

**Evolución del Emprendimiento en Turismo: Trayectorias,
Tensiones y Perspectivas Científicas**

**Evolution of Tourism Entrepreneurship: Trajectories,
Tensions and Scientific Perspectives**

Enrique Mauro Villavicencio Luna¹

Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú

C25800@utp.edu.pe

Roxana Cynthia Chara Mamani²

Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú

roxana.chara@estudiante.edu.pe

Glenda Liss Graciela Jano Pinares³

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú

gjano@unsa.edu.pe

Kimberly Valeria Grovas Laura⁴

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú

kgrovas@unsa.edu.pe

Artículo Recibido: 19-03-2026

Artículo Aceptado: 11-06-2026

DOI: <https://doi.org/10.55739/fer.32.193>

1 Catedrático en la Universidad Tecnológica del Perú. Doctor en Administración de Empresas y Maestro en Ciencias con mención en Educación Superior por la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. Ingeniero en Administración de Empresas por la Universidad de Tarapacá, Chile. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1070-6192>

2 Técnica Profesional en Administración por el Instituto de Educación Superior “Francisco Antonio de Zela”, trabajadora social en formación por la Universidad Católica de Santa María, Perú. Funcionaria en instituciones públicas. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-1455-4630>

3 Trabajadora Social por la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. Servidora pública en gobiernos locales, especializada en gestión administrativa y en la ejecución de programas sociales y proyectos de turismo. Comprometida con la política y la gestión pública como vías para impulsar un desarrollo local sostenible, inclusivo y centrado en las personas. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6473-2605>

4 Psicóloga en formación por la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú. Actualmente es investigadora junior en la misma institución. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0345-8272>

Resumen

El turismo se ha consolidado como un área de creciente interés académico, en la medida en que conecta dinámicas económicas, sociales y culturales. Sin embargo, la producción científica presenta una notable dispersión temática y teórica, lo que evidencia un vacío en la articulación de sus trayectorias. Este estudio tiene como objetivo sistematizar y analizar críticamente las líneas de investigación que han configurado el emprendimiento en turismo, identificando ejes, tensiones y oportunidades de integración. Metodológicamente, se desarrolló una revisión bibliográfica de publicaciones indexadas en Scopus a través de la aplicación del protocolo PRISMA. Los hallazgos muestran que, si bien cada eje ha aportado avances significativos, la fragmentación limita la consolidación de un marco teórico integral. Se propone, por tanto, un esquema analítico que articula categorías antes dispersas y permite comprender la evolución científica del campo. Las implicaciones de este trabajo radican en destacar la necesidad de investigaciones interdisciplinarias que integren economía, sociología, antropología y estudios ambientales, así como de fortalecer el diálogo académico desde el sur global. En conjunto, se busca promover un turismo más sostenible, inclusivo y en sintonía con las transformaciones sociales y territoriales contemporáneas.

Palabras clave:

Emprendimiento turístico, producción científica, desarrollo local, ODS 8.9: Promover un turismo beneficioso y sostenible.

Abstract

Tourism entrepreneurship has consolidated itself as a field of growing academic interest, as it connects economic, social, and cultural dynamics. Nevertheless, scientific production displays a notable thematic and theoretical dispersion, evidencing a gap in the articulation of its trajectories. This study aims to systematise and critically analyse the research lines that have shaped entrepreneurship in tourism, identifying axes, tensions, and opportunities for integration. Methodologically, a bibliographic review of publications indexed in Scopus was conducted through PRISMA protocol. Findings show that, although each axis has generated significant advances, fragmentation hinders the consolidation of a comprehensive theoretical framework. An analytical scheme is therefore proposed to articulate previously dispersed categories and to understand the scientific evolution of the field. The implications of this study lie in the need for interdisciplinary research that integrates economics, sociology, anthropology, and environmental studies, as well as in

strengthening academic dialogue on a global scale. Overall, the study seeks to foster a more sustainable and inclusive tourism, in line with contemporary social and territorial transformations.

Keywords:

Tourism entrepreneurship, scientific production, local development, SDG 8.9: Promote beneficial and sustainable tourism



Introducción

El emprendimiento se ha consolidado en las últimas décadas como un motor esencial de innovación y desarrollo en la economía global, y el turismo no constituye una excepción (Power et al., 2017). Por su carácter dinámico y capacidad para articular recursos naturales, culturales y sociales, el sector ha configurado un terreno fértil para iniciativas emprendedoras orientadas a responder a la creciente demanda de experiencias auténticas, diferenciadas y sostenibles (de Carvalho, 2017; Mahato et al., 2024). No obstante, la producción científica en torno al emprendimiento turístico ha evolucionado de manera fragmentada, privilegiando aproximaciones centradas en ejes específicos —como la ruralidad, la sostenibilidad o la educación— sin lograr siempre una visión comprehensiva de su desarrollo teórico y metodológico. Esta dispersión revela la urgencia de examinar las trayectorias investigativas que han dado forma al campo, al tiempo que permite identificar debates y tensiones en su proceso de consolidación académica.

La pregunta que orienta este trabajo es: ¿de qué formas la investigación en emprendimiento ha transitado en el rubro del turismo? Responder a esta interrogante exige mapear los aportes existentes y reconocer vacíos que aún limitan la construcción de un marco conceptual más robusto. En ese sentido, el objetivo general de este artículo es sistematizar y analizar críticamente la evolución de la investigación científica sobre emprendimiento en turismo, identificando sus principales trayectorias temáticas, tensiones analíticas y oportunidades de integración conceptual.

De manera específica, el estudio busca: (i) caracterizar la evolución de la producción científica sobre emprendimiento turístico en publicaciones indexadas en Scopus, (ii) identificar los principales autores, instituciones, países, revistas y artículos que han contribuido a la configuración del campo, (iii) reconocer los ejes temáticos dominantes, intermedios y emergentes presentes en la literatura; y (iv) proponer una lectura integradora que articule los debates sobre ruralidad, sostenibilidad, género, educación emprendedora y tipologías turísticas emergentes. Si bien diversos estudios han subrayado la contribución del emprendimiento turístico al desarrollo local y a la generación de empleo, también han puesto de manifiesto que su éxito depende de factores estructurales, institucionales y culturales que demandan una lectura interdisciplinaria y contextualizada.

Metodológicamente, se desarrolló en una revisión sistemática de literatura científica, seleccionada con base en criterios de indexación, pertinencia temática y relevancia para comprender las intersecciones entre emprendimiento y turismo, como recomiendan Saputra et al. (2023). La construcción de categorías analíticas permitió organizar los hallazgos en torno a ejes que evidencian tanto el grado de madurez del campo como los derroteros aún pendientes de consolidación.

La relevancia de este estudio se proyecta en dos dimensiones complementarias. En primer lugar, contribuye a la sistematización crítica del conocimiento acumulado, ofreciendo una lectura que articula enfoques previamente dispersos. En segundo lugar, el artículo se presenta en lengua española como un ejercicio de mediación lingüística y democratización del conocimiento científico hacia el Sur Global. Esta elección supone un acto de reconocimiento a la diversidad epistémica lingüística, posibilitando un diálogo con contextos latinoamericanos y caribeños, donde el turismo y emprendimiento cumplen un rol estratégico (Ramos, 2024).

De este modo, el trabajo se organiza en cuatro apartados. Tras esta introducción, se exponen los fundamentos conceptuales y metodológicos que guían el análisis. En seguida, se presentan los resultados y la discusión en torno a cinco ejes temáticos: el emprendimiento turístico en contextos

rurales, la sostenibilidad como eje transversal, las perspectivas de género, la educación y la intención emprendedora, y las convergencias con tipologías emergentes. El artículo concluye con una síntesis de los principales hallazgos, la identificación de limitaciones y la propuesta de futuras líneas de investigación.

