



Revisión de literatura en torno a los emprendimientos sustentables. Un panorama global en el turismo

Literature review around sustainable entrepreneurship. A global tourism overview

Karla Isabel Domínguez Albiter*

Maestra en Estudios Turísticos. Docente de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-5238-8006>

Josue Emmanuel León-González

Maestro en Estudios Turísticos. Doctorando en Ciencias Ambientales de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-0875-6967>

Alexis Ricardo Hernández Sánchez

Maestro en Estudios Turísticos. Profesor de Asignatura de la Universidad Autónoma del Estado de México, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-2591-4477>

Información del artículo

Recibido:
23/02/2023

Aceptado:
25/04/2023

Publicado:
14/02/2024

*Autor de correspondencia

kida369@hotmail.com

Páginas:

220 - 243

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

DOI <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i46.20875>

Resumen

El estudio del emprendimiento se ha vuelto fundamental en la disciplina turística, ya que tradicionalmente se ha visto como una forma inmediata de hacerle frente a las crisis económicas; no obstante, ante otro tipo de eventos como el vivido durante la pandemia de los últimos años, generar empleos y mejorar la situación financiera, requiere de desarrollar otras capacidades organizacionales incluyendo la innovación y la sustentabilidad. Así, esta investigación tiene como propósito avanzar en el conocimiento sobre los emprendimientos turísticos sustentables, que identifiquen nuevas tendencias temáticas que sirvan de base en futuros estudios sobre el tema. Para lograr tal objetivo, se analizó la producción científica a través del método *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) durante el periodo comprendido entre 2014 y 2022, utilizando las palabras clave "sustainable entrepreneurship" y "tourism" en la base de datos SCOPUS. Se reconocieron cuatro patrones interpretativos y tendencias de investigación: a) emprendimiento social turístico, b) espíritu empresarial, c) emprendimiento desde la perspectiva de género, y d) gestión del emprendimiento sustentable. Las conclusiones dejan evidencia que el emprendimiento turístico sustentable se constituye como una solución a las problemáticas sociales, a la búsqueda de la igualdad de género y las diversas motivaciones cada vez más inclusivas en las comunidades rurales.

Palabras clave:

emprendimiento sustentable, turismo, sustentabilidad, espíritu emprendedor, emprendimiento social.

Abstract

The study of entrepreneurship has become essential in the tourism discipline since it has traditionally been seen as an immediate way to deal with economic crises; However, in the face of other types of events such as the one experienced during the pandemic in recent years, creating jobs and improving the financial situation requires developing other organizational capacities, including innovation and sustainability. Thus, this research aims to advance knowledge about sustainable tourism ventures, which identify new thematic trends that serve as a basis for future studies on the subject. To achieve this objective, scientific production was analyzed through the Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA) method during the period between 2014 and 2022, using the keywords "sustainable entrepreneurship" and "tourism" in the Scopus database. Four interpretive patterns and research trends were recognized: a) tourism social entrepreneurship, b) entrepreneurship, c) entrepreneurship from a gender perspective, and d) sustainable entrepreneurship management. The conclusions leave evidence that the sustainable tourism venture is constituted as a solution to social problems, the search for gender equality, and the various motivations that are increasingly inclusive in rural communities.

Keywords:

sustainable entrepreneurship, tourism; sustainability, entrepreneurial spirit, social entrepreneurship.

Introducción

A partir del 2020, el mundo viene presentando un panorama económico y social complicado, que no sólo enfrenta los estragos de la crisis derivada de la pandemia, sino también los conflictos de guerra entre Rusia y Ucrania, los cuales han causado fuertes presiones inflacionarias, bajo dinamismo en la creación de empleo, caídas en la inversión y aumento de las demandas sociales (Naciones Unidas, 2022; CEPAL, 2022). Ante este panorama, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) señaló estrategias de apoyo a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), por considerarlas la columna vertebral de las sociedades, ya que contribuyen a las economías locales y nacionales dando mantenimiento a los medios de subsistencia; en particular a los trabajadores pobres, mujeres, jóvenes y grupos en situaciones vulnerables (Naciones Unidas, 2022).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) indica que los últimos tres años en comparación con el año 2019, el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años, que inician o administran un nuevo negocio, ha disminuido en la mayoría de los países. Señalando que los nuevos emprendedores pretenden reducir la cantidad de empleados para su operación, ya que sus empresas fueron creadas o sufrieron dificultades económicas durante la pandemia, donde prevalece una serie de retos que alcanzar (GEM, 2022).

En el caso del turismo, los organismos internacionales proponen una reconstrucción sectorial a partir de la alineación de las actividades empresariales con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo; abordando el tema de forma recurrente, vinculando los objetivos 4, 8 y 12 con los emprendimientos. En estos, particularmente se habla de la creación de empresas que brinden trabajo decente y crecimiento económico basado en la sustentabilidad, partiendo de una producción y consumo responsable, pues el modelo económico que se ha seguido por parte de la actividad turística ha evidenciado la inadecuada gestión de los recursos naturales, poca planificación sustentable del crecimiento, fuerte impacto ambiental y baja creación de empleo inclusivo, entre otros problemas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2022).

Desde el siglo pasado, Schumpeter (1942) utilizó el término emprendedor, definiéndolo como el individuo dinámico, fuera de la generalidad, que impulsa nuevas combinaciones o innovaciones. Más adelante, Peter Drucker (1998) consideró al emprendedor como aquel sujeto que genera cambio, respondiendo a éste y aprovechando sus oportunidades. Por otra parte, Stevenson y Jarillo (2006) vieron en el emprendimiento la acción constante de búsqueda de oportunidades sin fijarse como meta inicial los recursos controlados.

Por ello, en la actualidad el emprendimiento sustentable debe concebirse como la búsqueda de oportunidades de negocio que además de obtener ganancias económicas permita preservar la naturaleza, la cultura y las comunidades (Shepherd y Patzelt, 2011). Representando el fruto de la combinación de una orientación emprendedora y la orientación hacia la sustentabilidad (Criado-Gomis *et al.*, 2017). En ese sentido, se trata de vincular los aspectos económicos con los sociales y ambientales, logrando entender que la generación de empleos y el ingreso no son independientes a la sustentabilidad (Criado-Gomis *et al.*, 2017). Sin embargo, algunos artículos de revisión manifiestan que el tema aún no se encuentra resuelto, ni teórica ni empíricamente, por lo que este objeto de estudio necesita ser analizado con mayor profundidad (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020).

En este tenor, los estudios sobre emprendimiento sustentable comienzan a ser relevantes para la comunidad científica, incrementando las publicaciones sobre el tema en revistas como el Journal of Accounting & Economics, Journal of Management, Strategic Management Journal, por mencionar algunas. Desde 1980 y hasta el 2005, se reportaron cerca de 1 240 artículos sobre emprendimiento, representando un avance considerable de producción científica al pasar de tres artículos anuales en la década de los sesenta a 25 artículos por año a partir de nuevo milenio (Ireland *et al.*, 2003).

Respecto al tema de la sustentabilidad, el término se incorpora a la esfera empresarial, para darle sentido a los emprendimientos bajo un enfoque sustentable. Ya para el año 2018, Campo-Ternera *et al.*, (2018) identifican, que entre el 2006 y el 2016, los temas principales son emprendimiento e innovación, incluyendo las variables desarrollo sustentable y formación para el emprendimiento. Destacando en sus resultados, que entre los países con mayor producción están Chile (34%) y Estados Unidos (25%), además de enfatizar que 71% de los artículos han sido escritos en español, seguido del inglés (25%) y del portugués (3%) y francés (1%). Bajo el análisis de contenido, los autores mencionan que los temas se han trabajado por separado, habiendo mayor inclinación por el emprendimiento, seguido de la innovación, mientras que la educación para el emprendimiento mantiene una correlación con el desarrollo sustentable.

Un año después, Terán-Yépez *et al.* (2019) proporcionan un análisis bibliométrico casi en el mismo rango de años que Campo-Ternera *et al.* (2018), con la diferencia de dirigir su análisis exclusivamente al emprendimiento sustentable y con publicaciones desde los años 90. Contrariamente al primer estudio, las aportaciones fueron de países como Reino Unido, Alemania y Estados Unidos. Su investigación indica que el emprendimiento sustentable comenzó a ser un tema emergente a partir de la primera década del actual milenio, debido a las primeras definiciones del objeto de estudio que datan del 2005 y 2007. Finalmente, resaltan que para la segunda década las investigaciones integran efectos económicos, ambientales y sociales al emprendimiento en países en desarrollo. Seguido de temas como la gestión sostenible, negocios sostenibles, recursos humanos, ecosistemas y desarrollo empresarial (Terán-Yépez *et al.*, 2019).

