modalidad.

La evidencia revisada permite desplazar la discusión desde la pregunta de si el *glamping* sustituye a la hotelería hacia un problema más amplio: cómo los cambios en la forma de producir y valorar experiencias de alojamiento pueden modificar las condiciones de competencia y qué capacidades permiten responder a ellos. El fenómeno adquiere así relevancia no únicamente como nueva modalidad de hospedaje, sino como expresión de transformaciones en las expectativas del visitante y en las formas mediante las cuales los establecimientos buscan sostener su posición competitiva en destinos de naturaleza.

5. Conclusiones

La revisión permitió establecer que el *glamping* se establece como una modalidad de alojamiento diferenciada por la combinación de naturaleza, confort, servicio y experiencia. Su valor no reside únicamente en la infraestructura o en la localización, sino en la integración coherente de atributos físicos, relacionales, emocionales y operativos. Esta característica modifica los criterios con los que los visitantes evalúan las alternativas de hospedaje en destinos de naturaleza.

La evidencia disponible no permite afirmar que el crecimiento del *glamping* desplace de manera generalizada a la hotelería tradicional. Los estudios directamente orientados a medir esta relación siguen siendo escasos. En consecuencia, la principal aportación de la revisión consiste en identificar un cambio más amplio en las condiciones de competencia: la incorporación de atributos experienciales, ambientales y de personalización puede modificar las expectativas del visitante y obligar a los establecimientos hoteleros a revisar la forma en que construyen y comunican su propuesta de valor.

La adaptación hotelera aparece asociada con un conjunto de capacidades que actúan de manera complementaria. Entre ellas destacan la innovación, la digitalización, la calidad del servicio, las capacidades dinámicas, la flexibilidad, la resiliencia, las redes empresariales y la colaboración. La evidencia analizada muestra, además, que ninguna de estas capacidades garantiza por sí sola mejores resultados competitivos. Su efectividad depende de la forma en que se articulan con los recursos internos, el posicionamiento del establecimiento y las condiciones del destino.

La sostenibilidad también ocupa una posición relevante, aunque no puede reducirse a la dimensión ambiental. Los estudios revisados muestran componentes económicos, sociales y territoriales que condicionan la viabilidad de los proyectos y su relación con los destinos de naturaleza. Su contribución competitiva depende, por tanto, de la capacidad de integrarla en la operación, la experiencia ofrecida y las relaciones con actores del territorio.

El principal vacío identificado se encuentra en la limitada evidencia empírica que conecte directamente expansión del *glamping* y respuesta estratégica hotelera. Futuras investigaciones deberían comparar establecimientos que operen en un mismo destino, examinar diferencias entre hoteles independientes y cadenas y desarrollar estudios longitudinales sobre cambios en posicionamiento, servicio e innovación. En este contexto, la adaptación no implica imitar nuevas modalidades de hospedaje, sino reconocer transformaciones en la demanda y movilizar capacidades capaces de responder de manera coherente a ellas.

6. Referencias bibliográficas

- Angelini, A. (2023). Luxury tourism in sustainable accommodation—What can compromise the tourist experience? An analysis of glamping in Italy. *Sinergie Italian Journal of Management*, 41(1), 21–39. <https://doi.org/10.7433/S120.2023.02>
- Anning-Dorson, T., & Nyamekye, M. B. (2020). Be flexible: Turning innovativeness into competitive advantage in hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 605–624. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>
- Bouzis, S., & Kapiki, S. T. (2025). Sustainable glamping in Greece: Evaluating viability and proposing a strategic business plan. *Journal on Tourism & Sustainability*, 8(1), 7–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16318808>
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17(1), 77–83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.005>