Procedimientos metodológicos

El presente trabajo adopta como eje central el análisis de las trayectorias científicas en torno al emprendimiento turístico, a fin de comprender cómo se ha configurado su desarrollo teórico y aplicado en las últimas décadas. En virtud de ello, se ha optado por una revisión sistemática de la literatura especializada, cuyo propósito es identificar los principales enfoques, autores, instituciones y contextos geográficos que han contribuido a consolidar este campo de estudio. Como reconocen Aranibar et al. (2024) y Olarte (2025), tal aproximación no solo permite reconocer los avances más significativos, sino también delimitar vacíos y retos que persisten en la intersección entre emprendimiento y turismo, especialmente frente a los desafíos de sostenibilidad, equidad de género e innovación social.

Para garantizar la rigurosidad metodológica, la revisión se estructuró bajo el protocolo PRISMA (Figura 1), el cual permitió depurar un corpus inicial amplio hasta llegar a una muestra final representativa de artículos científicos. Se consideraron criterios de inclusión y exclusión por rango temporal (2000–2024), tipo de documento (artículos revisados por pares) y pertinencia temática, de modo que los textos seleccionados ofrecieran evidencia empírica o marcos conceptuales directamente vinculados con el objeto de estudio. Así, se expresa que la ecuación booleana fue:

(TITLE (entrepreneurship) AND TITLE (tourism)) AND
PUBYEAR > 1999 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , “ar”))

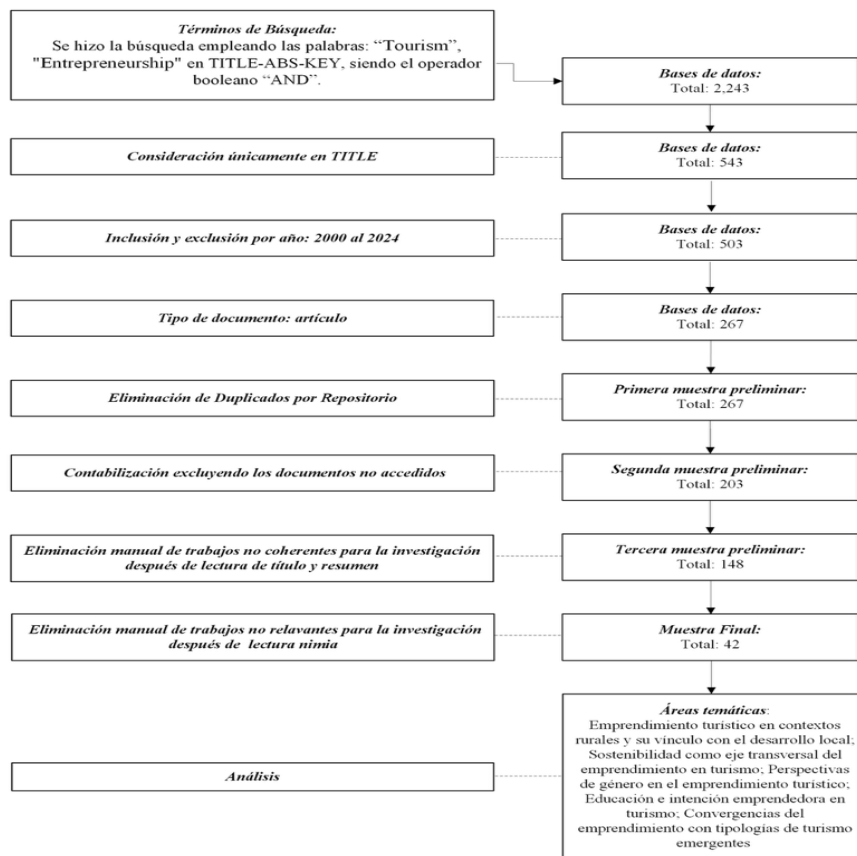
La construcción de las categorías analíticas se desarrolló en una fase posterior a la depuración del corpus documental. Una vez definida la muestra final de 42 artículos, se realizó una lectura sistemática de los títulos, resúmenes,

palabras clave, objetivos, metodologías y principales hallazgos de cada publicación. Esta información fue organizada en una matriz de análisis que permitió identificar recurrencias temáticas, enfoques conceptuales, contextos de aplicación y problemas de investigación predominantes. En una primera etapa, se aplicó una codificación abierta para registrar los temas más frecuentes y las relaciones conceptuales presentes en los artículos; posteriormente, mediante una codificación axial, dichos temas fueron agrupados según su afinidad teórica y su capacidad para explicar trayectorias comunes dentro del campo.

El paso de los 42 artículos a los cinco ejes analíticos no respondió, por tanto, a una selección arbitraria, sino a un proceso de síntesis temática basado en tres criterios: recurrencia en el corpus revisado, relevancia conceptual para comprender el emprendimiento turístico y capacidad de articular debates transversales presentes en la literatura. Asimismo, se diferenciaron los resultados bibliométricos —orientados a describir producción anual, autores, instituciones, países, revistas y palabras clave— de los ejes analíticos de discusión, destinados a interpretar críticamente las principales líneas de investigación del campo. De esta forma, los ejes seleccionados funcionan como categorías integradoras que permiten pasar de la descripción bibliográfica a una lectura crítica de las tensiones, vacíos y posibilidades de articulación teórica.

También, el alcance de esta revisión trasciende la mera descripción bibliográfica de 42 artículos, pues se orienta a una lectura crítica que vincula los hallazgos con procesos más amplios de desarrollo económico, social y cultural. En tal sentido, se destacan cinco ejes analíticos que estructuran la discusión: emprendimiento turístico en contextos rurales y el desarrollo local; sostenibilidad como eje transversal del emprendimiento en turismo; perspectivas de género en el emprendimiento turístico; educación e intención emprendedora en turismo; y convergencias del emprendimiento con tipologías emergentes. Este abordaje integral permite reconocer no solo el estado del arte, sino también las transformaciones epistemológicas que han guiado la investigación sobre emprendimiento turístico en las últimas dos décadas.

Figura 1
Flujograma PRISMA



Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus

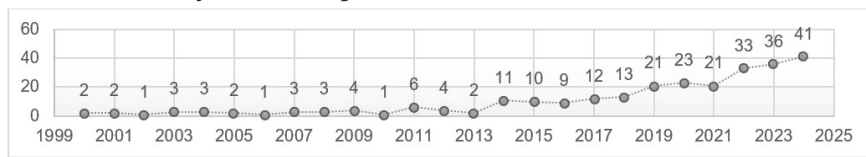
Resultados

Los resultados de la revisión sistemática evidencian seis hallazgos principales. En primer lugar, la producción científica sobre emprendimiento en turismo muestra una expansión sostenida desde 2014 y una aceleración más marcada desde 2018 (ver Figura 2). En segundo lugar, la producción se concentra en determinadas instituciones, autores y países, especialmente

del Reino Unido, Sudáfrica, Estados Unidos, China y España (ver Tabla 1). En tercer lugar, los artículos más citados se vinculan con emprendimiento de estilo de vida, sostenibilidad, capital social y agroturismo (ver Tabla 2). En cuarto lugar, el mapa de coocurrencias revela la centralidad de los términos emprendimiento, turismo y sostenibilidad, alrededor de los cuales se articulan subcampos temáticos (ver Figura 3). En quinto lugar, las revistas con mayor presencia confirman el carácter interdisciplinario del área (ver Figura 4). Finalmente, las palabras clave permiten distinguir tendencias consolidadas, intermedias y emergentes, lo que muestra un campo en expansión y diversificación (ver Tabla 3 y Tabla 4).