Por su parte, conforme el turismo empieza a cobrar relevancia como actividad económica en búsqueda de la sustentabilidad, la literatura empieza a tratar los emprendimientos turísticos sustentables, ya que son estos los principales agentes de impacto en la naturaleza física, biológica, sociocultural y financiera de los destinos turísticos. En este tenor, Buckley (2012) resalta que para el 2012 la literatura sobre turismo tenía aproximadamente 5 000 estudios relevantes sobre turismo sustentable; descubriendo que las prácticas sustentables por parte de las empresas se restringen al cumplimiento, las maniobras políticas, el marketing y las relaciones públicas.

En función de lo anterior, Budeanu *et al.*, (2015) argumentan que la producción académica puede impactar en el interés de los emprendedores por apoyar la promoción de la sustentabilidad, puesto que la comunicación entre las disciplinas científicas y las partes interesadas (emprendedores), sería el siguiente paso para el emprendimiento sustentable turístico. Por otro lado, Solvoll *et al.*, (2015) identificaron el avance que se ha tenido en el estudio del emprendimiento sustentable en el turismo; identificando que aún queda pendiente explorar el lugar donde se instalan estas

empresas, el capital social construido a partir de su creación y los factores que intervienen para que se logre la sustentabilidad. Los autores realizan un comparativo entre los modelos empresariales convencionales y los sustentables para argumentar los beneficios que se obtienen en el desarrollo de los destinos turísticos (Solvoll *et al.*, 2015).

También se han planteado análisis de redes bibliográficas en torno al tema, Comerio y Strozzi (2019) afirman que desde el 2017, tras declararse el Año Internacional del Turismo Sustentable para el desarrollo, la producción académica generó un clúster, en donde se vio al emprendimiento turístico sustentable como una nueva perspectiva para la reducción de la pobreza y el crecimiento económico, al impactar positivamente en áreas rurales y marginadas. Abatiendo así la pobreza y las externalidades negativas ambientales, provocadas por el fenómeno turístico, tal como el cambio climático, la sobre explotación de los recursos y energías disponibles y las emisiones de CO₂, entre otros. Concluyendo que son necesarios más estudios relacionados del tema, no sólo desde la medición y evaluación de sus impactos, sino bajo la participación local, cadena de valor, vínculos interinstitucionales y participación del sector privado; además de la sustentabilidad de los trabajadores, la precariedad laboral y el empoderamiento de las comunidades locales (Comerio y Strozzi, 2019).

Niñerola *et al.*, (2019) mencionan que la sustentabilidad se ha convertido en la estrategia para lograr una economía resiliente, que, por medio de los emprendimientos turísticos sustentables, se establecen límites ecológicos para que las empresas y los destinos logren un crecimiento a largo plazo. Además, observaron que este tipo de emprendimientos están incentivando políticas y formas de gobierno corporativo más responsables en el sector, en búsqueda de integrar la participación de todos los actores: visitantes actuales, visitantes futuros, comunidades anfitrionas actuales (residentes, empresarios y gobierno) y comunidades anfitrionas futuras. Añadiendo que las investigaciones deberán profundizar en temas como la ética empresarial o la responsabilidad social corporativa, con el fin de mejorar la relación entre los actores mencionados (Niñerola *et al.*, 2019). En ese sentido, mapear la investigación científica sobre emprendimiento turístico sustentable y su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible enriquecen las bases de conocimiento multidisciplinario, destacando aspectos como la innovación, responsabilidad, calidad, creatividad y gestión organizacional (Benavides-Sánchez *et al.*, 2022).

De manera similar, Ampigotto-Sandri *et al.*, (2020) resaltan que el creciente interés por el tema de estudio se debe a la percepción de un sector turístico incapaz de mantenerse a largo plazo, ya que pasó de ser reconocido como un conducto para atender problemáticas relacionadas con el desempeño de las empresas, indicadores, modelos y gobernanza, a factores que demuestran mayores soluciones cuando se presentan en un entorno cada vez más abatido social, económico y ecológicamente. En este tenor, se recomiendan investigaciones que profundicen en la relación de estos actores y el emprendimiento turístico ambiental, emprendimiento sustentable, eco emprendimiento y otros.

El estudio de García y García (2021) descubre una inclinación por las áreas de la tecnología verde, los estudios ambientales y el marketing sustentable, reiterando que son las pequeñas empresas las que se encuentran más motivadas para ser sustentables; siendo estos emprendimientos en su mayoría desarrollados en espacios naturales protegidos; reconociendo la importancia del apoyo de

instituciones públicas y privadas para el desarrollo de empresas turísticas sustentables. Mencionan que son pocas las investigaciones recientes sobre emprendimientos turísticos sustentables y que las futuras líneas de investigación deberían ampliarse en territorio, comparativas por género y la implicación de los gobiernos e instituciones educativas sobre su fomento.

A pesar de los logros en las diversas revisiones de literatura, parece no quedar clara aún la relación entre sustentabilidad y emprendimiento para la consolidación de su significado; se debe seguir profundizando en cómo dar respuesta a los desafíos económicos, sociales y ambientales de las organizaciones; cuáles son los factores que inciden en el emprendimiento sustentable; y lo más importante, investigar si los emprendedores sólo reconocen los beneficios de la sustentabilidad o si la comprenden claramente como para incorporarla a la gestión empresarial (Greco y De Jong, 2017). Igualmente, de manera global, aún se necesita avanzar, tanto en el desarrollo teórico como en el empírico, con el fin de evolucionar más en las prácticas sustentables, no sólo para responder a la crisis actual en el sector turístico, sino para incrementar el emprendimiento desde una mirada sustentable, y así mitigar las problemáticas ambientales, sociales y culturales que los destinos presentan.

Por ello, el artículo tiene como objetivo analizar los aportes en la producción académica sobre emprendimiento turístico sustentable en el período de 2014 al 2022, que identifiquen nuevas tendencias temáticas que sirvan de base en futuros estudios sobre el tema. La revisión sistemática de literatura mantiene un enfoque cualitativo y siguió un proceso sistemático basado en la metodología *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses* (PRISMA); lo que permitió identificar, filtrar y elegir las investigaciones más relevantes en torno al objeto de estudio (Zupic y Čater, 2015).

Este documento se integra por tres apartados, en la primera parte se establece la problemática, justificación y objetivos de la investigación, así como la metodología a desarrollar para la búsqueda, selección y análisis de los artículos bajo una revisión de los documentos elegidos. En la segunda se presentan los resultados más relevantes del análisis de contenido realizado en 54 documentos que se desprendieron del cribado; en la tercera parte se presentan las categorías analizadas de acuerdo con la temática abordada; concluyendo con la categorización de los temas principales y recurrentes. Finalmente, se presentan las conclusiones y las futuras líneas de investigación identificadas.

El emprendimiento y su incursión a la sustentabilidad

El emprendedor ha sido estudiado desde muchas perspectivas, ya que desde hace varios siglos se utilizó para señalar a los hombres aventureros en búsqueda de oportunidades de vida, sin saber con certeza qué les esperaba en el futuro (Cantillón, 1775). Por su parte, Schumpeter (2006) lo concibió como aquel individuo innovador que revolucionaba el patrón de la producción al realizar una inversión.

No obstante, la comprensión del emprendimiento resulta compleja y multidimensional a través del tiempo, ya que se ha analizado desde diversos campos de conocimiento y enfoques teóricos, alcanzando también distintas áreas de aplicación. Así, Drucker (1998) lo conceptualizó como “el factor para maximizar las oportunidades”; mientras que Moreno y Espíritu (2010: 105) lo definen

como “el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el esfuerzo necesario, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales, con el fin de obtener las recompensas de satisfacción e independencia económica y personal”.

Desde perspectivas más psicológicas, el emprendimiento se ha considerado para explicar los comportamientos humanos, las emociones la iniciativa y la aceptación al riesgo o como la idea de un líder que lo impulsa a lograr una meta, experimentarla y conseguirla. Sin duda, desde su origen el emprendimiento se vio como una actividad meramente económica, donde su propósito busca mantener una relación con las ganancias y rentabilidad empresarial (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020).

A mediados del siglo XX, la sustentabilidad comienza a construirse como una emergencia mundial. La crisis social, ecológica y económica que afronta el planeta dio origen a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Ambiente Humano en 1972 (Calvente, 2007). Posteriormente, en 1983 las Naciones Unidas crean la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo (WCED, World Comisión of Environment and Development) dando origen al Informe Brundtland, en el cual se identificó por primera vez la necesidad de analizar la sustentabilidad desde tres enfoques: el económico, el ambiental y el social, lo cual sienta las bases para analizar la sustentabilidad en el ámbito turístico incluyendo sus emprendimientos.

