

## Innovación y creación de valor en el emprendimiento turístico

### *Innovation and Value Creation in Tourism Entrepreneurship*

**Narcisa Brusela Vásquez Farfán\***

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Santa Elena - Ecuador  
nvasquez@upse.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0002-7065-4216>

**Edinson Patricio Palacios Trujillo**

Universidad Estatal Península de Santa Elena  
Santa Elena - Ecuador  
epalacios@upse.edu.ec  
<https://orcid.org/0000-0001-7696-2722>

**Byron Daniel Erazo Rodríguez**

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Riobamba - Ecuador  
erazodaniel97@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0001-3339-9017>

**\*Correspondencia:**

nvasquez@upse.edu.ec

**Cómo citar este artículo:**

Vásquez, N., Palacios, E., & Erazo, B. (2026). Innovación y creación de valor en el emprendimiento turístico. *Perspectivas Sociales y Administrativas*, 4(1), 125-135. <https://doi.org/10.61347/psa.v4i1.135>

**Recibido:** 6 de enero de 2026

**Proceso de evaluación:**

9 de enero al 16 de febrero de 2026

**Aceptado:** 19 de febrero de 2026

**Publicado:** 26 de febrero de 2026

**Copyright:** Derechos de autor 2026 Narcisa Brusela Vásquez Farfán, Edinson Patricio Palacios Trujillo, Byron Daniel Erazo Rodríguez.



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NonComercial 4.0.

**Resumen:** El desarrollo de tecnologías digitales ha transformado la creación de valor en diversos sectores, incluido el turismo. Este estudio analizó dinámicas de innovación y mecanismos de creación de valor en emprendimientos turísticos, considerando factores internos y externos que afectan competitividad y sostenibilidad. Adoptó un enfoque cualitativo, con diseño no experimental y corte transversal, mediante un análisis documental de 14 fuentes publicadas entre 2010 y 2026, seleccionadas por relevancia temática y cobertura de variables como innovación, digitalización y sostenibilidad. Se aplicó un método analítico-sintético y una matriz de categorización para identificar tipologías de innovación tecnológica, social, de procesos y marketing, evaluando la creación de valor en dimensiones económica, social y ambiental. Los resultados evidenciaron que la innovación depende de factores internos, como competencias digitales y gestión tecnológica, y externos, como conectividad, redes de colaboración y contexto postpandemia. La digitalización se consolidó como motor estratégico, facilitando la personalización de servicios, la eficiencia operativa y la generación de valor integral. Sin embargo, se identificaron brechas estructurales y de gestión, incluyendo fragmentación del sector, resistencia al cambio y limitada cooperación interinstitucional, que dificultan la adopción de innovaciones sostenibles. El estudio concluye que fortalecer la digitalización, fomentar la colaboración en ecosistemas turísticos y capacitar a emprendedores en gestión estratégica son acciones clave para potenciar la resiliencia sectorial. Se recomienda abordar la innovación de manera multidimensional e investigar la relación entre digitalización, innovación abierta y cooperación interinstitucional en distintos tipos de emprendimientos turísticos, especialmente microempresas y destinos rurales, para garantizar competitividad y desarrollo territorial sostenible.

**Palabras clave:** Competitividad, creación de valor, Ecuador, emprendimiento turístico, innovación.

**Abstract:** The development of digital technologies has transformed value creation across various sectors, including tourism. This study analyzed innovation dynamics and value creation mechanisms in tourism ventures, considering internal and external factors that affect competitiveness and sustainability. A qualitative approach was adopted, with a non-experimental, cross-sectional design, through a documentary analysis of 14 sources published between 2010 and 2026, selected for thematic relevance and coverage of variables such as innovation, digitalization, and sustainability. An analytical-synthetic method and a categorization matrix were applied to identify types of technological, social, process, and marketing innovation, while evaluating value creation in economic, social, and environmental dimensions. Results showed that innovation depends on internal factors, such as digital competencies and technological management, and external factors, including connectivity, collaboration networks, and the post-pandemic context. Digitalization emerged as a strategic driver, facilitating service personalization, operational efficiency, and comprehensive value creation. However, structural and managerial gaps were identified, including sector fragmentation, resistance to change, and limited inter-institutional cooperation, which hinder the adoption of sustainable innovations. The study concludes that strengthening digitalization, promoting collaboration within tourism ecosystems, and training entrepreneurs in strategic management are key actions to enhance sectoral resilience. It is recommended to approach innovation multidimensionally and to investigate the relationship between digitalization, open innovation, and inter-institutional collaboration across different types of tourism ventures, especially microenterprises and rural destinations, to ensure competitiveness and sustainable territorial development.