Figura 2

Producción científica sobre emprendimiento en el turismo



Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus, procesados a través de Microsoft Excel.

La Figura 2 muestra un patrón de crecimiento sostenido a partir del año 2014, con un aumento particularmente notable desde 2018, momento en el cual las publicaciones alcanzan una tendencia mayoritariamente ascendente y continua. Mientras en los primeros años de la serie (2000–2010) la producción se mantuvo en niveles bajos y dispersos, a partir de 2015 se registra un incremento progresivo que culmina en 2024 con un total de 41 publicaciones.

Tabla 1

Instituciones, Autores y Países con mayor producción sobre el Estudio del Emprendimiento en el Turismo

	Nº	Institucion(es)	Autor(es)	País(es)
Mayor Producción	1	University of Johannesburg (11), Sudáfrica	Álvaro Lopes Dias (7)	Reino Unido (29)
	2	University of Surrey (9), Reino Unido	Ikechukwu Onyekwere Ezeuduji (5), Albert Nsom Kimbu (5), Sibusiso Ntshangase (5)	Sudáfrica (25), Estados Unidos de América (25)
	3	Instituto de Lisboa (8), Portugal	Cristina Figueroa-Domecq (4), Michael Zisuh Ngoazong (4), Anna De Jong (4)	China (20)
	4	University of Sadat City (6), Egipto; Faculty of Tourism and Hotels (6), Egipto	Richard Aquino (3), Irena Ateljević (3), Stephen Doorme (3), Rozalia Manuela Gabor (3), Rob Hallak (3), Michael Lück (3), Flavia Dana Oltean (3), Leandro Ferreira Pereira (3), Allan Morgan Williams (3)	España (19)
	5	University of Glasgow (5), Reino Unido; University of Zululand (5), Sudáfrica; Auckland University of Technology (5), Nueva Zelanda	-	Australia (17)

Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus.

La Tabla 1 muestra las instituciones, autores y países con mayor producción científica sobre emprendimiento en turismo, antes de la evaluación manual de manuscritos. A nivel institucional, destacan la University of Johannesburg y la University of Surrey como las entidades con mayor número de publicaciones dentro del corpus analizado. A nivel internacional, el Reino Unido registra la mayor producción académica, seguido por Sudáfrica, Estados Unidos, China y España.

La Tabla 2 sintetiza los artículos con mayor número de citas, lo que permite identificar los trabajos fundacionales y de mayor influencia en la configuración del campo. Estos artículos han marcado la agenda académica, convirtiéndose en referencia para estudios posteriores.

Tabla 2

Artículos con mayor número de citaciones sobre el Estudio del Emprendimiento en el Turismo

Artículos de Mayor Impacto	Nº	Título	Fuente	Autor(es)	Año	Citas
	1	'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism?	Journal of Sustainable Tourism	Ateljevic y Doorne	2000	560
	2	Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle	Annals of Tourism Research	Russell y Faulkner	2004	293
	3	Motivation for agri-tourism entrepreneurship	Journal of Travel Research	McGehee y Kim	2004	293
	4	The entrepreneurship factor in sustainable tourism development	Journal of Cleaner Production	Lordkipanidze, Brezet y Backman	2005	242
	5	Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry	International Journal of Hospitality Management	Getz y Peterson	2005	222
	6	Social capital and tourism entrepreneurship	Annals of Tourism Research	Zhao, Ritchie y Echtner	2011	211
	7	Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship	Tourism Management	McGehee, Kim y Jennings	2007	199

Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus.

Los resultados muestran que los artículos de Ateljevic y Doorne (2000), con más de 500 citaciones, y de Russell y Faulkner (2004), con casi 300, ocupan un lugar preponderante en la literatura. Asimismo, investigaciones posteriores como las de Lordkipanidze et al. (2005) y Zhao et al. (2011) reflejan un interés creciente por la sostenibilidad y el capital social en el emprendimiento turístico. En conjunto, la tabla evidencia que los temas de motivación, sostenibilidad y redes sociales constituyen ejes de análisis recurrentes, confirmando que el emprendimiento turístico como área de investigación se ha nutrido de aportes multidimensionales.

Relaciones Temáticas en el Estudio del Emprendimiento en Turismo

Figura 4

Revistas con mayor producción sobre emprendimiento turístico



Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus, procesados a través de Scimago Graphica.

La Figura 4 muestra las revistas científicas con mayor número de publicaciones relacionadas con emprendimiento en turismo. Entre las revistas con mayor presencia se encuentran *Journal of Sustainable Tourism*, *Tourism Management*, *Sustainability* y *Annals of Tourism Research*. También se identifican publicaciones en revistas de áreas afines, como *Journal of Cleaner Production* y *Frontiers in Psychology*.

En la Tabla 3, se distinguen claramente dos niveles de evolución conceptual: por un lado, las tendencias consolidadas muestran un corpus robusto de estudios que han configurado un campo de conocimiento más estable, mientras que las tendencias intermedias que, aunque con menor frecuencia, poseen un potencial significativo para ampliar la agenda académica.

Tabla 3

Tendencias Consolidadas e Intermedias en el Estudio del Emprendimiento en Turismo

Tendencias consolidadas		Tendencias Intermedias	
Keyword / Palabra Clave	f [/]	Keyword / Palabra Clave	f
entrepreneurship / emprendimiento	90	entrepreneurial intention / intención emprendedora	9
tourism / turismo	64	entrepreneurship education / educación en emprendimiento	9
social entrepreneurship / emprendimiento social	20	hospitality / hospitalidad	8
tourism entrepreneurship / emprendimiento turístico	19	sustainable development / desarrollo sostenible	8
sustainability / sostenibilidad	17	entrepreneurial orientation / orientación emprendedora	7
gender / género	14	cultural tourism / turismo cultural	6
innovation / innovación	12	entrepreneur / emprendedor	6
rural tourism / turismo rural	12	lifestyle entrepreneurship / estilo de vida emprendedor	6
sustainable tourism / turismo sostenible	12	tourism social entrepreneurship / emprendimiento social en turismo	6
social capital / capital social	10	women / mujeres	6
		women entrepreneurship / emprendimiento femenino	6

f[/] Frecuencia

Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus, procesados a través de Microsoft Excel.

La Tabla 3 presenta las palabras clave agrupadas en tendencias consolidadas e intermedias según su frecuencia de aparición. En el grupo de tendencias consolidadas, las palabras clave con mayor frecuencia son “emprendimiento” (90), “turismo” (64) y “emprendimiento social” (20). También aparecen términos como “sostenibilidad”, “género”, “innovación” y “turismo rural”. En el grupo de tendencias intermedias se identifican palabras clave como “intención emprendedora”, “educación emprendedora”, “desarrollo sostenible”, “turismo cultural”, “estilo de vida emprendedor” y “emprendimiento femenino”.