Más tarde, en 1992, en Río de Janeiro se construyen 27 principios relacionados con la sustentabilidad, y se creó el programa mundial Agenda 21. Estableciendo que el desarrollo sustentable debe atender las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, lo que obligó a reevaluar el papel del turismo en la sociedad contemporánea estableciendo una visión de largo plazo, donde se buscaba disminuir las desigualdades sociales, mediante la satisfacción de las necesidades de grandes sectores de la población mundial, sin limitar las oportunidades de las generaciones futuras para satisfacer las propias bajo el estricto cuidado de los recursos naturales (Calvente, 2007).

Sin embargo, es en este siglo cuando se logran integrar los conceptos de emprendimiento y sustentabilidad, definiéndolo como “el proceso de descubrir, evaluar y explotar oportunidades económicas que se presentan como coyunturas de mercado, las cuales nacen debido a causas asociadas a la sostenibilidad, incluidas aquellas que son relevantes desde el punto de vista medioambiental” (Dean y McMullen, 2007: 58). Así, los emprendimientos sustentables se empiezan a concebir como factores clave para resolver problemas sociales, económicos y ecológicos.

Autores como Shepherd y Patzelt (2011), empiezan a vincular los emprendimientos con el turismo y la sustentabilidad; un emprendimiento enfocado en la preservación de la naturaleza, el soporte a la vida y a las comunidades, que generen nuevos productos, procesos y servicios rentables, que contemple la inclusión de ganancias financieras y no financieras para los individuos, la economía y la sociedad, colocando a las comunidades como el agente clave para activar el emprendimiento sustentable en cada región del mundo, es decir, con la creación de valor económico se genera valor para la sociedad y el ambiente natural (Shepherd y Patzelt, 2011).

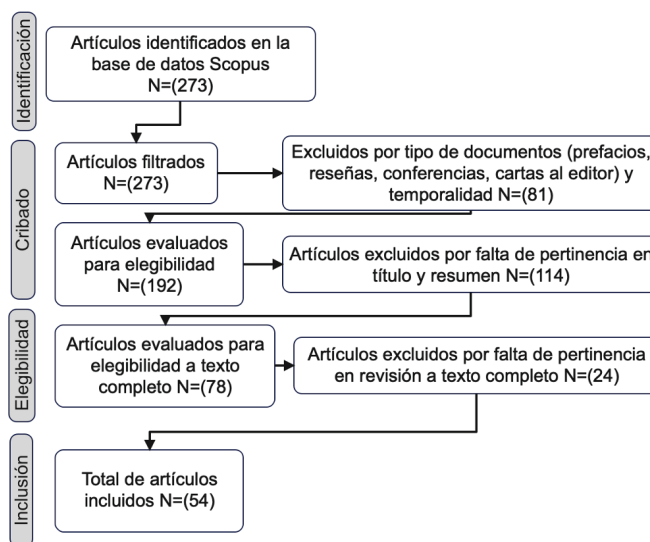
A partir de las últimas décadas han surgido nuevas definiciones, Romero y Restrepo (2016) conciben el emprendimiento sustentable como un fenómeno que ha cohesionado nuevos enfoques y modelos de negocios, llevando a las organizaciones a una reestructuración donde los aspectos sociales, económicos y ambientales son el punto de partida. En tal sentido, el emprendimiento sustentable tiene como factor clave el mejor uso de la naturaleza, la equidad, la gestión del recurso humano, la innovación, la cohesión social, el compromiso social, la eficiencia y eficacia en su desarrollo y la productividad para la rentabilidad, entre otros. Aspectos que conducen a generar bienes y servicios que retribuyan a las necesidades de la colectividad e incrementen la calidad de vida de los individuos (Del Valle et al., 2018).

Metodología

Se realizó una revisión de literatura utilizando la metodología *Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), que consiste en una revisión sistemática de la información por medio de la identificación, cribado, y criterios de inclusión y exclusión. La base de datos utilizada fue Scopus por integrar a las más importantes revistas a nivel internacional y considerarse una fuente importante, confiable y de calidad para la comunidad científica. Para la fase de búsqueda se utilizaron las palabras “sustainable entrepreneurship” y “tourism”, obteniendo como resultado 316 documentos científicos, en la ecuación de búsqueda se consideró un periodo de publicación del 2014 al 2022, quedando 273 estudios. Posteriormente, se realizó una selección de documentos, donde fueron eliminados capítulos de libros, conferencias, editoriales, reseñas y tesis. De esta forma, se inicia con una revisión de resúmenes para elegibilidad.

Para la segunda fase y como parte del cribado de los documentos, se tomaron como criterios de inclusión: la representatividad en el campo del conocimiento empresarial y la relación entre las variables de turismo y sustentabilidad. Durante la tercera fase, se realizó la revisión a texto completo de 78 títulos, quedando 54 artículos en elegibilidad para su análisis en profundidad (figura 1).

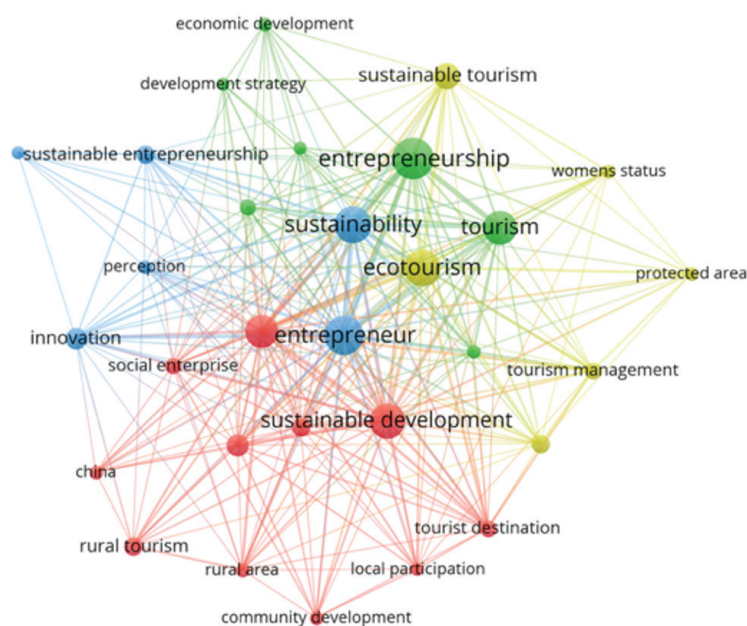
Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA, proceso de selección de artículos



Para la obtención de categorías que permitieran analizar los aportes en la producción académica sobre emprendimiento turístico sustentable, fue necesario realizar un análisis de palabras clave (co-palabras), para lo cual se siguieron una serie de pasos: (1) se recabaron los registros de la base de datos de Scopus que fundamentaron el análisis de la estructura conceptual de la investigación con respecto al objeto de estudio de emprendimiento; (2) se construyó un posicionamiento de co-ocurrencias (*keywords*) a partir de un gráfico de *clusters* de los datos obtenidos en mapas cienciométricos, utilizando el *software* VOSviewer, donde las relaciones existentes entre palabras se presentan en forma de vínculos y se distribuyeron como puntos cercanos en un espacio multidimensional para definir adecuadamente las categorías; (3) el algoritmo de VOSviewer por *cluster*, incluye diferentes parámetros de resolución, en ese sentido, la configuración designada parte de ciertos parámetros que validan el análisis, por ello se ejecutaron varias pruebas introduciendo distintos valores en el *software*, de ese modo, se decidió un valor de 3 para la obtención de *clusters* temáticos homogéneos, del mismo modo, considerando que el tamaño mínimo de estos fuera de 15 palabras clave, garantizando así la generación de una serie de grupos temáticos con consistencia. Por último, los grupos de términos se representaron en un mapa bidimensional.

En ese sentido se hallaron los elementos más relevantes que se designaron como categorías de análisis, quedando entre ellas: emprendimiento social turístico, espíritu empresarial, emprendimiento desde la perspectiva de género y gestión del emprendimiento sustentable, siendo estos los elementos más sobresalientes de los estudios analizados.

Gráfico 1. Análisis de co-ocurrencia de *Keywords* a partir de *clusters*



Fuente: Elaboración propia con apoyo del *software* VOSviewer.

Resultados

El emprendimiento es un hito que es visto como un indicador de progreso, importante para la prosperidad y el desarrollo de los países. En este tenor, y con base en las necesidades actuales, el emprendimiento ha tomado una orientación sustentable, ya que se reconoce su potencial para la transformación de productos y servicios que dan soluciones a problemas sociales y medioambientales (Giampiccoli y Mtapuri, 2022). Por ello, el emprendimiento turístico sustentable ha tomado interés como objeto de estudio dentro de la literatura durante los últimos años, ya que estos han demostrado ser una forma efectiva de impulsar el desarrollo local y generar un impacto positivo en la sociedad (Serenari *et al.*, 2016). A continuación, el análisis de contenido de la literatura científica que versa en torno a este tema es presentada en cuatro categorías, a saber: emprendimiento social turístico, espíritu empresarial, gestión sustentable y perspectiva de género.