**Keywords:** Competitiveness, Ecuador, innovation, tourism entrepreneurship, value creation.

## 1. Introducción

El turismo y el emprendimiento se desarrollan en un entorno global dinámico y desafiante, marcado por cambios estructurales y tecnológicos. Según Sharma et al. (2024), las secuelas de la pandemia, las tensiones geopolíticas y la irrupción de tecnologías emergentes han transformado la dinámica del sector. Este contexto ha impulsado la transición del “sobreturismo” al “subturismo”, resaltando la necesidad de estrategias resilientes y flexibles que permitan a los emprendedores adaptarse a nuevas condiciones del mercado.

Para Falter & Jóhannesson (2023), la innovación en turismo, aunque académicamente compleja y centrada en la generación de valor, es percibida por los emprendedores rurales como “hacer cosas existentes de manera diferente”, siendo pocos los que la asocian directamente con lo digital en la práctica.

La evolución de la demanda hacia experiencias auténticas y simbólicas ha llevado a los emprendimientos a adoptar innovación y herramientas digitales para personalizar sus servicios (Varotsis, 2022). En este marco, la innovación abierta se consolida como estrategia esencial para adaptarse a preferencias cambiantes y a los retos del mercado global (Correia et al., 2024).

Desde una perspectiva social, Li et al. (2022) destacan que el turismo cultural y el emprendimiento social actúan como motores del desarrollo local, generando beneficios económicos y promoviendo la inclusión social y la sostenibilidad ambiental. La aceleración de la digitalización tras la pandemia ha impulsado el emprendimiento digital y la expansión de las industrias creativas.

Para Pinhal (2025), el enfoque social de la innovación abierta promueve la co-creación con residentes y turistas para generar servicios inclusivos y sostenibles. Este modelo fomenta una cultura organizacional basada en el empoderamiento del empleado y la confianza entre actores, facilitando experiencias auténticas con valor simbólico; sin embargo, su éxito requiere gestionar la complejidad de interacciones humanas y asimetrías de poder locales.

La innovación se consolida así como un motor estratégico para la competitividad y sostenibilidad del sector, promoviendo modelos de negocio orientados a la creación de valor económico, social y experiencial (Sharma et al., 2024; Varotsis, 2022). No obstante, los emprendimientos turísticos enfrentan limitaciones estructurales que condicionan su desempeño.

El estudio de Kipinski et al. (2025) señala que la baja diferenciación y los reducidos niveles de innovación dificultan la consolidación de modelos sostenibles. De manera complementaria, Chountalas et al. (2024) indican que muchos emprendimientos operan bajo lógicas de innovación incremental e imitativa, donde las restricciones financieras, la escasez de capacidades y la orientación a resultados de corto plazo limitan la generación de ventajas competitivas duraderas.

La literatura coincide en que el crecimiento del sector depende de integrar la innovación estratégicamente en los modelos de negocio, más allá del marketing digital, mediante enfoques como innovación abierta y colaboración en ecosistemas (Kipinski et al., 2025). En este contexto, el entorno institucional es clave para potenciar estos procesos.

Según Palacios et al. (2024), en Ecuador, las políticas públicas, como la Ley de Emprendimiento e Innovación, fortalecen el ecosistema emprendedor. En consecuencia, el acceso al financiamiento mejora cuando se articulan apoyo gubernamental, formación empresarial y transferencia de I+D.

Asimismo, factores culturales como la resistencia al cambio y la aversión al riesgo continúan obstaculizando la transformación de los emprendimientos turísticos. Estas condiciones evidencian una

brecha de investigación relevante, al mostrar la necesidad de comprender cómo la innovación estratégica puede contribuir a la sostenibilidad y competitividad del sector (Chountalas et al., 2024).

Desde el ámbito académico, la innovación en turismo ha permitido explicar la evolución de modelos de negocio y la competitividad sectorial. Hjalager (2010) propone un enfoque multidimensional que incluye innovaciones en productos, procesos, organización y marketing.