Tabla 4*Tendencias Emergentes en el Estudio del Emprendimiento en Turismo*

Tendencias Emergentes					
Keyword / Palabra Clave	f ^{1/}	Keyword / Palabra Clave	f	Keyword / Palabra Clave	f
bibliometric analysis / análisis bibliométrico	5	sustainable entrepreneurship / emprendimiento sostenible	4	medical tourism / turismo médico	3
community-based tourism / turismo comunitario	5	tourism industry / industria turística	4	Nepal / Nepal	3
culture / cultura	5	creative tourism / turismo creativo	3	New Zealand / Nueva Zelanda	3
development / desarrollo	5	creativity / creatividad	3	performance / desempeño	3
education / educación	5	developing countries / países en desarrollo	3	medical tourism / turismo médico	3
heritage / patrimonio	5	ecotourism / ecoturismo	3	policy / política	3
resilience / resiliencia	5	Egypt / Egipto	3	resources / recursos	3
tourism development / desarrollo turístico	5	empowerment / empoderamiento	3	rural areas / áreas rurales	3
community development / desarrollo comunitario	4	female entrepreneurship / emprendimiento femenino	3	social innovation / innovación social	3
economic development / desarrollo económico	4	Greece / Grecia	3	social policy / política social	3
entrepreneurs / emprendedores	4	green entrepreneurship / emprendimiento verde	3	sustainable development goals / objetivos de desarrollo sostenible	3
pls-sem / pls-sem	4	human capital / capital humano	3	sustainable tourism development / desarrollo turístico sostenible	3
regional development / desarrollo regional	4	India / India	3	technology / tecnología	3
social enterprise / empresa social	4	innovativeness / innovación	3	tourism entrepreneur / emprendedor turístico	3
South Africa / Sudáfrica	4	management / gestión	3	tourism policy / política turística	3

f^{1/} Frecuencia

Nota. Elaborado con datos tomados de Scopus, procesados a través de Microsoft Excel.

La Tabla 4 presenta las palabras clave clasificadas como tendencias emergentes. Entre los términos con mayor frecuencia en este grupo se encuentran “análisis bibliométrico”, “turismo comunitario”, “cultura”, “educación” y “desarrollo turístico”, cada uno con una frecuencia de 5. También se identifican conceptos como “emprendimiento sostenible”, “industria del turismo”, “turismo creativo” y “ecoturismo”. Asimismo, aparecen referencias territoriales específicas, entre ellas India, Nepal, Grecia, Egipto, Sudáfrica y Nueva Zelanda.

En síntesis, los resultados muestran un incremento progresivo de la producción científica sobre emprendimiento en turismo, una concentración de publicaciones en determinadas instituciones, autores y países, la presencia de artículos altamente citados vinculados con líneas

temáticas específicas, y una organización del campo en torno a palabras clave asociadas con emprendimiento, turismo, sostenibilidad, educación, género, ruralidad y tipologías turísticas emergentes. Estos hallazgos constituyen la base empírica para la discusión interpretativa que se desarrolla en la sección siguiente.

Discusión

La discusión se desarrolla a partir de los hallazgos expuestos en la sección de resultados y se orienta por los objetivos específicos planteados en la introducción. En este apartado, los datos bibliométricos y temáticos no se reiteran de manera descriptiva, sino que se interpretan en función de su significado para comprender la evolución científica del emprendimiento turístico. Así, el crecimiento de la producción académica, la concentración de autores, instituciones, países y revistas, y la recurrencia de determinadas palabras clave permiten identificar trayectorias, tensiones y vacíos en la configuración del campo.

En términos generales, los resultados bibliométricos muestran que el emprendimiento turístico ha adquirido mayor presencia dentro de los estudios turísticos, especialmente durante la última década. No obstante, este crecimiento no supone una consolidación teórica homogénea, sino una expansión acompañada por la diversificación de enfoques, problemas de investigación y contextos de aplicación. Asimismo, la concentración de publicaciones en determinados espacios académicos evidencia núcleos consolidados de producción y circulación del conocimiento, pero también plantea interrogantes sobre la visibilidad de investigaciones desarrolladas en regiones periféricas o en contextos del Sur Global.

Por su parte, el análisis de palabras clave, coocurrencias y artículos más citados permite reconocer que el campo se articula alrededor de nociones centrales como emprendimiento, turismo y sostenibilidad, al mismo tiempo que se expande hacia líneas vinculadas con ruralidad, género, educación emprendedora, capital social, innovación y tipologías turísticas emergentes. A partir de esta lectura, la discusión se organiza en cinco ejes

temáticos derivados del corpus revisado, los cuales permiten pasar de la descripción de tendencias bibliométricas a una interpretación crítica de las trayectorias científicas, tensiones y posibilidades de articulación conceptual del emprendimiento turístico.

Emprendimiento turístico en contextos rurales y el desarrollo local

El emprendimiento turístico en espacios rurales ha sido ampliamente reconocido como una vía estratégica para dinamizar economías locales, diversificar ingresos y fortalecer procesos comunitarios (Ahmad et al., 2022). Utami et al. (2023) observan que la aparición de micro y pequeñas empresas turísticas en áreas rurales responde tanto a la búsqueda de alternativas económicas frente al declive de la agricultura como al aprovechamiento de recursos culturales y naturales endógenos, aunque no necesariamente presenta el emprendimiento como una solución estructural para el desarrollo local, sino como una medida paliativa por la población. A ello, Fernandez et al. (2024) añaden que este proceso se vincula estrechamente con la generación de empleo, retención poblacional en territorios con altas tasas de migración y revitalización de tradiciones locales, hecho que refuerza el turismo como un instrumento de desarrollo integral en comunidades rurales. La literatura evidencia que estos emprendimientos, al estar profundamente anclados en el territorio, no solo generan valor económico sino también social y cultural, integrando lógicas de sostenibilidad que fortalecen la cohesión comunitaria.

No obstante, los retos que enfrentan los emprendedores rurales en turismo son múltiples y heterogéneos. En el contexto africano, por ejemplo, se aprecia que pese a la existencia de políticas de apoyo, las microempresas de hospedaje en zonas rurales encuentran dificultades vinculadas a la falta de infraestructura adecuada, barreras de acceso al crédito, escasa capacitación y limitada capacidad de inserción en cadenas de valor (Lebambo, 2019). Esta situación se replica en otras regiones donde, aunque el turismo aparece como motor de oportunidades, la viabilidad de los emprendimientos depende de la capacidad de los Estados para diseñar políticas diferenciadas que respondan a las especificidades de las comunidades rurales y no a

modelos urbanos estandarizados. Así, se plantea la necesidad de fortalecer marcos de gobernanza territorial que acompañen el desarrollo de negocios turísticos locales en consonancia con las realidades de cada región.

La relación entre turismo rural y desarrollo local también ha sido analizada desde una perspectiva macroeconómica.

que la expansión del emprendimiento turístico contribuye a la generación de empleo, aumento de ingresos familiares y diversificación de la economía rural, pero su desempeño está condicionado por factores estructurales como los niveles de ingreso nacional, disponibilidad de capital humano y políticas de fomento empresarial (Tleuberdinova et al., 2021). Similarmente, Subramaniam y Masron (2022) destacan que en países en desarrollo el turismo puede catalizar procesos de emprendimiento, aunque los impactos positivos no son automáticos; requieren acompañamiento institucional, inversión en infraestructura y acceso a financiamiento. En este sentido, la literatura converge en señalar que el emprendimiento turístico rural solo se traduce en desarrollo local sostenible cuando se encuentra articulado a políticas públicas inclusivas y a dinámicas comunitarias participativas.

Al mismo tiempo, la evidencia empírica muestra que la clave para el éxito de los emprendimientos turísticos rurales reside en su capacidad de integrar factores sociales, ambientales y culturales en sus modelos de negocio. Experiencias en Indonesia revelan que la sostenibilidad de las “aldeas turísticas” depende no solo de la gestión de ingresos, sino también de la cooperación entre actores, innovación, creatividad y conciencia ambiental de los emprendedores (Utami et al., 2023). Estas conclusiones dialogan con hallazgos en Latinoamérica, donde se ha identificado que la permanencia de los emprendimientos rurales está asociada al capital social y humano disponible, así como a la capacidad de articular recursos patrimoniales, culturales y naturales en ofertas turísticas diferenciadas (Quispe et al., 2024). Desde esta perspectiva, el emprendimiento turístico en contextos rurales debe ser entendido no solo como una estrategia económica, sino como un proceso integral que incide en la calidad de vida, preservación cultural y sostenibilidad territorial.