Emprendimiento social turístico

En la segunda mitad del siglo XX existió una agenda en la que se buscaba desarrollar comunidades desfavorecidas a través del turismo tradicional, el cual dio pie al turismo de masas, que trajo consigo impactos en los pilares sociales, ambientales y económicos (Castro-Spila *et al.*, 2018). No obstante, con el tiempo se comprobó que este modelo de turismo convencional no genera grandes beneficios para los estratos más necesitados y, en cierta medida, amplía la brecha entre las clases sociales, lo que genera más problemas (Zeng, 2018).

En respuesta a ello, en las últimas décadas han surgido modelos de empresas sociales que operan en el ámbito turístico, las cuales son concebidas como un sistema complejo e interdependiente que está integrado por personas, recursos y procesos (Aquino *et al.*, 2018), y han sido denominados Emprendimiento Social Turístico (EST).

En la literatura hay un consenso en que los EST son una estrategia útil para minimizar las consecuencias negativas que el turismo puede generar, al tiempo de maximizar los beneficios, sobre todo en las poblaciones rurales desfavorecidas (Boukas, 2019; Sloan *et al.*, 2014; Zeng, 2018; Stanovčić, 2018) que tienen una necesidad crítica de diversificación de medios de vida (Porter *et al.*, 2017). Esto se debe a que los emprendedores sociales son más propensos a buscar soluciones sustentables que a buscar ventajas económicas, y suelen desarrollar soluciones basadas en la lógica de empoderamiento y no del control (Kline *et al.*, 2014), logrando con ello el desarrollo turístico comunitario y sustentable, es decir, procurando obtener de manera equilibrada resultados económicos, sociales y ambientales para las comunidades receptoras, aumentando a su vez la oferta turística (Aquino *et al.*, 2018; Boukas, 2019; Castro-Spila *et al.*, 2018; De Lange y Dodds, 2017; Porter *et al.*, 2017; Vinodan y Meera, 2021; Splendiani *et al.*, 2022).

Aunado a ello, Kummitha *et al.*, (2021) describen los principales beneficios percibidos por los miembros de comunidades receptoras de un EST, encontrando cuatro vertientes: a) el incremento de ingresos económicos, creación de mejores empleos y empoderamiento político local; b) atributos sociales como estabilidad y armonía; c) bienestar colectivo mediante la satisfacción en la calidad de vida; y, por último, d) la protección medioambiental mediante el acceso a capital financiero para la preservación de recursos naturales.

Los destinos turísticos se reconocen cada vez más como construcciones socioculturales en lugar de simples ubicaciones físicas, por lo cual, los EST brindan la oportunidad para que los emprendedores participen en la configuración de una nueva estructura institucional y cultura organizacional logrando objetivos comerciales y misiones socioculturales de la comunidad (Splendiani *et al.*, 2022; Zeng, 2018); en este tipo de emprendimientos también juega un papel importante la innovación de los emprendedores sociales, pues tiene un impacto significativo en los destinos turísticos cuando se desarrollan nuevos productos logrando experiencias turísticas diferentes (Zeng, 2018).

El trabajo de Ditta-Apichai *et al.*, (2020) aporta una nueva visión de lo ya expuesto, al identificar dos modelos comerciales más utilizados en los EST. El primer tipo se trata de la microempresa, las cuales son unidades de negocio flexibles que permiten a los microempresarios distribuir sus ofertas de productos y servicios. El segundo modelo se refiere al de enfoque comunitario, en donde se tiene como objetivo brindar experiencias locales exclusivas, facilitar la divulgación de los servicios, clasificar e identificar usuarios, gestionar cobros seguros y generar una reputación colectiva.

Este último es el arquetipo más atractivo, porque en él se codiseña la oferta turística con base en la comunidad local, creando experiencias especiales únicas; no obstante, los autores afirman que ambos modelos, planeados correctamente fortalecen la economía local, mejoran la calidad de vida, empoderan a la población y preservan el entorno natural, social y cultural, logrando la sustentabilidad.

Delange y Dodds (2017) y Dahles *et al.* (2020) identifican un tercer elemento de modelo comercial al que denominaron “vaca lechera”, y se caracteriza por la integración de Organizaciones No Gubernamentales (ONG’s) a los EST; ya que estas pueden ofrecer capital intelectual y experiencia para desarrollar empresas sociales lucrativas y sustentables. El papel que asumen estas organizaciones con respecto a la comunidad receptora es brindar capacitación y herramientas para desarrollar habilidades de hospitalidad y de comunicación, así como la enseñanza de idiomas extranjeros; al mismo tiempo, brindan educación a los turistas sobre la vida local, sus problemas sociales, y cuidado del medio ambiente, convirtiéndolos en agentes activos del desarrollo turístico sustentable (Dahles *et al.*, 2020).

La literatura ha avanzado en el estudio de los EST, de tal forma que se han realizado diversos estudios empíricos en los que se ponen a prueba diversos componentes, como en la investigación de Mohamad y Nasir (2019), quienes identifican que la motivación es el factor más importante que afecta un EST sostenible, seguido de las competencias de gestión y compromiso.

En este sentido, se hace hincapié en que no sólo se trata de una motivación económica, sino también de las motivaciones por otorgar beneficios de colaboración, respeto a la diversidad cultural o sentido de pertenencia e identidad que se construye cuando se desarrolla un EST (Splendiani *et al.*, 2022). Al respecto, Mahato *et al.* (2021) encontraron que la formación de redes favorece a los EST porque permite la creación de puentes entre los turistas y la comunidad, posibilitando la comprensión de las necesidades de los turistas y mejorando la inclusión de la población anfitriona.

Splendiani *et al.* (2022) distinguen cuatro dimensiones de los EST: ambiental, social, organizativo y cultural. En primer lugar, el factor ambiental se vislumbra como la máxima expresión de la relación hombre-naturaleza, otorgando un valor prioritario a los recursos naturales y su protección, reconociendo que, en la medida en que se mantenga vivo el atractivo natural aprovechado, se garantizará la afluencia turística futura (Esparza *et al.*, 2020; Zeng, 2018; Abadi y Khakzand, 2022).

Después, el aspecto social hace referencia al liderazgo utilizado para aprobar las iniciativas y decisiones, el cual en los EST suele ser horizontal, mediante asambleas generales. Posteriormente, la cuestión organizativa remite a la forma de trabajo, que se caracteriza al ser comúnmente de manera colectiva, respetando la voz y voto de cada miembro durante las reuniones de trabajo. Finalmente, la memoria colectiva se refleja transversalmente desde la conservación del patrimonio cultural material y la salvaguarda del patrimonio inmaterial, los cuales son elementos de identidad que diferencian un destino de otros y que promueve su empoderamiento (Swanson y DeVereaux, 2016). Por lo tanto, los autores consideran que articular el aprovechamiento de los espacios a partir de las cuatro dimensiones anteriores, es lo que convierte a un producto turístico social, en sustentable.

Algunos autores se han encargado de develar los retos y problemáticas relacionadas con la implementación de un EST. Al respecto, se alude que puede haber disminución de la calidad de vida de los prestadores del servicio turístico si se cuenta con deficiencias en infraestructura, también se puede presentar una reducción de recursos vitales como el agua, incremento de la inseguridad y la enorme presión ecológica por la afluencia de turistas (Kummittha *et al.*, 2021; Piñeiro-Chousa *et al.*, 2021; Sulaj *et al.*, 2022).

Otros autores encontraron que, debido a que las comunidades remotas carecen de exposición directa a las actividades turísticas, esto resulta en bajos niveles de conciencia turística, característica encontrada en las regiones menos desarrolladas, y que impide que los participantes puedan identificar riesgos o costos significativos del desarrollo turístico que puedan afectar a la comunidad o al medio ambiente (Porter *et al.*, 2017).

Asimismo, se habla del carácter estacional de la actividad turística, lo cual genera inestabilidad (Esparza *et al.*, 2020); o de la contraparte, la auto-gentrificación, en donde los nativos se desplazan de sus viviendas para subarrendarlas como atractivos turísticos, y aunque esta es menos devastadora que la gentrificación externa, porque es gestionada y desarrollada por los locales, aun así se pone en riesgo la sustentabilidad de la comunidad por la posible pérdida de tradiciones y costumbres (Chan *et al.*, 2016).

Espíritu empresarial

En esta línea de investigación se establece como temática principal el espíritu empresarial, por lo que la producción de conocimiento se inclina hacia el análisis de las motivaciones, características y modelos que lo promueven para el desarrollo de emprendimientos turísticos sustentables.