La literatura reciente evidencia un creciente interés en la transformación digital. Restrepo-Sarmiento et al. (2023) señalan que la pandemia impulsó la investigación en economía digital e inteligencia artificial, revelando nuevas oportunidades de estudio sobre la relación entre tecnología y turismo.

Quispe et al. (2024) reportan que la explotación de atractivos turísticos rurales ha aumentado con el uso de internet y telefonía móvil, siendo la innovación tecnológica un diferenciador clave en los servicios. Las investigaciones futuras sobre emprendimiento turístico rural proyectan centrarse en el análisis del uso de plataformas virtuales, capital social y sostenibilidad.

Desde una perspectiva práctica, la innovación y digitalización se consolidan como herramientas esenciales para fortalecer la competitividad. La creación de valor debe abordarse integralmente, considerando el valor para el cliente, el valor económico del negocio y el valor social de los destinos (Hjalager, 2010).

Bajo esta premisa, surge la necesidad de profundizar en cómo estos elementos convergen en la práctica empresarial actual, especialmente en contextos donde la teoría de la innovación aún no se traduce en estrategias de valor tangible. Por tanto, es imperativo examinar no solo las herramientas disponibles, sino también los obstáculos que impiden su aprovechamiento óptimo en la gestión turística contemporánea.

Con base en lo anterior, el objetivo general de este estudio es analizar las dinámicas de innovación y los mecanismos de creación de valor en los emprendimientos turísticos, con el fin de identificar factores de éxito y áreas de mejora.

Para alcanzar este propósito, la investigación se guía por las siguientes preguntas:

P1: ¿Qué factores internos y externos (capital social, acceso a financiamiento, capacidades digitales y redes de colaboración) inciden en la capacidad de innovación de los emprendimientos turísticos?

P2: ¿Qué brechas estructurales y de gestión limitan la creación de valor en los emprendimientos turísticos y qué implicaciones tienen para el diseño de estrategias de fortalecimiento del sector?

## 2. Metodología

La presente investigación adoptó un enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y de corte transversal, ya que se analizaron fuentes documentales con el objetivo de comprender y explicar las tipologías de innovación y los mecanismos de creación de valor en los emprendimientos turísticos. El estudio tuvo un nivel descriptivo-explicativo, dado que permitió caracterizar las dinámicas de innovación y analizar la influencia de la co-creación de experiencias en la sostenibilidad del sector.

El alcance temporal fue retrospectivo, considerando evidencia científica y técnica publicada entre 2010 y 2026, lo que permitió identificar tendencias, enfoques conceptuales y cambios en la comprensión del fenómeno en el periodo postpandemia. La unidad de análisis consistió en un corpus de 11 fuentes documentales, incluyendo artículos científicos, informes técnicos y documentos institucionales.

La selección de documentos se realizó mediante un muestreo no probabilístico por juicio de experto, considerando criterios de inclusión relacionados con la pertinencia temática, la vigencia temporal y la

cobertura de variables clave como innovación, sostenibilidad, digitalización y contexto postcrisis del sector turístico ecuatoriano.

Se aplicó el análisis documental como técnica de recolección de información. Para sistematizar los datos, se diseñó una matriz de categorización estructurada, organizada en dos secciones: la primera estuvo orientada a identificar las tipologías de innovación (tecnológica, social, de procesos y marketing), y la segunda fue destinada a evaluar la creación de valor en sus dimensiones económica, social y ambiental, incorporando factores críticos como la resiliencia organizacional y la brecha digital.

Para el análisis de la información se utilizó el método analítico-sintético, que permitió organizar, comparar e interpretar las categorías de estudio. Además, se realizó un análisis descriptivo de datos secundarios del sector turístico para contrastar la evidencia teórica con indicadores de desempeño, identificando patrones, relaciones y vacíos en la literatura. Este procedimiento contribuyó a explicar el papel de la innovación en la competitividad y sostenibilidad de los emprendimientos turísticos en el contexto ecuatoriano.

