

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

[DOI 10.35381/gep.v7i12.270](https://doi.org/10.35381/gep.v7i12.270)

Estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Mazatlán, Estado de Sinaloa, México

Competitive strategies for the development of tourism enterprises in Mazatlan, State of Sinaloa, Mexico

Andrés Ultreras-Rodríguez

andresultreras@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán; Sinaloa
México

<https://orcid.org/0000-0003-0621-9508>

Liberato Cervantes-Martínez

liberatocervantes@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa
México.

<https://orcid.org/0000-0003-3501-7059>

Cynthia Michel Olguín-Martínez

cynthiolguin@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa
México

<https://orcid.org/0000-0002-8886-3892>

Daniel Omar Nieves-Lizárraga

danielnieves@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, Sinaloa
México

<https://orcid.org/0000-0001-6703-9629>

Recibido: 16 de agosto 2024
Revisado: 12 de octubre 2024
Aprobado: 07 de diciembre 2024
Publicado: 01 de enero 2025

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

RESUMEN

Para que un emprendimiento sea exitoso debe reconocer y buscar oportunidades donde la competitividad considere factores como la calidad, la productividad, la eficiencia, el mercado y la rentabilidad económica. En este contexto los emprendimientos turísticos, contribuyen al desarrollo de un destino, por lo que implementar estrategias competitivas, consolida el posicionamiento del negocio. Mazatlán, destino turístico mexicano, ha incrementado el número de emprendimientos relacionados con la actividad turística los cuales aportan al desarrollo del sector y la región. Por ello, el objetivo de la investigación consiste en determinar el uso de estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Mazatlán. La investigación se desarrolló con un enfoque mixto de tipo no experimental, de nivel descriptivo a nivel general y analítico a nivel específico. Se pudo comprobar que se realizan acciones que aportan visión estratégica a los negocios, pero carecen de un enfoque integrador al no estar definidas como estrategias competitivas.

Descriptores: Emprendimientos turísticos; competitividad; factores claves de éxito; estrategias competitivas. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

For a venture to be successful, it must recognize and seek opportunities where competitiveness considers factors such as quality, productivity, efficiency, market and economic profitability. In this context, tourism ventures contribute to the development of a destination, which is why implementing competitive strategies consolidates the positioning of the business. Mazatlan, a Mexican tourist destination, has increased the number of tourism-related ventures that contribute to the development of the sector and the region. Therefore, the objective of this research is to determine the use of competitive strategies for the development of tourism ventures in Mazatlan. The research was developed with a mixed non-experimental approach, descriptive at a general level and analytical at a specific level. It was found that there are actions that provide strategic vision to the businesses, but they lack an integrative approach because they are not defined as competitive strategies.

Descriptors: Tourism ventures; competitiveness; key success factors; competitive strategies; competitive strategies (UNESCO Thesaurus).

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

INTRODUCCIÓN

En los últimos años y fundamentalmente después de la pandemia Covid 19, los emprendimientos han cobrado mayor relevancia en el contexto internacional. Estos tipos de negocio permiten satisfacer necesidades de manera regular a cambio de obtener beneficios económicos y con ello contribuir al desarrollo local, regional y nacional (Maya Carrillo et al., 2022). Por consiguiente, la actividad emprendedora se refiere a la gestión del cambio y renovación estratégica dentro o fuera de organizaciones existentes o en la creación de una nueva entidad de negocio, en función de organizar e invertir recursos asumiendo los riesgos y las recompensas derivados de la actividad (Thukral, 2021).

Desarrollar un emprendimiento es equivalente a asumir nuevos retos con capacidad innovadora y de adaptación al entorno. Bajo estas condiciones tener dominio de los elementos que conforman la competitividad empresarial contribuye al impulso y permanencia en el mercado. De esta forma, resulta importante contar con herramientas que coadyuven a confrontar los cambios, emplear los recursos tecnológicos, conocer los segmentos de mercado y las necesidades y preferencias de los consumidores (Elizalde Holguín & Feijó Cuenca, 2024).

Según García Reinoso (2024) para que un emprendimiento sea exitoso debe reconocer y buscar oportunidades basadas en el mercado donde, la innovación, la competitividad y la productividad constituyen elementos determinantes para su consolidación y desarrollo. En este sentido, la competitividad en sí misma, considera factores como la calidad, la productividad, la eficiencia, el mercado y la rentabilidad económica (Santos Martínez et al., 2024).

Desde lo conceptual la competitividad consiste en la capacidad que posee un negocio para mejorar el desarrollo de sus actividades y mantenerse en el mercado con favorables resultados económicos (Saeedikiya et al., 2022). Para el caso de los emprendimientos constituye un factor fundamental en el contexto económico actual y se basa en la capacidad que adquiere un negocio para competir en el mercado, optimizar su

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

producción, así como asimilar y adoptarse a las nuevas tecnologías. Todo ello permite desarrollar ventajas sobre la competencia, incrementar las cuotas de mercado y por ende mejoras en la economía de la organización (Teruel Sánchez et al., 2025; Mohand Amar et al., 2024).