La importancia de esta categoría radica en que se ha demostrado que la falta de espíritu empresarial está relacionada con el poco número de empresas que se crean (Butkouskaya *et al.*, 2020), además, los lugares que cuentan con la planificación tradicional por parte del gobierno tienen menos

impacto que los que cuentan con intervención de los emprendedores creativos (Nieuwland y Lavanga, 2020; Kummitha, 2020). Aunado a esto, gran parte de las investigaciones indican que el espíritu empresarial es una capacidad de liderazgo que facilita la creación de emprendimientos turísticos sustentables, ya que estos modelos de negocio suelen enfrentarse a escasez de recursos, esta inestabilidad se puede ver reducida al contar con un emprendedor orientado a la innovación, identificación de oportunidades, protección del medio ambiente y preservación de la sociedad y sus tradiciones (Crnogaj *et al.*, 2014; Dedeke, 2017; Giampiccoli y Mtapuri, 2022; Picciotti, 2017).

En el mismo sentido, se menciona que el espíritu empresarial en el turismo requiere una mentalidad empresarial innovadora y un enfoque en la creación de valor para las comunidades locales, donde resulta necesario que los empresarios sociales en el turismo sean flexibles y estén dispuestos a adaptarse a las necesidades cambiantes de las comunidades locales y a la industria turística en general, destacando las habilidades y cualidades que los emprendedores sociales turísticos deben poseer para tener éxito en sus negocios. Se incluyen aspectos como la innovación, la resiliencia y la capacidad de adaptación al cambio (Drăgoi *et al.*, 2017; Hlanyane y Acheampong, 2017; Movono y Dahles, 2017).

Varmazyari *et al.* (2022) indagan en los factores que determinan el espíritu empresarial desde la perspectiva social: impulsores, motivos, fuentes de ideas y contextos de los emprendedores. Primero, los impulsores suelen ser las pocas oportunidades laborales con buenos salarios, fracasos económicos al ejercer una carrera profesional, condiciones desfavorables para la provisión de medios de subsistencia o tener una personalidad abierta a nuevas experiencias. Por otra parte, las principales motivaciones giran en torno a los beneficios económicos, la creación de mejores empleos, la interacción social o la autosuficiencia. Para las fuentes de ideas, los emprendedores se guían por expertos o imitando negocios exitosos en el ramo. Finalmente, su contexto determina una propiedad tradicional, tener un origen rural o el apoyo familiar.

Del mismo modo, Sardanou *et al.* (2015) rescatan que la edad y el entendimiento de los beneficios a largo plazo de la sustentabilidad como cultura y bienestar económico, son otros factores que influyen en el espíritu empresarial. Por su parte, Bădulescu *et al.* (2014) consideran que se puede predecir el espíritu empresarial para el desarrollo de emprendimientos turísticos con base en el comportamiento que presentan los jóvenes mientras fungen como turistas, esto con base en la medición de cuatro aspectos: consumo local, participación en la protección ambiental, uso de transporte público y servicios alternativos.

Se observa que algunos emprendedores están motivados principalmente por la necesidad de garantizar la sustentabilidad económica de sus operaciones, lo que a menudo va en detrimento de la sustentabilidad ambiental y sugiere que la forma en que los empresarios perciben el emprendimiento turístico sustentable está en cierta medida condicionada por un aislado conocimiento de los valores y principios que se esperan en un emprendimiento social y sustentable (Thompson *et al.*, 2017).

Emprendimiento desde la perspectiva de género

La tercera categoría dentro de la producción científica respecto al emprendimiento turístico sustentable, parte de un fenómeno social de género que reconoce la existencia de desafíos que enfrentan únicamente las mujeres, identificando que el empoderamiento, el liderazgo, la percepción

sobre su trabajo y la autoeficacia son poderosos factores en la intervención de la actividad empresarial turística (Samad y Alharthi, 2022). Encontrando que, para las emprendedoras, la sustentabilidad es un importante motivador vinculado al potencial de su intención empresarial, generando productos ambientales y entornos de trabajo inclusivos; mientras que para los hombres existe mayor probabilidad de observar la sustentabilidad en términos de oportunidades comerciales (Bagheri et al., 2022).

Existen diferencias de género al asumir el riesgo ante un emprendimiento, ya que las mujeres viven diferentes atenuantes al emprender, lo que significa que es menos probable que se involucren en actividades empresariales; sobre todo por la función que desempeñan como madres y jefas de familia donde emprender involucra diversos riesgos personales y colectivos; por el contrario, los hombres empresarios son vistos tradicionalmente como personas seguras de sí mismas que toman decisiones y riesgos para alcanzar sus metas (Figuerola-Domecq et al., 2022).

Asimismo, Picciotti (2017) destaca una marcada y evidente desigualdad en el acceso de oportunidades y recursos entre hombres y mujeres con intención empresarial, argumentando que se limita la capacidad de las mujeres para participar plenamente en la creación de un negocio; empero, ello afecta también la posibilidad que tienen las comunidades para alcanzar la sustentabilidad (Hlanyane y Acheampong, 2017).

Sin embargo, los emprendimientos femeninos se caracterizan por tener elementos de autenticidad, experiencia e innovación; además de una tendencia marcada a fomentar las redes locales de partes interesadas directa o indirectamente vinculadas a sus propios negocios. Investigaciones como la de Kimbu (2018), han encontrado que las políticas públicas y las redes colaborativas puede mejorar la gestión sustentable del capital humano de las mujeres empresarias aumentando su resiliencia y la de sus negocios turísticos.

Las redes de colaboración permiten a los miembros beneficiarse del acceso a la financiación, el conocimiento y el intercambio de materiales (Kimbu, 2018). Los estudios demuestran que las mujeres pueden tener un papel importante en la creación y gestión de emprendimientos sociales turísticos, y cómo estas iniciativas pueden ofrecer oportunidades económicas y de liderazgo para los grupos femeninos en comunidades marginadas.

Un importante motor para el empoderamiento femenino recae en la educación empresarial, la más significativa puede ser la obtenida de un título profesional, siendo determinante para incrementar el espíritu emprendedor y fomentar una actitud positiva hacia la asunción de riesgos y fracasos que se presentan al emprender (Laeis y Lemke, 2016). Otras destrezas se pueden adquirir a partir del desempeño profesional, Radovič-Markovič y Živanovič (2019) mencionan que las ONG representan un importante espacio para adquirir experiencia y habilidades que posteriormente se transforman en un emprendimiento social turístico, que sirva como rector y gestor de enseñanza, ya que de esta forma la actividad empresarial se centra en la capacitación. De esta forma, contar con el respaldo y el adiestramiento de un organismo no lucrativo puede apoyar a las mujeres con recursos de capital económico, social y comercial para emprender; además de evitar que vivan la marginación o exclusión a las actividades empresariales (Radovič-Markovič y Živanovič, 2019).

Concluyendo que los emprendimientos femeninos además de generar acciones que permiten adoptar políticas ambientales, fomentan el respeto y balance de sus recursos naturales, reducen la migración local evitando la despoblación de las zonas montañosas y genera que las pasiones, habilidades, conocimientos y actividades consideradas roles femeninos se moneticen y formen parte de su sustento (Martini *et al.*, 2020); favoreciendo la diversificación económica en la actividad, así como la creación de riqueza y empleo, mejorando la competitividad del sector. Recalcando que la relación entre la mentalidad de crecimiento y el empoderamiento psicológico les permite gestionar la toma de decisiones en beneficio de su calidad de vida y del desarrollo rural sustentable, al incentivar en ellas autonomía, libertad e independencia, competencias que les permiten lidiar con problemáticas financieras, operativas y de gestión (Franco *et al.*, 2020; Ertac y Tanova, 2020).

Gestión del emprendimiento sustentable

La gestión del emprendimiento sustentable hace referencia a la creación y dirección de empresas que buscan maximizar, tanto los beneficios económicos como el impacto social y ambiental de manera positiva a largo plazo, esto implica una orientación hacia la responsabilidad social corporativa y la innovación continua al interior de la empresa (Piñeiro-Chousa *et al.*, 2021).

Para lograrlo, es fundamental involucrar a todos los actores internos y externos de la empresa, desde los empleados hasta los proveedores y clientes. Según Butkouskaya *et al.* (2020), se requiere una estrategia clara y una cultura sólida que se alinee a los objetivos sustentables en pro de un equilibrio entre la gestión empresarial y su entorno social y natural, incluyendo políticas, estrategias y acciones en ese sentido.

Se identificó que uno de los principales detonantes para emprender sustentablemente tiene que ver con una auténtica preocupación por la protección de la naturaleza, el bienestar de una comunidad o la cultura de la población, dejando en segundo plano los intereses económicos; no obstante, en la actualidad el turismo sustentable es popular entre ciudadanos de todos los estratos económicos, lo cual es particularmente bueno para la creación de pequeños emprendimientos en áreas rurales (Laeis y Lemke, 2016; Dudin *et al.*, 2019; Wang *et al.*, 2022; Bertella y Vidmar, 2019).