### 3. Resultados

#### **Factores internos y externos que inciden en la capacidad de innovación de los emprendimientos turísticos**

La capacidad de innovación en los emprendimientos turísticos se explica por la interacción dinámica entre factores internos organizacionales y condiciones externas del entorno, donde la digitalización actúa como eje articulador. Estudios como los de Kurniati & Suryanto (2023) evidencian que la adopción de tecnologías digitales sitios web, redes sociales y pagos electrónicos mejora la eficiencia operativa y permite desarrollar productos y experiencias innovadoras; en la misma línea, Marcelo (2023) muestra que las estrategias digitales fortalecen la interacción con el cliente y la personalización del servicio.

Desde la perspectiva interna, la innovación depende de capacidades organizacionales y del comportamiento emprendedor. Mardayanti et al. (2025) destacan la “innovativeness” y la proactividad como motores para generar ideas y anticiparse al mercado, mientras que Ebrahimi et al. (2026) subrayan el papel de las habilidades individuales, el diseño del modelo de negocio y la innovación tecnológica como bases de la diferenciación.

En el plano externo, la literatura coincide en que la innovación se potencia mediante ecosistemas colaborativos, redes interorganizacionales basadas en la confianza, infraestructura adecuada y apoyo institucional. Tanto Mardayanti et al. (2025) como Ebrahimi et al. (2026) señalan que estas condiciones facilitan el acceso a recursos, conocimiento y financiamiento, actuando como catalizadores de la capacidad innovadora.

En conjunto, la evidencia indica que la innovación en los emprendimientos turísticos surge de la sinergia entre la madurez digital, las capacidades internas del emprendedor y un entorno externo colaborativo y favorable, lo que determina la competitividad y sostenibilidad de las MIPYMES del sector.

La figura 1 presenta un esquema conceptual que ilustra cómo la digitalización actúa como eje central para impulsar la innovación en el sector turístico.

**Figura 1**

*La digitalización impulsa la innovación turística*



La tabla 1 sintetiza los principales hallazgos de la literatura reciente sobre innovación en emprendimientos turísticos, destacando la interacción entre capacidades organizacionales internas y condiciones del entorno. Se identifican los aportes clave de cada autor respecto a los determinantes de la capacidad innovadora.

**Tabla 1**

*Factores internos y externos que inciden en la capacidad de innovación de los emprendimientos turísticos*

Autor(es)	Enfoque del estudio	Principales resultados sobre innovación
Kurniati & Suryanto (2023)	Digitalización en MIPYMES turísticas	La adopción de tecnologías digitales (web, redes sociales y pagos electrónicos) incrementa la eficiencia operativa y facilita el desarrollo de productos y experiencias innovadoras.
Marcelo (2023)	Estrategias digitales y relación con el cliente	Las herramientas digitales fortalecen la interacción con el cliente y permiten mayor personalización del servicio, impulsando la innovación orientada al mercado.
Mardayanti et al. (2025)	Orientación emprendedora y redes	La innovación depende de la proactividad y la capacidad innovadora interna, potenciadas por redes interorganizacionales basadas en la confianza.
Ebrahimi et al. (2026)	Determinantes multidimensionales	Las habilidades individuales, el diseño del modelo de negocio y la innovación tecnológica son claves internas, mientras que el apoyo institucional y el entorno actúan como catalizadores externos.

---

## **Brechas estructurales y de gestión que limitan la creación de valor en los emprendimientos turísticos**

Las brechas estructurales y de gestión que afectan la creación de valor en los emprendimientos turísticos surgen de un conjunto de factores interrelacionados que condicionan tanto la capacidad innovadora como la sostenibilidad del sector. Estos desafíos requieren comprender cómo las limitaciones internas y externas se combinan para frenar el desarrollo de ventajas competitivas.

Según León-Gómez et al. (2025), las pequeñas y medianas empresas (SMEs) enfrentan dificultades significativas para integrar sostenibilidad ambiental e innovación tecnológica, derivadas de la priorización de operaciones diarias, limitaciones financieras y humanas, así como la incertidumbre asociada a los costos y beneficios de las iniciativas innovadoras. Además, la rápida evolución tecnológica aumenta la complejidad de implementar cambios significativos.

Panfiluk (2023) evidencia que la limitada cooperación entre empresas, gestores de destinos, instituciones académicas y sociedad civil reduce el acceso a conocimiento especializado, generando dependencia de recursos internos y promoviendo innovaciones incrementales de bajo impacto, especialmente en destinos rurales con menor disponibilidad de recursos y mayor volatilidad de mercado.