- Chang, H.-H., & Sokol, D. D. (2022). How incumbents respond to competition from innovative disruptors in the sharing economy—The impact of Airbnb on hotel performance. *Strategic Management Journal*, 43(3), 425–446. <https://doi.org/10.1002/smj.3201>
- Chasapi, P., Pateli, A. G., Mylonas, N., & Kourouthanassis, P. E. (2024). The impact of organizational resources on organizational agility in hospitality industry: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Tourism Research*, 26(5), e2779. <https://doi.org/10.1002/jtr.2779>
- Cortés Velásquez, L. X., Meza Navarro, Y. J., Camargo Trigos, M. F., & Palmera Quintero, L. M. (2026). Desarrollo de un aplicativo web para la publicación y gestión de habitaciones en el sector hotelero. *Revista Multidisciplinaria Voces de América y el Caribe*, 3(2), 265–287. <https://doi.org/10.69821/REMUVAC.v3i2.375>
- Craig, C. A. (2025). Glamping: A review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 49, Article 100858. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2025.100858>
- Dashchuk, Y., Matviichuk, L., & Zubekhina, T. (2024). Glamping as a tool for sustainable tourism development of protected areas: Ukraine's experience. *Sport i Turystyka. Środkowoeuropejskie Czasopismo Naukowe*, 7(3), 113–132. <https://doi.org/10.16926/sit.2024.03.07>
- Delgado-Orellana, F. F., Esquivel, W. D., & Ortega-Castro, J. C. (2024). Estrategias para el desarrollo sostenible de proyectos de glamping para una finca agroturística en el austro ecuatoriano. *MQRInvestigar*, 8(2), 2879–2892. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.2.2024.2879-2892>
- Farronato, C., & Fradkin, A. (2022). The welfare effects of peer entry: The case of Airbnb and the accommodation industry. *American Economic Review*, 112(6), 1782–1817. <https://doi.org/10.1257/aer.20180260>
- Gómez Rodríguez, D. T., Barbosa Pérez, E. M., & Martínez Ramírez, C. D. (2025). Las áreas metropolitanas de Colombia: Motores del desarrollo económico y fuentes cruciales de oportunidades de empleo. *Revista Multidisciplinaria Voces de América y el Caribe*, 2(1), 352–369. <https://doi.org/10.69821/REMUVAC.v2i1.174>
- González-Reverté, F., Gomis-López, J. M., & Díaz-Luque, P. (2023). Airbnb as a hotel competitor in touristified cities: Perceptions among upscale hoteliers in Barcelona. *Tourism Geographies*, 25(4), 1204–1223. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2131898>
- Hanafiah, M. H., Wan Nur Amirah, Muhammad Aliff Asyraff, Md Zain, N. A., & Hussein, A. S. (2025). Glamping tourism: Unpacking ecotourists' experiential quality, perceived value and behavioural intention. *Journal of Ecotourism*, 24(4), 401–423. <https://doi.org/10.1080/14724049.2024.2447953>
- Hong, Q. N., Fàbregues, S., Bartlett, G., Boardman, F., Cargo, M., Dagenais, P., Gagnon, M. P., Griffiths, F., Nicolau, B., O'Cathain, A., Rousseau, M. C., Vedel, I., & Pluye, P. (2018). The Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT) version 2018 for information professionals and researchers. *Education for Information*, 34(4), 285–291. <https://doi.org/10.3233/EFI-180221>
- Lemoine Quintero, F. A., & Párraga Romero, S. A. (2024). El marketing de fidelización y su contribución a la calidad del servicio gastronómico. *Revista Multidisciplinaria Voces de América y el Caribe*, 1(1), 103–126. <https://doi.org/10.69821/REMUVAC.v1i1.7>
- Liu, J., Xie, K., Chen, W., Liu, Y., & Sun, Y. (2023). How incumbents beat disruption? Evidence from hotel responses to home sharing. *Production and Operations Management*, 32(9), 2758–2774. <https://doi.org/10.1111/poms.14005>
- Páez Moreno, Á. E., Román-Acosta, D., & Rodríguez Torres, E. (2025). Design of an attitude scale to measure transformational marketing. *Management (Montevideo)*, 3, Article 245. <https://doi.org/10.62486/agma2025245>

- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, Article n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Palencia Buelvas, R. Y., Díaz Herrera, Y. J., & Román-Acosta, D. (2025). Assertive communication and human talent management to strengthen the digital organizational climate. *Diginomics*, 4, Article 179. <https://doi.org/10.56294/digi2025179>
- Pop, A.-M., Marian-Potra, A.-C., Hognogi, G.-G., & Puiu, V. (2024). Glamping tourism as a sustainable response to the need to reinvigorate domestic tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, Article 100803. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100803>
- Rienda, L., Ruiz-Fernández, L., & Andreu, R. (2024). Internationalization and sustainable hotel competitiveness: Resilience and network ties to increase tourism sustainability. *Sustainability*, 16(8), Article 3267. <https://doi.org/10.3390/su16083267>
- Rodríguez-Díaz, B., & Pulido-Fernández, J. I. (2020). Sustainability as a key factor in tourism competitiveness: A global analysis. *Sustainability*, 12(1), Article 51. <https://doi.org/10.3390/su12010051>
- Ruiz-Fernández, L., Marco-Lajara, B., Seva-Larrosa, P., & Martínez-Falcó, J. (2026). Dynamic capabilities driving hotel innovations and competitive advantage: The moderating effect of hotel chain affiliation. *Tourism and Hospitality Research*, 26(1), 3–13. <https://doi.org/10.1177/14673584241268671>
- Santa, R., Rodríguez Victoria, O. E., & Tegethoff, T. M. (2025). The role of quality in the hotel sector: The interplay between strategy, innovation and outsourcing to achieve performance. *The TQM Journal*, 37(1), 199–221. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2023-0016>
- Seow, A. N., Choong, Y. O., Low, M. P., Ismail, N. H., & Choong, C. K. (2024). Building tourism SMEs' business resilience through adaptive capability, supply chain collaboration and strategic human resource. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 32(2), Article e12564. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12564>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Sun, T., & Huang, T. (2023). Research of glamping tourism based on the aesthetics of atmosphere. *Sustainability*, 15(1), Article 581. <https://doi.org/10.3390/su15010581>
- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356–367. <https://doi.org/10.1177/1534484305278283>
- Villegas González, C. V., & Román-Acosta, D. (Eds.). (2025). *Sustainable manage transformation: Leadership, organization: Intelligence, and sustaina in the postmodern era (English version)*. South American Publishing. <https://doi.org/10.62486/978-9915-9851-7-6>
- Whittemore, R., & Knafl, K. (2005). The integrative review: Updated methodology. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546–553. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x>
- Xiang, K., Yang, C., Qiao, G., & Li, W. (2023). Glamping: An exploration of emotional energy and flow experiences in interaction rituals. *Tourism Management Perspectives*, 48, Article 101149. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101149>



- Zaragoza-Sáez, P., Marco-Lajara, B., Úbeda-García, M., & Manresa-Marhuenda, E. (2024). Exploratory and co-exploratory innovation: The mediating role of digitalization on competitiveness in the hotel industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 199, Article 123069. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123069>
- Zheng, L., & Cham, T.-H. (2025). Exploring customer experiences and sentiments in Chinese glamping realities: A machine learning approach. *Tourism and Hospitality Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/14673584251376633>