Los emprendimientos alineados con objetivos de desarrollo sustentable aumentan la posibilidad de generar impactos positivos en los contextos social y ambiental, logrando aprovechar las oportunidades del mercado, así como atraer nuevos consumidores que buscan experiencias más sustentables y auténticas (Lara-Pulido *et al.*, 2021). En ese sentido, resulta necesario que la gestión de los emprendimientos integre procesos de auditoría y monitoreo ambiental, así como ofrecer mejores condiciones laborales y calidad de vida a los empleados en la empresa (Swanson y De Vereaux, 2016). Piñeiro-Chousa *et al.* (2021) destacan estrategias en torno a la evaluación constante de prácticas ambientales, como la huella de carbono, consumo de agua o desechos sólidos, entre otros aspectos; así mismo, es esencial buscar un equilibrio de las acciones implementadas a partir de una estrategia empresarial clara (Dias *et al.*, 2020).

Por otra parte, Sardonou *et al.* (2015) argumenta que la gestión de un emprendimiento sustentable se puede valorar a partir del ciclo de vida del producto o servicio ofertado. Donde surge la necesidad de evaluar los elementos utilizados para su producción, hasta la disposición final del producto o

servicio (Swanson y DeVereaux, 2016); por ello, las nuevas empresas deben proporcionar información clara y transparente sobre sus prácticas sustentables, haciendo hincapié, en la necesidad de evaluar de manera regular los procesos y resultados ambientales y sociales de sus iniciativas, con el fin de garantizar su continuidad a largo plazo (Caamaño-Franco, 2020; Dias *et al.*, 2020).

Para implementar una buena gestión en los emprendimientos sustentables se deben involucrar a los diversos actores de la actividad turística, ya que a través de ellos se fortalecen aspectos como la gobernanza y la comercialización, pero, sobre todo, la legitimidad e identidad de los negocios. La participación local diluye los factores de resentimiento entre los grupos, ayuda a enfrentar los desafíos ambientales y sociales, evitando el individualismo (Thompson *et al.*, 2017). En otro sentido, Dedek (2017) destaca la figura del líder como orquestador de los diferentes actores de la actividad turística, cuya función no es mostrar a la comunidad la importancia de la sustentabilidad, sino organizarlos para que la comunidad y el emprendimiento obtengan los beneficios al implementarla.

A su vez, algunos estudios destacan la importancia de emprender bajo un enfoque comunitario; ya que existen variadas actividades que se pueden operar como negocios turísticos reconociendo los derechos colectivos de las comunidades locales e indígenas; donde no sólo se establecen procesos de gestión y organización, sino que se contribuye a proteger los territorios, fortalecer las capacidades de la sociedad y salvaguardar los saberes ancestrales (Maldonado-Erazo *et al.*, 2022). Algo semejante ocurre con los turistas, quienes provocan un camino hacia la sustentabilidad en las empresas en la medida que se encuentran más conscientes de las problemáticas ambientales, también la participación del gobierno promueve el cambio en los negocios turísticos a partir de los incentivos para la gestión de acciones sustentables (Lange y Dodds, 2017).

No obstante, también existen escenarios diferentes donde la implementación de las prácticas sustentables es limitada, debido, entre otras razones, a la falta de recursos económicos y capacidades organizacionales adecuadas para garantizar los objetivos planteados inicialmente (Franco *et al.*, 2020). A pesar de los beneficios latentes, se destaca cómo los emprendedores ignoran en repetidas ocasiones las problemáticas ambientales al realizar su gestión empresarial; además de visualizar a los componentes de la sustentabilidad de forma separada, como si se tratara de un terreno competitivo; situación que disminuye la viabilidad e impacto positivo a largo plazo de los proyectos (Ngo *et al.*, 2018; Matsiliza, 2017).

De ahí, se desprenden ciertos aspectos importantes que influyen en los emprendimientos hoteleros y cómo estos propician un aumento en materia de turismo sustentable; primeramente, como una relación donde el crecimiento de los emprendimientos sustentables también aumenta la oferta turística, pero de manera más equilibrada; posteriormente, las presiones competitivas provocan cambios sobre la forma de gestión tradicional en los negocios turísticos por una más sustentable; así mismo, los emprendimientos sustentables son base para la creación de actividades rentables (De Lange y Dodds, 2017).

Discusión y conclusiones

La presente investigación analizó las contribuciones científicas sobre emprendimiento turístico sustentable en el período de 2014 al 2022, que mostraron las tendencias y enfoques de interpretación que servirán de base para futuros estudios sobre el tema, el cual se cumplió satisfactoriamente.

Esta revisión de literatura evidencia que la visión social predomina entre los estudios, ya que se trata de una orientación teórica que da significación a los emprendimientos para el desarrollo de las comunidades rurales, mejoramiento de la calidad de vida de la población o búsqueda del bienestar social, entre otros tópicos tratados en torno al turismo y la sustentabilidad; lo cual coincide con los hallazgos de Comerio y Strozzi (2019) en su análisis sobre el mismo objeto de estudio.

En este sentido, la categoría emprendimiento social turístico da cuenta de las particularidades de este modelo de negocio y los grandes beneficios que comúnmente se obtienen con ello; no obstante, también se discuten los retos y problemáticas que aparecen al implementar estas empresas sociales.

Por su parte, el espíritu empresarial es una línea que siguen los estudios para destacar el desempeño de los emprendedores sustentables, así como las características, factores y motivaciones que incrementan la voluntad por emprender de manera sustentable. En este sentido, la innovación del emprendedor continúa siendo uno de los principales impulsores del cambio en los paradigmas empresariales, por lo cual siguen vigentes las ideas de Schumpeter (1942), Stevenson y Jarillo (2006), y Drucker (1998), aunque ahora bajo un enfoque hacia la sustentabilidad (Campo-Ternera *et al.*, 2018). Además, se plantean retos en torno al rescate de redes comunitarias a través de la identificación y organización con los diversos actores clave (empresarios, comunidad, gobierno).

Por otro lado, la tercera categoría es un tema emergente en la sociedad, debido a que, en otras revisiones de literatura, apenas figura como una línea de investigación. La perspectiva de género ha dejado al descubierto aquellas limitaciones que las mujeres tienen para emprender; sin embargo, se reconocen una serie de factores como el liderazgo, autenticidad, experiencia e innovación, entre otras, que las mujeres poseen y que puede representar un atributo para los emprendimientos turísticos sustentables.

Por otra parte, esta revisión de literatura en particular da cuenta de la investigación que Solvoll *et al.* (2015) señaló como pendiente de explorar, ya que se identifican diversos factores que intervienen para que se logre la gestión efectiva de las prácticas sustentables, los elementos necesarios para su viabilidad y el impacto positivo a largo plazo de los emprendimientos turísticos (Terán-Yépez *et al.*, 2019). Aquí también se exponen las limitaciones para emprender como la falta de recursos y capacidades organizacionales, la falta de enfoque en la gestión sustentable del emprendimiento turístico por parte de los emprendedores y las consecuencias negativas a largo plazo en materia ambiental, social y económica.

En suma, el presente estudio ha encontrado que en turismo los emprendimientos sustentables son concebidos como el modelo de negocio del presente, ya que desde hace algunos años, se ha reconocido la imperante necesidad de vincular equitativamente las esferas económica, social y ambiental (Criado-Gomis *et al.*, 2017; Shepherd y Patzelt, 2011) en las actividades empresariales en

general, y en el sector turístico en particular; ya que este ha presentado el crecimiento más alto de las últimas décadas, lo cual debe ser gestionado con responsabilidad, más aún después de una crisis como la vivida durante la pandemia.

Por ello, los estudios señalan que los emprendimientos sustentables son un reto en el turismo, ya que regularmente los empresarios dan mayor importancia a los beneficios económicos a corto plazo, rigiendo sus prácticas sustentables apenas con lo necesario para mantenerse al margen de la ley y el *marketing*, tal como lo señaló Buckley (2012).

Con esta investigación se espera beneficiar al sector académico, ya que se favorece a dar respuesta a los vacíos de conocimiento en torno al objeto de estudio; también contribuye con información para las instancias gubernamentales encargadas de la formulación de estrategias y políticas públicas, ya que una mejor orientación de estas fortalecerá la gestión del sector turístico.

Por último, abona en el sector empresarial, colocando a su disposición los alcances y limitaciones que se tienen al emprender en este campo. Como futuras líneas de investigación deben revisarse factores que inciden en el emprendimiento, como la innovación, los modelos de negocios, la formación y competencias adquiridas, la cultura emprendedora, entre otros. Así también, enfoques como los centrados en el desarrollo humano y social, la gestión familiar y la revalorización del patrimonio natural y cultural, como vacíos de conocimientos identificados en esta revisión.