Desde la perspectiva de la gestión, Chountalas et al. (2024) identifican barreras como la orientación al corto plazo, resistencia al cambio, escaso liderazgo y deficiencias en la comunicación entre actores. Estas limitaciones dificultan la adopción de innovaciones sostenibles y la implementación de propuestas de valor integrales, que consideren dimensiones económicas, sociales y experienciales.

Figuroa-Domecq et al. (2024) destacan que la insuficiente innovación, el difícil acceso a financiamiento, la escasez de talento cualificado y la desigualdad territorial restringen la generación de valor. A esto se suma la falta de marcos éticos y métricas claras para tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial. En el contexto local, Rodríguez et al. (2024) señalan que la limitada disponibilidad de crédito, desconocimiento de procesos financieros y debilidades en marketing y planificación estratégica restringen la inversión y el crecimiento, especialmente en iniciativas comunitarias.

En conjunto, la evidencia confirma que la creación de valor está condicionada por una visión fragmentada del sector y una gobernanza insuficiente, lo que impide transformar la innovación en ventajas competitivas sostenibles. Superar estas brechas requiere fortalecer la cooperación interinstitucional, mejorar mecanismos de financiamiento, desarrollar capacidades estratégicas y promover una gestión integrada orientada a la innovación y sostenibilidad.

La figura 2 representa un modelo conceptual de estas brechas estructurales y de gestión en el turismo, ilustrado mediante una cadena cuyos eslabones simbolizan las limitaciones interconectadas dentro del sistema.

**Figura 2**

*Brechas estructurales y de gestión en el turismo*



La tabla 2 sintetiza los principales hallazgos de diversos estudios que evidencian cómo las brechas estructurales y de gestión limitan la innovación y la creación de valor en los emprendimientos turísticos.

**Tabla 2**

*Caracterización de variables y principales hallazgos del estudio*

Autor(es)	Principales resultados
Panfiluk (2023)	Evidencia procesos de innovación poco desarrollados y limitada cooperación entre empresas, DMO, academia y sociedad civil. La débil coordinación de redes genera dependencia del conocimiento interno y produce innovaciones incrementales de bajo impacto, más visibles en destinos rurales.
Chountalas et al. (2024)	Identifican barreras de gestión como enfoque en el corto plazo, resistencia al cambio, escaso liderazgo, comunicación deficiente y falta de capacidades estratégicas, lo que dificulta la adopción de innovaciones sostenibles y la generación de valor integral.
Figuroa-Domecq et al. (2024)	Señalan insuficiente innovación, dificultades de financiamiento, escasez de talento y desigualdad territorial. Destacan carencias en métricas, regulación y adopción de IA, lo que limita aprovechar oportunidades de valor en la era post-COVID-19.
Rodríguez et al. (2024)	Identifican falta de financiamiento accesible, desconocimiento de procesos crediticios, debilidades en marketing y planificación estratégica. Estas limitaciones reducen la inversión, la innovación y la competitividad, especialmente en turismo comunitario.

## 4. Discusión

Los resultados muestran que la capacidad de innovación de los emprendimientos turísticos depende de factores internos, como capacidades digitales y gestión tecnológica, y externos, como conectividad y redes de colaboración. Esto coincide con Sharma et al. (2024) y Varotsis (2022), quienes destacan que la digitalización y los cambios pospandemia han impulsado la adaptación estratégica.

Sin embargo, la innovación no es automática, sino que depende de la madurez operativa de cada organización. La adopción de sitios web responsivos, redes sociales y sistemas de pago digitales optimiza procesos, mejora la experiencia del cliente y fortalece la productividad (Kurniati & Suryanto, 2023; Marcelo, 2023).

Estos hallazgos confirman la importancia de integrar innovación tecnológica con prácticas centradas en el usuario para generar valor económico, social y experiencial (Hjalager, 2010). No obstante, la implementación técnica por sí sola es insuficiente sin una reconfiguración del modelo de negocio que priorice la co-creación de valor con el turista.

Las brechas estructurales y de gestión limitan la creación de valor, especialmente en destinos rurales y fragmentados. Panfiluk (2023) y Chountalas et al. (2024) señalan que la falta de cooperación, resistencia al cambio y escasez de habilidades estratégicas reducen el impacto de las innovaciones y la competitividad.