Para determinar si una empresa o emprendimiento es competitivo resulta necesario considerar elementos tanto interno como externos. Entre los de carácter interno están: la planificación estratégica, operaciones, calidad, comercialización, economía y recursos humanos. Entre las externas se encuentran: el mercado, su entorno y las normativas que regulan las actividades que se desarrollan. En un mundo cada vez más globalizado, las estrategias competitivas constituyen una herramienta fundamental para el logro de los objetivos (Maya Carrillo et al., 2022).

Esto demuestra la necesidad de atender los aspectos de competitividad, como factor de impacto en el surgimiento, crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos, tomando en consideración que la falta de visión, organización y posicionamiento en el mercado puede incidir negativamente en los resultados del negocio, incluso llevándolos a su cierre (Teixeira et al., 2024). Para Fernández Bedoya et al. (2025) entre las estrategias competitivas más reconocidas para los emprendimientos están las relacionadas con el servicio de calidad y la atención al cliente; ofertas de productos/servicios a precios competitivos y contar con estrategias de mercado y ventas.

De esta manera, a la par del desarrollo de los emprendimientos a nivel mundial, unos de los sectores con un rápido crecimiento ha sido el turismo. Esta actividad a nivel mundial se caracteriza por ser generadora de riquezas y empleos, lo que ha contribuido que a que cobre mayor importancia en el plano económico dado el impacto que genera a nivel local, nacional y global (Cervantes et al., 2023; Moreno Freites et al., 2019). Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), este sector, fomenta la competitividad y el emprendimiento lo que hace que se mantenga la generación de fuentes de empleo, la

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

calidad y permanencia en el mercado, así como el desarrollo económico vinculado a la cultura y la sociedad en los diferentes distintos destinos en el mundo (OMT, 2022).

Ahora bien, en el caso de los emprendimientos turísticos, estos contribuyen de manera significativa al desarrollo de un destino, con una oferta variada de productos y servicios que estimulan la economía, generan empleos, incrementan el número de proveedores locales, mejoran los medios de vida, desarrollan habilidades locales e incrementan la productividad económica (Lin et al., 2023). Entre los más reconocidos vinculados este sector están: el alojamiento, la gastronomía, la operación turística, el transporte y el entretenimiento en general (Palacios Florencio et al., 2021). A su vez, en un contexto multisectorial, se incrementa la participación de las poblaciones locales en el ámbito de los servicios turísticos, aprovechando el cambio de necesidades de los turistas. Con relación a ello, las comunidades ven oportunidades para impulsar emprendimientos turísticos que posibiliten su desarrollo y el del país (Gómez Díaz & Ramírez Meléndez, 2021).

En México, el turismo se ha convertido en un factor determinante en la planeación y diseño de la política económica y social en función de aprovechar el potencial turístico de la nación para fomentar mejoras económicas, la generación de empleos y la interacción con otros sectores dada su condición multisectorial. Este sector genera un porcentaje importante al PIB nacional, siendo el país uno de los destinos más visitado de Latinoamérica (Cervantes et al., 2023; Villa Hernández et al., 2021).

Mazatlán perteneciente al estado de Sinaloa, está ubicado en la costa del Pacífico mexicano, registra cada año incrementos en la actividad turística. Las estadísticas tienen su respaldo en el acceso a la ciudad por vía terrestre, marítima o aérea; sus recursos y atractivos turísticos, el clima cálido, su rica historia, así como la diversidad de la oferta. Todo ello lo convierten en un destino exitoso a nivel internacional, ideal para emprender y tener éxito en los negocios (Cervantes et al., 2023). En este contexto, a la actividad

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

turística se le asocian emprendimientos que van desde hoteles y restaurantes hasta servicios de excursiones y entretenimiento (Larrañaga et al., 2025).

Entre los principales impulsores del turismo en Mazatlán están el arribo de numerosas líneas de cruceros, lo que ha generado un flujo constante de turistas. También el turismo nacional ha incrementado su demanda en cuanto a servicios y productos turísticos, enmarcados en esta localidad (CODESIN, 2022). Considerando estos elementos y para el desarrollo efectivo de emprendimientos turísticos en esta región se deben evaluar elementos como: el análisis del mercado; las tendencias, necesidades y preferencias del turismo nacional e internacional con más arribos al destino; la ubicación geográfica o accesibilidad a los servicios de manera que garantice un flujo regular de personas y; el conocimiento de los requisitos legales necesarios para la operación del negocio.

Entre los factores internos no deben obviarse: las habilidades y conocimientos del emprendedor y su equipo de trabajo que marquen la diferencia con relación a la competencia; la viabilidad económica; los costos de inversión y de operación, así como la identificación de elementos que constituyan aspectos distintivos o diferenciadores. Todos lo anterior contribuye al desarrollo de la competitividad de los emprendimientos turísticos en función de aprovechar oportunidades para el crecimiento y la adaptación a un mercado en constante cambio. A su vez, resulta importante la disposición de aprender y adaptarse a los nuevos desafíos en correspondencia con el entorno y el propio desarrollo de las localidades (Rivas Carrero & Álvarez Montalvo, 2022).