Finalmente, como limitaciones de la presente investigación se encuentran el análisis de artículos de una sola base de datos, y la exclusión de documentos académicos como memorias de congreso, libros y capítulos de libro; por lo cual, futuras revisiones podrían incluir otras bases de datos, a saber, Web of Science, Redalyc, Scielo, con el objetivo de ampliar los hallazgos presentados.

Agradecimiento

Al Consejo Mexiquense de Ciencias y Tecnología (COMECYT) por su apoyo a través del programa investigadores e investigadoras COMECYT.

Referencias

- Abadi, A. & Khakzand, M. (2022). Extracting the qualitative dimensions of agritourism for the sustainable development of Charqoli village in Iran: the promotion of vernacular entrepreneurship and environment-oriented preservation perspectives. *Environ Dev Sustain*, (24), 12609-12671. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01958-0>.
- Ampigotto-Sandri, E., Caciatori-Junior, I., Chapaval-Pimentel, P. & Meira-Teixeira, R. (2020). Emprendimiento social e innovación social: un análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, (36), 511-524. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.157.3886>.
- Aquino, R. S., Lück, M. & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (37), 23-32. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.09.001>.
- Bagheri, F., Ghaderi, Z., Abdi, N. & Hall, C.M. (2022). Female entrepreneurship, creating shared value, and empowerment in tourism; the neutralizing effect of gender-based discrimination. *Current Issues in Tourism*, 1-18.
- Bădulescu A., Badulescu D., Bac D. & Sipos-Gug S. (2014). Attitudes and intentions of business master students towards sustainable tourism and entrepreneurship. *Amfiteatru Economic*, (16), 1110-1124.
- Bertella, G. & Vidmar, B. (2019). Learning to face global food challenges through tourism experiences. *Journal of Tourism Futures*, (5), 168-178.
- Boukas, N. (2019). Rural tourism and residents' well-being in Cyprus: towards a conceptualised framework of the appreciation of rural tourism for islands' sustainable development and competitiveness. *International Journal of Tourism Anthropology*, 7(1), 60-86. <https://doi.org/10.1504/IJTA.2019.10019448>.
- Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research*, (39), 528-546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>.
- Budeanu, A., Miller, G., Moscardo, G. & Can-Seng, O. (2015). Sustainable tourism, progress, challenges and opportunities: an introduction. *Journal of Cleaner Production*, (111), 285-294. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.027>.
- Butkouskaya V., Romagosa F. & Noguera M. (2020). Obstacles to sustainable entrepreneurship amongst tourism students: A gender comparison. *Sustainability*, 12(5), 1812. <https://doi.org/10.3390/su12051812>.
- Benavides-Sánchez, E.P., Moya-Clemente, I. & Ribes-Giner, G. (2022). Sustainable Entrepreneurship and Sustainable Development Goals: a bibliometric analysis. *TEC Empresarial*, (16), 101-122. <https://doi.org/10.18845/te.v16i1.5994>.
- Caamaño-Franco, I., Andrade Suárez, M. & Pérez-García, A. (2020). El turismo marítimo como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino. *Cuadernos de Turismo*, (46), 459-487. <https://doi.org/10.6018/turismo.451921>.

- Campo-Ternera, L., Amar-Sepúlveda, P., Olivero, E. & Huguet, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista de Ciencias Sociales*, (14), 26-37.
- Cantillon, R. (1775). *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. Paris: Institut Coppet.
- Castro-Spila, J., Torres, R., Lorenzo, C. & Santa, A. (2018). Social innovation and sustainable tourism lab: an explorative model. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 8(3), 274-290. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-03-2018-0032>.
- Criado-Gomis A., Cervera-Taulet A. & Iniesta-Bonillo M.A. (2017). Sustainable Entrepreneurial Orientation: A Business Strategic Approach for Sustainable Development. *Sustainability*, 9(1667), 2-25. <https://doi.org/10.3390/su9091667>.
- Calvente, A. M. (2007). El concepto moderno de sustentabilidad. *UAIS Sustentabilidad*, 1-7.
- Comerio, N. & Strozzi, F. (2019). Tourism and its economic impact: A literature review using bibliometric tools. *Tourism Economics*, (25), 109-131. <https://doi.org/10.1177/1354816618793762>.
- Crnogaj, K., Rebernik, M., Hojnik, B.B. & Gomezelj, D.O. (2014). Building a model of researching the sustainable entrepreneurship in the tourism sector. *Kybernetes*, (43), 377-393. <https://doi.org/10.1108/K-07-2013-0155>.
- Chan, J. H., Iankova, K., Zhang, Y., McDonald, T. & Qi, X. (2016). El papel de la autogentrificación en el turismo sostenible: Emprendimiento indígena en el Sitio del Patrimonio Mundial de las Terrazas de Arroz de HongheHani, China. *Journal of Sustainable Tourism*, (24), 1262-1279. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1189923>.
- Dedeke, A. N. (2017). Creating sustainable tourism ventures in protected areas: An actor-network theory analysis. *Tourism Management*, (61), 161-172. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.006>.
- Dean, T. J. & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, (22), 50-76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>.
- De Lange, D. & Dodds, R. (2017). Increasing sustainable tourism through social entrepreneurship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1977-2002. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0096>.
- Del Valle, Y., Meriño, V. & Martínez, C. (2018). Emprendimiento Sostenible: Una Opción para el Crecimiento Local. *I+D Revista de Investigaciones*, (11), 116-128.
- Días, Á., Silva, G. M., Patuleia, M. & González-Rodríguez, M. R. (2020). Developing sustainable business models: local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931>.

- Ditta-Apichai, M., Kattiyapornpong, U. & Gretzel, U. (2020). Platform-mediated tourism micro-entrepreneurship: implications for community-based tourism in Thailand. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, (11), 223-240. <https://doi.org/10.1108/JHTT-05-2019-0079>.
- Drăgoi, M. C., Iamandi, I. E., Munteanu, S. M., Ciobanu, R., Tartavulea, R. I. & Lădaru, R. G. (2017). Incentives for developing resilient agritourism entrepreneurship in rural communities in Romania in a European context. *Sustainability (Switzerland)*, 9(12). <https://doi.org/10.3390/su9122205>.
- Dudin, M. N., Ivashchenko, N. P., Gurinovich, A. G., Tolmachev, O. M. & Sonina, L. A. (2019). Environmental entrepreneurship: characteristics of organization and development. *Entrepreneurship and Sustainability*, (6), 1861-1871.
- Drucker, P. (1998). *Drucker su visión sobre: la administración, la organización basada en la información, la economía y la sociedad*, Colombia: Editorial Norma.
- García, Y.M. & García, E.K. (2021). Emprendimientos turísticos sustentables: Una revisión de la literatura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, (5), 13612-13624. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1346.
- Ertac, M. & Tanova, C. (2020). Flourishing Women through Sustainable Tourism Entrepreneurship. *Sustainability*, 12, <https://doi.org/10.3390/su12145643>.
- Esparza, R., Flores, C. & Barrantes, D. (2020). El ecoturismo como reactivador de los emprendimientos locales en áreas naturales protegidas. *Revista Universidad y Sociedad*, (12), 436-443.
- Figueroa-Domecq, C., Kimbu, A., De Jong, A. & Williams, A.M. (2022). Sustainability through the tourism entrepreneurship journey: a gender perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, (7), 1562-1585. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1831001>.
- Franco I., Suárez M. & García A. (2020). Marine tourism as an option for sustainable local development based on female empowerment. *Cuadernos de turismo*, 46(1), 649-652.
- Giampiccoli, A. & Mtapuri, O. (2022). Community-based tourism and entrepreneurship: towards a model for poverty alleviation and sustainable development. *Journal of Tourism & Development*, (59), 439-449. <https://doi.org/10.1007/s40152-023-00293-6>.
- Greco, A. & de Jong, G. (2017). *Sustainable entrepreneurship: Definitions, themes and research gaps*. Retrieved from University of Groningen. Centre for Sustainable Entrepreneurship.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). Informa mundial 2021/2022. Oportunidad en medio de la interrupción. Disponible en <http://www.witchwoodhouse.com>, [29 de junio de 2022].
- Hlanyane, T. M., Acheampong, K.O. & Author, C. (2017). Tourism entrepreneurship: the contours of challenges faced by female-owned BnBs and Guesthouses in Mthatha, South Africa. In *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(4), 1-17.