Esta brecha muestra un “cuello de botella” donde la tecnología avanza más rápido que la gestión y la gobernanza local. La creación de valor requiere fortalecer la gobernanza de los destinos, la participación institucional y el desarrollo de capacidades estratégicas (Li et al., 2022).

El éxito del emprendimiento turístico radica en integrarse en ecosistemas de innovación abierta, donde el conocimiento fluya entre empresas, Estado y academia. Se sugiere invertir en digitalización, redes de colaboración y capacitación estratégica. La innovación debe ser multidimensional, y la resiliencia post-2025 depende de gestión integral, cooperación y liderazgo profesionalizado.

## 5. Conclusiones

Los resultados de esta investigación permiten concluir que la capacidad de innovación de los emprendimientos turísticos depende de la interacción sinérgica de factores internos, como las capacidades digitales y la gestión tecnológica, y externos, como la conectividad, el entorno pospandemia y las redes de colaboración.

La adopción de herramientas digitales, estrategias centradas en el usuario y procesos iterativos de diseño refuerzan la competitividad y la generación de valor económico, social y experiencial, consolidando una base operativa capaz de responder a las fluctuaciones del mercado global.

Se evidencia que las brechas estructurales y de gestión constituyen un obstáculo significativo para la creación de valor sostenible. La fragmentación del sector, la limitada cooperación interinstitucional, la orientación a corto plazo y la escasez de habilidades estratégicas dificultan la implementación de innovaciones de alto impacto.

Estas barreras son más pronunciadas en destinos rurales y emergentes, donde la desconexión entre la política pública y la realidad del emprendedor agudiza la brecha competitiva. El fortalecimiento de capacidades y la coordinación interinstitucional son claves para superar estos desafíos.

En términos prácticos, los hallazgos sugieren que los emprendedores deben fortalecer la digitalización no solo como herramienta técnica, sino como pilar estratégico. Fomentar la colaboración en ecosistemas y capacitarse en gestión estratégica es imperativo para superar los obstáculos identificados.

La integración de innovación tecnológica con enfoques centrados en la experiencia del cliente permite generar soluciones creativas y sostenibles, orientadas a la creación de valor integral. La innovación estratégica, gestionada de forma multidimensional, es clave para la competitividad y sostenibilidad del sector.

Desde la perspectiva académica, el estudio refuerza la necesidad de analizar la innovación más allá del marketing digital básico, considerando aspectos organizacionales, sociales y tecnológicos como componentes indisolubles de la resiliencia empresarial.

Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones exploren cómo la digitalización, la cooperación interinstitucional y la innovación abierta impactan la creación de valor en diferentes tipos de emprendimientos turísticos, incluyendo microempresas y destinos rurales.

Esto permitirá diseñar estrategias más efectivas para potenciar la resiliencia, competitividad y sostenibilidad del sector en contextos pospandemia, asegurando que la innovación actúe como motor de desarrollo territorial equitativo.

## Referencias

- Chountalas, P., Chatzifoti, N., Alexandropoulou, A., & Georgakellos, D. (2024). Analyzing barriers to innovation management implementation in sustainable tourism using DEMATEL method. *World*, 5(4), 1004–1022. <https://doi.org/10.3390/world5040051>
- Correia, R., Lisboa, A., Ferasso, M., & Pereira, S. (2024). Open innovation in the tourism field: A systematic literature review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100359. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100359>
- Ebrahimi, B., Aghajani, H., & Fazeli, H. (2026). Designing a model for launching tourism development businesses using meta-synthesis and structural relationship analysis. *Management, Education and Development in Digital Age*, 3(3), 1–19. <https://n9.cl/kco7ke>
- Falter, M., & Jóhannesson, G. (2023). The value of digital innovation for tourism entrepreneurs in rural Iceland. *Academica Turistica*, 16(2), 191–204. <https://doi.org/10.26493/2335-4194.16.191-204>
- Figueroa-Domecq, C., Fuentes-Moraleda, L., González-Rodríguez, M., & Flecha-Barrio, M. (2024). Funding policies, tourism entrepreneurship and innovation in the territory: Emprendetur (Spain). En A. Guevara, A. Cerezo, & E. Navarro (Eds.), *Tourism and ICTs: Advances in Data Science, Artificial Intelligence and Sustainability* (pp. 237–249). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-031-52607-7_22)
- Hjalager, A. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Kipinski, M., Ferasso, M., Beliaeva, T., Kraus, S., & Kallmuenzer, A. (2025). Entrepreneurship in the hospitality and tourism industry: A clustered research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 127, 104360. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104360>
- Kurniati, P., & Suryanto. (2023). Digital entrepreneurship strategy in the tourism business of the Tourism 4.0 era. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(6), 819–828. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i6.1503>