Sostenibilidad como eje transversal del emprendimiento en turismo

El emprendimiento en turismo ha incorporado progresivamente la sostenibilidad como un eje estructurador de sus prácticas y discursos, al punto de convertirse en un criterio de legitimidad para las iniciativas que buscan trascender los beneficios económicos (Zeng et al., 2024). En países en desarrollo, los emprendedores turísticos enfrentan un doble desafío: asegurar la viabilidad de sus negocios y, al mismo tiempo, contribuir a la conservación de los recursos culturales y naturales que constituyen su base de operación. Como señala Jaafar et al. (2011), en Malasia la proliferación de pequeñas y medianas empresas hoteleras se enmarca en limitaciones de capital y capacitación, lo que obliga a sus propietarios a depender de estrategias de sostenibilidad social, como el uso de redes locales y el fortalecimiento comunitario. Así, la sostenibilidad se configura no solo como una exigencia ambiental, sino también como un medio de resiliencia económica.

En la literatura más reciente, se ha destacado que la sostenibilidad en emprendimiento turístico no puede desligarse de enfoques sociales y comunitarios. La investigación de Wang et al. (2022) sobre el emprendimiento social en turismo muestra experiencias exitosas que articulan objetivos de conservación ambiental con metas de inclusión social, consolidando lo que denominan *roadmaps* hacia prácticas transformadoras. En un sentido similar, el estudio de Dan y Shimizu (2022) sobre empresas familiares en Tioman Island evidencia cómo la inserción de mujeres en el liderazgo de negocios turísticos fortalece tanto la sostenibilidad de las familias como la del destino, pues amplía el capital humano y diversifica la gestión cotidiana. Estas prácticas constatan que la sostenibilidad se torna transversal cuando articula simultáneamente objetivos ambientales, sociales y de empoderamiento.

El reconocimiento de saberes locales y de sistemas de conocimiento indígena también amplía el horizonte de la sostenibilidad en el emprendimiento turístico. Cheteni y Umejesi (2024) argumentan que la incorporación de prácticas y conocimientos ancestrales en el turismo cultural rural no solo

preserva identidades comunitarias, sino que fomenta modelos de negocio que fortalecen el desarrollo endógeno y sustentable. Este hallazgo conecta con la propuesta de AntoniĆ et al. (2024), quienes muestran que proyectos de regeneración urbana basados en iniciativas de turismo cultural —como el modelo *Albergo Diffuso* en Serbia— permiten revitalizar centros históricos en declive, generando beneficios económicos al tiempo que se mantienen los valores patrimoniales. Ambos casos ilustran cómo la sostenibilidad se transversaliza cuando las prácticas emprendedoras conjugan conservación, innovación social y revitalización de espacios urbanos y rurales.

Por otro lado, es necesario resaltar la dimensión de género como un componente crítico de la sostenibilidad en el emprendimiento turístico. Karatas-Ozkan et al. (2024) demuestran que las mujeres emprendedoras, al transformar diferentes tipos de capital (económico, cultural, social y simbólico), actúan como agentes de cambio en territorios donde las fuerzas patriarcales limitan las oportunidades. Su papel resulta decisivo para vincular los objetivos del emprendimiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente en lo concerniente a la equidad e inclusión. En esta línea, Putrik et al. (2024) sostienen que el marco institucional y jurídico es determinante para potenciar tales procesos, puesto que políticas públicas coherentes crean un entorno favorable para el emprendimiento turístico sostenible.

Perspectivas de género en el emprendimiento turístico

El análisis del emprendimiento turístico desde una perspectiva de género revela tensiones profundas entre las capacidades reconocidas a las mujeres y las limitaciones estructurales que aún condicionan su plena participación en el sector (Rodríguez-Vera et al., 2025). Diversos estudios como el de Kutlu y Ngoasong (2024) han mostrado que, aunque las mujeres suelen demostrar mayor disciplina, responsabilidad y compromiso —competencias fundamentales para la creación y sostenibilidad de empresas turísticas—, mantienen una menor propensión a iniciar proyectos emprendedores, especialmente en comparación con sus pares masculinos. Muñoz-Fernández et al. (2016) subrayan que la falta de competencias

percibidas en áreas como la iniciativa o la toma de riesgos puede estar vinculada a procesos educativos que, desde la infancia, desincentivan en las mujeres actitudes asociadas a la innovación y el liderazgo empresarial. Esta brecha evidencia la necesidad de políticas educativas y de género más robustas que integren formación emprendedora de manera equitativa en la educación superior en turismo.

También, se destaca que la resiliencia de las mujeres en contextos de crisis ha permitido la continuidad de pequeñas y medianas empresas turísticas en escenarios de alta vulnerabilidad. El estudio de Zapalska y McCutcheon (2024) sobre emprendimiento femenino en Polonia evidencia que las emprendedoras han logrado sostener sus negocios frente a adversidades como la crisis financiera de 2007 y la pandemia de COVID-19, pese a enfrentar limitaciones estructurales como la escasez de financiamiento de bajo costo. Estrategias orientadas a la sostenibilidad, conservación ambiental y participación comunitaria se convirtieron en ejes de crecimiento, sugiriendo que el emprendimiento femenino tiende a alinearse con objetivos de transformación social y ambiental. Esta orientación diferencial no solo aporta al tejido empresarial, sino que también redefine los parámetros de éxito económico en el turismo al incluir metas de sostenibilidad y cohesión social.

Por otro lado, el emprendimiento turístico femenino debe comprenderse en un marco cultural e institucional más amplio. En el contexto africano, Aleshinloye (2024) muestra cómo la desigualdad de género, normas patriarcales y barreras legales dificultan que las mujeres accedan a oportunidades de emprendimiento turístico en sitios de alto valor patrimonial, como los reconocidos por la UNESCO. Sin embargo, el turismo constituye también un vector de empoderamiento económico y social al facilitar el acceso de las mujeres a ingresos propios, mayor reconocimiento social y participación activa en procesos de planificación. Este hallazgo resuena con los planteamientos de Vukovic et al. (2023), quienes observaron que en áreas rurales de Serbia la creación de grupos de autoayuda femeninos generó no solo oportunidades de autoempleo en turismo, sino también capital social, visibilidad y capacidad de negociación

para las mujeres en espacios comunitarios tradicionalmente dominados por hombres.

De forma complementaria, la literatura señala que las universidades y centros de formación juegan un papel clave en la reducción de la brecha de género en el emprendimiento turístico. López-Gómez (2023) sostiene que las mujeres graduadas en turismo poseen herramientas formativas valiosas para emprender, pero requieren de un entorno institucional que fomente explícitamente su espíritu emprendedor como salida laboral. En este sentido, el emprendimiento deja de ser únicamente una opción económica y se convierte en un espacio de emancipación y proyección profesional, sobre todo en ámbitos locales donde las mujeres lideran proyectos turísticos vinculados al turismo rural, comunitario y de naturaleza. Asimismo, estudios sobre la articulación entre género, emprendimiento y política social subrayan que el desarrollo de políticas públicas sensibles al género resulta imprescindible para garantizar la sostenibilidad de estos procesos, dado que las trayectorias emprendedoras femeninas no son neutras ni en su relación con la sostenibilidad ni en su interacción con el mercado laboral (Kimbu et al., 2024).