- Ireland, R. D., Hitt, M. A. & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, (29), 963-989. https://doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00086-2.
- Kimbu A.N., Ngoasong M.Z., Adeola O. & Afenyo-Agbe E. (2019). Collaborative Networks for Sustainable Human Capital Management in Women's Tourism Entrepreneurship: The Role of Tourism Policy. *Tourism Planning and Development*, (16), 161-178. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1556329>.
- Kummitha, H. R., Kolloju, N., Jancsik, A. & Szalók, Z. C. (2021). Can Tourism Social Entrepreneurship Organizations Contribute to the Development of Ecotourism and Local Communities: Understanding the Perception of Local Communities. *Sustainability*, 13(19), 11031. <https://doi.org/10.3390/su131911031>.
- Kummitha, H. R (2020). Eco-entrepreneurs organizational attitude towards sustainable community ecotourism development. *DETUROPE*, (12), 85-101.
- Kline, C., Shah, N. & Rubright, H. (2014). Applying the Positive Theory of Social Entrepreneurship to Understand Food Entrepreneurs and Their Operations. *Tourism Planning & Development*, (11), 330-342. <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2014.890126>.
- Laeis G. & Lemke S. (2017). Social entrepreneurship in tourism: applying sustainable livelihoods approaches. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1076-1093. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0235>.
- Lara-Pulido J., Aaron A., Guevara-Sanginés A., Felipe Vásquez-Lavin, C., González-Baca C. & Infanzón M. (2021). A Business Case for Marine Protected Areas: Economic Valuation of the Reef Attributes of Cozumel Island. *Sustainability*, 3(8), 4307.
- Maldonado-Erazo, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Miranda-Salazar, S. P., & Tierra-Tierra, N. P. (2022). Strengthening of Community Tourism Enterprises as a Means of Sustainable Development in Rural Areas: A Case Study of Community Tourism Development in Chimborazo. *Sustainability*, 14(7), 4314. <https://doi.org/10.3390/su14074314>.
- Martini, U., Malacarne, K., Pederzoli Giovanazzi, S. & Buffa, F. (2020). Sustainable tourism development in rural and marginal areas and opportunities for female entrepreneurship: lessons from an exploratory study. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, (12), 421-430. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0023>.
- Matsiliza, N. S. (2017). Seeking strategies for sustainability in Tourism Entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(4), 1-10.
- Moreno Zacarías, H. M. & Espíritu Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *PORTES Revista Mexicana de Estudios Sobre La Cuenca Del Pacífico*, (4), 101-122.
- Mohamad, Z. & Nasir, A. (2019). Comparative Analysis of Sustainable Entrepreneurship Among the East Coast Homestays in Malaysia. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-12.

- Movono, A. & Dahles, H. (2017). Female empowerment and tourism: a focus on businesses in a Fijian village. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(6), 681-692. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1308397>.
- Mahato S.S., Phi G.T. & Prats L. (2021). Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (49), 396-406. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.10.010>.
- Naciones Unidas (2022). Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas|Naciones Unidas. United Nations. Disponible en <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>, [27 de junio de 2022].
- Ngo, T., Hales, R. & Lohmann, G. (2019). Collaborative marketing for the sustainable development of community-based tourism enterprises: a reconciliation of diverse perspectives. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2266-283. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1446919>.
- Nieuwland, S. & Lavanga, M. (2021). The consequences of being 'the Capital of Cool'. Creative entrepreneurs and the sustainable development of creative tourism in the urban context of Rotterdam. *Journal of Sustainable Tourism*, (29), 926-943. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1841780>.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M.V. & Hernández-Lara, A.B. (2019). Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, (11), 1377. <http://dx.doi.org/10.3390/su11051377>.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D. & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *International journal of surgery*, 88.
- Picciotti, A. (2017). Towards sustainability: the innovation paths of social enterprise. *University of Perugia, Italy*. [https://doi.org/10.1111/\(ISSN\)1467-8292](https://doi.org/10.1111/(ISSN)1467-8292).
- Piñeiro-Chousa J., López-Cabarcos M., Romero-Castro N. & Vázquez-Rodríguez P. (2021). Sustainable tourism entrepreneurship in protected areas. A real options assessment of alternative management options. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(3), 249-272, DOI: 10.1080/08985626.2021.1872937.
- Porter, B. A., Orams, M. B. & Lück, M. (2017). Sustainable Entrepreneurship Tourism: An Alternative Development Approach for Remote Coastal Communities Where Awareness of Tourism is Low. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 149-165. <https://doi.org/10.1080/21568316.2017.1312507>.
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (2022). ¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible? Disponible en <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>, [16 de octubre de 2022].
- Radović-Marković M. & Živanović B. (2019). Fostering Green Entrepreneurship and Women's Empowerment through Education and Banks' Investments in Tourism: Evidence from Serbia. *Sustainability*, (11), 6826. <https://doi.org/10.3390/su11236826>.

- Romero, X. A. V. & Restrepo, S. O. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las Ciencias*, (2), 346-369.
- Samad S. & Alharthi A. (2022). Untangling Factors Influencing Women Entrepreneurs' Involvement in Tourism and Its Impact on Sustainable Tourism Development. *Administrative Sciences*, (12), 2-19. <https://doi.org/10.3390/admsci12020052>.
- Sardianou, E., Kostakis, I., Mitoula, R., Gkaragkani V., Lalioti E. & Theodoropoulou E. (2016). Understanding the entrepreneurs' behavioural intentions towards sustainable tourism: a case study from Greece. *Environment, Development and Sustainability*, (18), 857-879. <https://doi.org/10.1007/s10668-015-9681-7>.
- Serenari, C., Peterson, M. N., Wallace, T. & Stowhas, P. (2017). Private protected areas, ecotourism development and impacts on local people's well-being: a review from case studies in Southern Chile. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(12), 1792-1810. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1178755>.
- Stanovčić, T., Peković, S., Vukčević, J. & Perović, D. (2018). Going Entrepreneurial: Agro-tourism and Rural Development in Northern Montenegro. *Business Systems Research Journal*, (9), 107-117. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2018-0009>.
- Schumpeter, J. A. (2006). *History of economic analysis*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Swanson, K. K. & DeVereaux, C. (2017). A theoretical framework for sustaining culture: Culturally sustainable entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, (62), 78-88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.12.003>.
- Schumpeter, J. A. (1942). Première et deuxième parties chapitres 1 à 14. In *Capitalism, socialism and democracy: La doctrine marxiste; le capitalisme peut-il survivre? Le socialisme peut-il fonctionner? Socialisme et démocratie* (Vol. 1, pp. 1-464).
- Shepherd, D. A. & Patzelt, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking "What Is to Be Sustained" With "What Is to Be Developed." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, (35), 137-163. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x>.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (2006). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *In Entrepreneurship: concepts, theory and perspective*.
- Sloan, P., Legrand, W. & Simons-Kaufmann, C. (2014). A survey of social entrepreneurial community-based hospitality and tourism initiatives in developing economies: A new business approach for industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, (6), 51-61. <https://doi.org/10.1108/WHATT-11-2013-0045>.
- Splendiani, S., Forlani, F., Picciotti, A. & Presenza, A. (2022). Social Innovation Project and Tourism Lifestyle Entrepreneurship to Revitalize the Marginal Areas. The Case of the via Francigena Cultural Route. *Tourism Planning & Development*, (20), 938-954. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2161616>.

- Solvoll, O., Gry A.A. & Bulanova, O. (2015) Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, (15), 120-137, DOI: 10.1080/15022250.2015.1065592.
- Sulaj, A., Tërpollari, A. & Kondi, B. (2022). Villages' Revitalization Supports a Sustainable Agritourism in Albania. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (13), 546-560. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).23](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).23).
- Terán-Yépez, E.F. & Guerrero-Mora, A.M (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, (47)7.
- Thompson, B. S., Gillen, J. & Friess, D. A. (2017). Challenging the principles of ecotourism: insights from entrepreneurs on environmental and economic sustainability in Langkawi, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 257-276. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1343338>.
- Varmazyari, H., Mirhadi, S.H., Joppe, M., Kalantari, K. & Decrop, A. (2022). Ecolodge Entrepreneurship in Emerging Markets: A New Typology of Entrepreneurs; the Case of IRAN. *Sustainability*, (14), 8479, 2-25. <https://doi.org/10.3390/su14148479>.
- Vinodan, A. & Meera, S. (2021). Potential for social entrepreneurship in tourism in the city of Chennai. International. *Journal of Tourism Cities*, (7), 986-1007.
- Wang, M., Rasoolimanesh, S. M. & Kunasekaran, P. (2022). A review of social entrepreneurship research in tourism: knowledge map, operational experiences, and roadmaps. *Journal of Sustainable Tourism*, (30), 1777-1798.
- Zeng, B. (2018). How can social enterprises contribute to sustainable pro-poor tourism development? *Chinese Journal of Population Resources and Environment*, 16(2), 159-170. <https://doi.org/10.1080/10042857.2018.1466955>.
- Zupic, I. & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational research methods*, (18), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>.