- León-Gómez, A., Santos-Jaén, J., Palacios-Manzano, M., & Garza-Sánchez, H. (2025). Unlocking sustainable competitive advantage: Exploring the impact of technological innovations on performance in Mexican SMEs within the tourism sector. *Environment, Development and Sustainability*, 27, 3481–3511. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04025-y>
- Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Ain, N. & Zhang, R. (2022). From cultural tourism to social entrepreneurship: Role of social value creation for environmental sustainability. *Frontiers in Psychology*, 13, 925768. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
- Marcelo, J. (2023). Digitalized tourism practices of selected entrepreneurial hotels in the Philippines towards a safe travel experience. *Journal of Social Entrepreneurship Theory and Practice*, 2(1). <https://n9.cl/m35rd>
- Mardayanti, H., Hendar, H., & Nurcholis, L. (2025). Entrepreneur orientation and marketing performance of tourist destination: The role of trust of interorganizational network reconfiguration as mediating variable. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(455), 25–33. <https://n9.cl/c6jctx>
- Palacios, E., Navarro, M., Liccioni, E., e Intriago, E. (2024). Políticas públicas y financiamiento al ecosistema emprendedor en Ecuador: Variables que influyen en su éxito. *Revista de Ciencias Sociales*, XXX(Número Especial 10), 645-659 <https://doi.org/10.31876/rcs.v30i.42865>
- Panfiluk, E. (2023). In search of innovation barriers to tourist destinations—Indications for organizations managing destinations. *Sustainability*, 15(2), 1091. <https://doi.org/10.3390/su15021091>
- Pinhal, R., Estima, A., & Duarte, P. (2025). Open Innovation in the Tourism Industry: A Systematic Review. *Tourism and Hospitality*, 6(3), 124. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030124>
- Quispe, G., Jurado, J., & Ayaviri, D. (2024). El emprendimiento turístico rural y sus tendencias a través de un análisis bibliométrico. *Cuadernos De Turismo*, (53), 69–93. <https://doi.org/10.6018/turismo.616391>
- Restrepo-Sarmiento, J., Gómez-Torres, P., & Londoño-Cardozo, J. (2023). Digital transformation in the tourism sector: A literature review. *Revista EAN*, (94). <https://doi.org/10.21158/01208160.n94.2023.3699>
- Rodríguez, E., Chauca, V., & Cruz, J. (2024). Efectos del financiamiento de las cooperativas en los ingresos de los emprendimientos turísticos en la provincia de Chimborazo - Periodo 2022. *Esprint Investigación*, 3(3). <https://doi.org/10.61347/ei.v3i3.79>
- Sharma, G., Taheri, B., Cichoń, D., Parihar, J., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(1), 100572. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100572>
- Varotsis, N. (2022). Digital entrepreneurship and creative industries in tourism: A research agenda. *Economies*, 10(7), 167. <https://doi.org/10.3390/economies10070167>

---

## Transparencia

### Conflicto de interés

Los autores declaran que no existen conflictos de interés de naturaleza alguna como parte de la presente investigación.

### Fuente de financiamiento

Los autores financiaron completamente la investigación.

### Contribución de autoría

Narcisa Brusela Vásquez Farfán: Conceptualización, metodología, validación, análisis formal, investigación, gestión de datos, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, administración del proyecto, recursos, supervisión.

Edinson Patricio Palacios Trujillo: Conceptualización, metodología, software, análisis formal, investigación, gestión de datos, visualización, redacción - preparación del borrador original, redacción - revisión y edición, financiamiento, recursos.

Byron Daniel Erazo Rodríguez: Conceptualización, validación, análisis formal, investigación, visualización, redacción - revisión y edición, financiamiento, supervisión.

Los autores contribuyeron activamente en el análisis de los resultados, revisión y aprobación del manuscrito final.