Educación e intención emprendedora en turismo

La educación en emprendimiento se ha consolidado como un eje central en la formación universitaria en turismo, dado que constituye un medio para cultivar capacidades orientadas a la innovación y creación de valor en entornos caracterizados por volatilidad e incertidumbre. Tal como señalan Ahmad et al. (2018), la enseñanza del emprendimiento en hospitalidad y turismo enfrenta el desafío de vincular teoría y práctica, evitando la dependencia de metodologías tradicionales como la clase magistral y estudio de caso, que por sí solas resultan insuficientes para estimular un pensamiento emprendedor robusto. En la misma línea, Ndou et al. (2019) advierten que las universidades europeas han comenzado a incluir módulos de emprendimiento en programas turísticos, pero persiste un déficit en el diseño de trayectorias efectivas que fomenten habilidades aplicadas a la identificación de oportunidades y gestión de proyectos innovadores. Estos

hallazgos sugieren que, si bien el emprendimiento está siendo incorporado curricularmente, su profundidad y efectividad siguen siendo limitadas.

La intención emprendedora en los estudiantes de turismo depende en gran medida de cómo perciben la deseabilidad y factibilidad de emprender, factores modelados por su formación académica y experiencias previas. Ntshangase et al. (2024), mediante un modelo estructural compuesto, muestran que variables como edad, género, confianza personal y haber cursado módulos de emprendimiento influyen significativamente en la intención de emprender. A su vez, estudios en Sudáfrica han evidenciado que la educación en emprendimiento tiene un impacto directo en la intención de crear negocios turísticos, aunque también revelan que este efecto está mediado por factores de contexto, tales como el acceso al capital y las redes de apoyo (Ntshangase & Ezeuduj, 2023). Estos resultados refuerzan la idea de que la intención emprendedora no surge de manera aislada, sino que es producto de la interacción entre pedagogía, entorno socioeconómico y características individuales.

Asimismo, se ha resaltado la implicancia de enfoques pedagógicos experienciales en la educación emprendedora en turismo. Según Ntshangase et al. (2024), el uso de metodologías prácticas y vivenciales fortalece la adquisición de competencias aplicadas, incrementando la autoeficacia y la predisposición a emprender. Complementariamente, Ayeh et al. (2023) aplicaron la Teoría del Comportamiento Planificado para explicar la respuesta de estudiantes de hospitalidad y turismo ante el emprendimiento, concluyendo que actitudes personales, control conductual percibido y normas sociales inciden más que los conocimientos teóricos en la decisión final de emprender. Ello sugiere que los programas trasciendan la mera transmisión de contenidos y se orienten hacia el fortalecimiento de competencias blandas, percepciones de viabilidad y confianza en la acción emprendedora.

A su vez, se reconoce que la educación emprendedora también posee un potencial democratizador, particularmente en grupos históricamente subrepresentados. López-Gómez (2023) plantea que las universidades

deben fomentar de manera proactiva el emprendimiento femenino en turismo, presentándolo como alternativa laboral viable y mecanismo para reducir brechas de género. Esta perspectiva coincide con estudios que muestran cómo la formación universitaria en turismo, al reforzar la creatividad y pensamiento innovador, puede impulsar la participación de jóvenes y mujeres en proyectos de autoempleo, fortaleciendo así la equidad y la resiliencia del sector (Ntshangase & Ezeuduji, 2019; Dewi et al., 2019). De este modo, la educación no solo incrementa la intención emprendedora en términos individuales, sino que también contribuye a la diversificación y sostenibilidad social.

Convergencias del emprendimiento con tipologías de turismo emergentes

El análisis del emprendimiento turístico revela que, más allá de las lógicas convencionales de negocio, éste se encuentra cada vez más imbricado con tipologías emergentes que responden a nuevas demandas sociales, ambientales y culturales. En este sentido, los proyectos emprendedores no solo persiguen la rentabilidad económica, sino que convergen con modelos que promueven la sostenibilidad, la innovación social y la preservación cultural. El turismo cultural y comunitario constituye una de las áreas donde esta convergencia se manifiesta con mayor fuerza. En Nepal, por ejemplo, se ha demostrado que el turismo cultural gestionado mediante emprendimientos comunitarios puede favorecer tanto la erradicación de la pobreza como la preservación de identidades locales (Pradhan et al., 2022). Estas iniciativas integran la lógica emprendedora con la producción de experiencias auténticas que posicionan a las comunidades como actores centrales del desarrollo turístico.

Otra convergencia significativa se observa en el turismo religioso, donde el emprendimiento local se articula con la espiritualidad y la tradición. El caso de Manakamana en Nepal evidencia que las micro y pequeñas empresas vinculadas al turismo religioso fortalecen las economías locales y promueven la cohesión social, además de garantizar la sostenibilidad de los negocios en entornos donde la demanda turística se nutre de motivaciones

espirituales (Gautam, 2023). Este ejemplo ilustra cómo la articulación entre fe, tradición y emprendimiento amplía las fronteras del turismo, generando beneficios materiales y simbólicos.

El turismo rural y de base comunitaria representa otro escenario fértil para la emergencia de modelos híbridos de emprendimiento turístico. En Indonesia, el éxito de las aldeas turísticas sostenibles depende de factores como la cooperación, la innovación, la gestión de recursos y la conciencia ambiental (Utami et al., 2023). De manera paralela, estudios recientes en África y América Latina destacan la relevancia del conocimiento indígena como base para la creación de proyectos turísticos que no solo garantizan ingresos, sino que preservan valores culturales y ambientales, configurando alternativas frente a las dinámicas globalizadas del turismo (Cheteni & Umejisi, 2024). Esta convergencia refleja cómo el emprendimiento turístico se convierte en una herramienta de resistencia cultural y de gestión sostenible del territorio.

Tipologías emergentes como el turismo gastronómico y las experiencias culturales innovadoras consolidan nuevas formas de emprendimiento. El análisis bibliométrico sobre turismo gastronómico demuestra un creciente interés en prácticas emprendedoras que vinculan identidad culinaria con desarrollo local, a menudo bajo esquemas de emprendimiento social (Çelebi et al., 2020). También, Najjari et al. (2020) abordan la implicancia del emprendimiento en turismo médico, demostrando la versatilidad de la movilidad humana a través del turismo. Asimismo, el turismo de experiencias corporales, como las academias de salsa en La Habana, refleja cómo los emprendimientos turísticos se conectan con procesos de transformación personal y redes emocionales que van más allá de la simple prestación de un servicio (Ana, 2024). En conjunto, estas convergencias evidencian que el emprendimiento turístico no puede analizarse en aislamiento, sino en relación con tipologías emergentes que están redefiniendo la manera en que se concibe, gestiona y experimenta el turismo.

Con el propósito de sintetizar el tratamiento analítico realizado en la discusión, la Tabla 5 organiza los cinco ejes temáticos derivados del corpus

revisado. Esta síntesis no solo resume los hallazgos dominantes, sino que explicita la operación interpretativa realizada sobre los datos: para cada eje se identificó una tensión principal, sus implicaciones para el campo del emprendimiento turístico y los vacíos que aún requieren mayor desarrollo investigativo.

Tabla 5

Síntesis interpretativa de los ejes del emprendimiento en turismo

Eje temático	Hallazgo dominante	Tensión principal	Implicaciones	Vacío / desafío
Ruralidad y desarrollo local	El emprendimiento dinamiza economías locales y diversifica ingresos	Solución estructural vs. respuesta paliativa	Planificación territorial, infraestructura, financiamiento	Falta de articulación entre emprendimiento y política pública
Sostenibilidad	Se consolida como criterio transversal de legitimidad	Horizonte normativo vs. posibilidad material real	Regulación, gobernanza local, inclusión comunitaria	Riesgo de uso retórico de la sostenibilidad
Género	Mayor visibilidad del emprendimiento femenino	Agencia vs. restricción estructural	Políticas sensibles al género, acceso a crédito, formación	Persistencia de barreras patriarcales e institucionales
Educación e intención emprendedora	La formación influye en la intención de emprender	Formación académica vs. ecosistema real de oportunidades	Rediseño curricular, metodologías experienciales	Débil traducción de intención en acción
Tipologías emergentes	El emprendimiento converge con nuevas formas de turismo	Innovación sectorial vs. dispersión conceptual	Diversificación de productos, turismo cultural/comunitario	Fragmentación teórica del campo

Nota. Elaboración propia

En conjunto, la síntesis interpretativa permite sostener que el emprendimiento en turismo ha evolucionado como un campo temáticamente expansivo, aunque todavía marcado por una fragmentación teórica significativa. Los cinco ejes identificados no deben entenderse como líneas aisladas, sino como dimensiones interrelacionadas que expresan distintas formas de abordar la relación entre actividad emprendedora, territorio, sostenibilidad, desigualdad, formación e innovación turística. En ese sentido, la revisión muestra que el campo ha transitado desde enfoques centrados principalmente en la creación y gestión de negocios hacia perspectivas más amplias, interesadas en comprender las condiciones sociales, institucionales y ambientales que hacen posible —o limitan— el desarrollo del emprendimiento turístico.

A partir de los hallazgos discutidos, es posible reconocer tres planos de articulación analítica. El primero es estructural-territorial, vinculado

con infraestructura, financiamiento, políticas públicas, desarrollo local y desigualdades contextuales. El segundo es sociocultural-relacional, donde se ubican género, capital social, saberes locales, comunidad, identidad y participación. El tercero es formativo-agencial, asociado con educación emprendedora, intención de emprender, innovación, capacidades de gestión y traducción de conocimientos en acción. Desde esta perspectiva, las tipologías emergentes del turismo no constituyen únicamente nuevos nichos de mercado, sino espacios donde estos tres planos convergen y permiten observar con mayor claridad las tensiones del campo.

Este marco integrador permite responder al propósito central del artículo, al mostrar que la investigación sobre emprendimiento turístico no ha seguido una trayectoria lineal ni homogénea, sino una evolución multidimensional. Su desarrollo científico se ha configurado a partir de avances parciales, debates especializados y agendas temáticas que aún requieren mayor articulación conceptual. Por ello, el principal desafío para futuras investigaciones consiste en superar lecturas sectoriales o fragmentadas, promoviendo aproximaciones comparativas, interdisciplinarias y territorialmente situadas que permitan comprender el emprendimiento turístico como un fenómeno económico, social, cultural y ambientalmente condicionado.

Conclusiones

El presente estudio ha permitido sistematizar y problematizar críticamente la producción científica en torno al emprendimiento turístico, mostrando que el campo ha transitado por trayectorias temáticas diversas que abarcan la ruralidad y el desarrollo local, la sostenibilidad, las perspectivas de género, la educación y la convergencia con tipologías emergentes. Los resultados revelan que, aunque cada uno de estos ejes ha generado avances significativos, persisten vacíos de articulación que dificultan la consolidación de un marco teórico integral capaz de explicar, de manera conjunta, las dinámicas y tensiones que caracterizan al emprendimiento en turismo.

La principal contribución de este trabajo radica en ofrecer una lectura crítica y articulada de líneas de investigación previamente dispersas, proponiendo categorías analíticas que contribuyen a comprender la evolución y los desafíos del campo. De igual modo, la elección de elaborar este artículo en español se inscribe en un esfuerzo por democratizar el conocimiento científico, ampliando la circulación de resultados en comunidades académicas del Sur Global y reconociendo la importancia de la pluralidad epistémica en la producción de saberes.

Desde el punto de vista teórico, el estudio contribuye a comprender el emprendimiento turístico como un campo multidimensional, configurado por interacciones entre territorio, sostenibilidad, género, formación, innovación y nuevas tipologías turísticas. En términos metodológicos, la investigación aporta una estrategia de análisis que combina revisión sistemática, lectura bibliométrica y síntesis temática, permitiendo pasar de la descripción de la producción científica a la identificación de ejes interpretativos, tensiones y vacíos de investigación. Estas contribuciones abren posibilidades para futuras investigaciones orientadas a contrastar el marco propuesto en distintos contextos territoriales, ampliar el análisis hacia otras bases de datos y literatura gris, así como desarrollar estudios comparativos que examinen cómo las condiciones institucionales, sociales y ambientales inciden en las trayectorias del emprendimiento turístico.

No obstante, es necesario reconocer ciertas limitaciones. En primer lugar, el análisis se restringe a publicaciones indexadas, lo que puede haber excluido aportes relevantes provenientes de literatura gris o de producciones académicas locales con menor visibilidad internacional. En segundo lugar, el carácter dinámico y cambiante del emprendimiento turístico obliga a entender los hallazgos como una aproximación en permanente revisión, particularmente ante la rápida emergencia de nuevas tipologías, prácticas y contextos de innovación.

A partir de estos resultados, se sugiere que futuras investigaciones avancen en enfoques interdisciplinarios que integren aportes de la economía, la sociología, la antropología y los estudios ambientales, así como en

metodologías comparativas que permitan contrastar experiencias entre regiones y contextos. Asimismo, resulta imprescindible explorar con mayor profundidad las intersecciones entre emprendimiento turístico y procesos de transformación social, tales como la equidad de género, la inclusión digital y la resiliencia comunitaria frente a crisis globales.

En síntesis, este artículo contribuye a visibilizar la evolución, los aportes y las tensiones del emprendimiento turístico como campo de investigación, subrayando la urgencia de fortalecer diálogos académicos y prácticos que orienten hacia un turismo más sostenible, inclusivo y vinculado de manera genuina con las necesidades de los territorios y sus comunidades.

Referencias

- Ahmad, N., Youjin, L., & Hdia, M. (2022). The role of innovation and tourism in sustainability: why is environment-friendly tourism necessary for entrepreneurship? *Journal of Cleaner Production*, 379, 134799. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134799>
- Ahmad, S., Bakar, A., & Ahmad, N. (2018). An evaluation of teaching methods of entrepreneurship in hospitality and tourism programs. *The International Journal of Management Education*, 16(1), 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.11.002>
- Aleshinloye, K. (2024). Women's role in Africa's tourism industry: Overcoming gender disparities, empowerment, and entrepreneurship challenges at a UNESCO world heritage site. *Tourism Planning & Development*, 21(4), 485-502. <https://doi.org/10.1080/21568316.2023.2230454>
- Ana, R. (2024). Cuban-style Salsa: Intersections of Tourism-led Entrepreneurship and Dancing Personal Development. *Dance Research Journal*, 56(1), 5-19. <https://doi.org/10.1017/S0149767724000019>
- Antonić, B., Stupar, A., Kovač, V., Sovilj, D., & Grujičić, A. (2024). Urban Regeneration through Cultural–Tourism Entrepreneurship Based on Albergo Diffuso Development: The Venac Historic Core in Sombor, Serbia. *Land*, 13(9), 1379. <https://doi.org/10.3390/>

land13091379

- Aranibar, E., Parizaca, R., & Villavicencio, E. (2024). Del aula al mercado: avances en la integración del emprendimiento en el currículo académico universitario. *Quipukamayoc*, 32(68), 79-94. <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v32i68.29307>
- Ateljevic, I., & Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392. <https://doi.org/10.1080/09669580008667374>
- Ayeh, J, Bondzi, A., & Baah, N. (2023). Predicting students' response to entrepreneurship in hospitality and tourism education: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 35(3), 265-276. <https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056469>
- Çelebi, D., Pirnar, I., & Eris, E. (2020). Bibliometric analysis of social entrepreneurship in gastronomy tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(1), 58-67. <https://doi.org/10.37741/t.68.1.5>
- Cheteni, P., & Umejisi, I. (2024). Indigenous Knowledge in Entrepreneurship and Cultural Tourism in the Rural Areas. *Comparative Sociology*, 23(3), 340-359. <https://doi.org/10.1163/15691330-bja10110>
- Dan, N., & Shimizu, T. (2022). Effective resources to mobilize women entrepreneurship: A success case study of family tourism businesses in Tioman Island, Malaysia. *Sustainability*, 14(15), 9133. <https://doi.org/10.3390/su14159133>
- De Carvalho, C., Cutrim, K., & Costa, S. (2017). Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil). *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12(2), 629-646. <https://doi.org/10.1590/1981.81222017000200020>
- Fernández, G., Almonte, J., & Nina, 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>
- Gautam, P. (2023). Religious tourism and entrepreneurship: A case of Manakamana temple in Nepal. *Cogent Social Sciences*, 9(1),

2222569. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2222569>
- Getz, D., & Petersen, T. (2005). Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality industry. *International journal of hospitality management*, 24(2), 219-242. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.06.007>
- Jaafar, M., Abdul-Aziz, A., Maideen, S., & Mohd, S. (2011). Entrepreneurship in the tourism industry: Issues in developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 827-835. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.003>
- Karatas-Ozkan, M., Tunalioglu, R., Ibrahim, S., Ozeren, E., Grinevich, V., & Kimaro, J. (2024). Actioning sustainability through tourism entrepreneurship: Women entrepreneurs as change agents navigating through the field of stakeholders. *Central European Management Journal*, 32(1), 31-56. <https://doi.org/10.1108/CEMJ-12-2021-0159>
- Kimbu, A., Ngoasong, M., & De Jong, A. (2024). Gender, entrepreneurship and social policy in tourism: Tying the knot. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 421-437. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2309216>
- Kutlu, G., & Ngoasong, M. (2024). A framework for gender influences on sustainable business models in women's tourism entrepreneurship: Doing and re-doing gender. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 500-518. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2201878>
- Lebambo, M. (2019). The role of entrepreneurial policies in developing rural tourism entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-21. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_27_vol_8_3_2019.pdf
- López-Gómez, L. (2023). El emprendimiento como oportunidad laboral para las mujeres graduadas en turismo. *International Technology, Science and Society Review/Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 14(3), 1-10. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v14.4836>
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development.

- Journal of cleaner production*, 13(8), 787-798. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043>
- Mahato, S., Blasco, D., & Prats, L. (2024). Financing social entrepreneurship in tourism in a volatile environment. *Current Issues in Tourism*, 27(6), 923-938. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2188583>
- McGehee, N., & Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of travel research*, 43(2), 161-170. <https://doi.org/10.1177/0047287504268245>
- McGehee, N., Kim, K., & Jennings, G. (2007). Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*, 28(1), 280-289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.022>
- Muñoz-Fernández, G., Rodríguez-Gutiérrez, P., & Santos-Roldán, L. (2016). Entrepreneurship in higher education in tourism, gender issue? *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 14(1), 45-66. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293144934003>
- Najjari, H., Didekhani, H., Mostaghimi, M., & Hosseini, S. (2020). Determining the factors affecting medical tourism with emphasis on technological entrepreneurship in Iran. *Journal of Health Administration*, 23(1), 87-101. <https://jha.iums.ac.ir/article-1-3265-fa.pdf>
- Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25, 100175. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2018.10.003>
- Ntshangase, S., & Ezeuduji, I. O. (2023). The impact of entrepreneurship education on tourism students' entrepreneurial intention in South Africa. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 23(3), 287-305. <https://doi.org/10.1080/15313220.2022.2132343>
- Ntshangase, S., Ezeuduji, I., & Ayanwale, M. (2024). Students' perception of tourism entrepreneurship: Composite-based structural equation modelling. *Transformation in Higher Education*, 9, 325. https://hdl.handle.net/10520/ejc-thed_v9_n1_a325
- Olarte, M. (2025). Innovación, transformación digital y desarrollo empresarial: análisis bibliométrico de la literatura académica.

- Quipukamayoc*, 33(69), 59-74. <https://doi.org/10.15381/quipu.v33i69.30047>
- Power, S., Di Domenico, M., & Miller, G. (2017). The nature of ethical entrepreneurship in tourism. *Annals of Tourism Research*, 65, 36-48. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.001>
- Pradhan, S., Dyson, L., & Lama, S. (2022). The nexus between cultural tourism and social entrepreneurship: a pathway to sustainable community development in Nepal. *Journal of Heritage Tourism*, 17(6), 615-630. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2022.2101369>
- Putrik, I., Makusheva, O., Malkova, T., Konovalova, A., Semenova, J., Beskorovaynaya, S. (2024). Aspectos Econômicos e Legais do Desenvolvimento do Empreendedorismo no Turismo. *Revista Jurídica - UNICURITIBA*. 78(2), 721-731. <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/7297/0>
- Ramos, E. R. A. (2024). Turismo mediante la movilidad humana internacional: Abordando barreras desde las relaciones internacionales. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 22(2). <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/view/5492>
- Rodríguez-Vera, A., Rando-Cueto, D., & de las Heras, C. (2025). Women's Entrepreneurship in the Tourism Industry: A Bibliometric Study. *Administrative Sciences*, 15(4), 130. <https://doi.org/10.3390/admsci15040130>
- Russell, R., & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. *Annals of tourism research*, 31(3), 556-579. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.008>
- Saputra, B., Murdiono, M. & Tohani, E. (2023). Nationalism education in elementary school: A systematic literature review. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 12(2), 739-749. <http://doi.org/10.11591/ijere.v12i2.24609>
- Subramaniam, Y., & Masron, T. (2022). The impact of tourism on entrepreneurship in developing countries. *Business Strategy & Development*, 5(3), 153-164. <https://doi.org/10.1002/bsd2.187>
- Tleuberdinova, A., Shayekina, Z., Salauatova, D., & Pratt, S. (2021).

- Macro-economic factors influencing tourism entrepreneurship: The case of Kazakhstan. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 179-209. <https://doi.org/10.1177/0971355720981431>
- Utami, D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Vukovic, D., Petrovic, M., Maiti, M., & Vujko, A. (2023). Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment—Focus on Serbian countryside. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 417-437. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2020-0167>
- Wang, M., Rasoolimanesh, S., & Kunasekaran, P. (2022). A review of social entrepreneurship research in tourism: knowledge map, operational experiences, and roadmaps. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1777-1798. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2007255>
- Zapalska, A., & McCutcheon, R. (2024). Female Entrepreneurship in Small Tourism and Hospitality Firms in Poland. *Academica Turistica- Tourism and Innovation Journal*, 17(1). <https://academica.turistica.si/index.php/AT-TIJ/article/view/577>
- Zeng, X., Li, Y., Zhang, C., & Yang, X. (2024). Sustainable entrepreneurship in tourism: The interaction between tourism enterprise and community. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 429-440. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.001>
- Zhao, W., Ritchie, J., & Echtner, C. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.006>