Según Ynzunza Cortés & Izar Landeta (2021) a pesar del auge de los emprendimientos y específicamente los relacionados con la actividad turística, es una realidad que muchos de ellos fracasan dado en lo fundamental por la falta de recursos financieros, deficiente operación y gestión; desconocimiento del mercado y la escasa formación para emprender. Por lo que, resulta importante llevar a cabo un estudio sobre los factores de éxito relacionados con la competitividad para el emprendimiento y su impacto en el

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

desempeño empresarial. Así, el objetivo de la investigación consiste en determinar el uso de estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Mazatlán.

MÉTODO

La investigación se desarrolló con un enfoque mixto de tipo no experimental de nivel descriptivo a nivel general y analítica a nivel específico, con el fin de lograr una mejor comprensión y visión integral de la problemática abordada. Esto posibilitó realizar el estudio sin alterar las variables objeto de investigación. El análisis permitió determinar las variables más valoradas en el uso de estrategias competitivas y su incidencia en los resultados de los emprendimientos turísticos en Mazatlán.

Los métodos utilizados del nivel teórico permitieron respaldar los sustentos teóricos de la investigación a partir de evaluar críticamente definiciones, posiciones y aportes de diferentes autores sobre la problemática abordada, así como antecedentes de estudios que permitieron la contextualización del tema. Para ello se utilizó el análisis- síntesis, inducción-deducción y el histórico-lógico.

Del nivel empírico y para el trabajo de campo se diseñó un cuestionario, el cual fue aplicado vía digital a directivos de 51 emprendimientos turísticos de la ciudad de Mazatlán. Estos fueron seleccionados de manera aleatoria quedando agrupados por: emprendimientos gastronómicos y de restauración (19), alojamiento (14), transporte turístico (4), agencias de viajes (6), ocio y entretenimiento (8).

El cuestionario semi estructurado permitió identificar la implementación de estrategias competitivas y/o elementos diferenciadores utilizadas que los distinguen con relación a la competencia. La operacionalización se realizó considerando las variables propuestas por Ynzunza Cortés & Izar Landeta (2021); Rivas Carrero & Álvarez Montalvo (2022) y Fernández Bedoya et al. (2025). En este sentido, se realizaron 12 preguntas cerradas del tipo dicotómicas que se complementaron con observaciones de tipo abiertas. Estas observaciones tuvieron como objetivo ampliar y profundizar en las respuestas de:

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

- Realiza estudios de mercados para potenciar su negocio (turismo nacional e internacional)
- Considera que el servicio diseñado es adaptable a las exigencias del mercado
- Utiliza herramientas de planificación estratégica
- Cuenta con ofertas de productos/servicios diferentes a la competencia. ¿Que los distingue?
- Sus productos/ servicios poseen precios competitivos
- Poseen estrategias de comercialización y ventas ¿Cuáles considera que sean las más efectivas o por las que los clientes los reconocen?
- Usan las tecnologías para la promoción del negocio u otra estrategia comercial
- Se distingue por la calidad en la prestación de los servicios. ¿Qué opinión le refieren sus clientes?
- Posee hasta la fecha buenos resultados económicos
- El personal que trabaja en el emprendimiento es competente.
- Desarrolla alguna estrategia con relación a los recursos humanos
- Domina las normativas que regulan las actividades que desarrolla.

Los emprendimientos turísticos en Mazatlán constituyen el objeto de estudio práctico. Esta ciudad limita al norte con el municipio de San Ignacio y el estado de Durango; al este con el municipio de Concordia; al sur con el municipio de Rosario y el Océano Pacífico y al oeste con el Océano Pacífico. Según el CODESIN (2022), el turismo se mantiene como una de las actividades principales del lugar con incrementos en la llegada de turistas y más de 249 establecimientos de hospedaje.

RESULTADOS

Con los datos obtenidos de los 51 emprendimientos gastronómicos se procedió a la interpretación de resultados. De esta forma, se pudo constatar que:

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

Solo el 67% de los emprendimientos turísticos realizan algún tipo de estudios de mercados sobre las preferencias del turismo nacional e internacional. En orden descendentes los que más consideran estas herramientas son las agencias de viajes (83%), alojamiento (78%), ocio y entretenimiento (75%) y gastronómicos y de restauración (73%). En el caso del transporte turístico solo 1 emprendimiento lo realiza. No obstante, el 100% considera que los servicios ofertados se adaptan a las exigencias del mercado, aunque puedan ser mejorados.

El 22% utiliza la planificación como estrategia competitiva. En proporción, los que más aplican alguna variante son: las de ocio y entretenimiento y las agencias de viaje con el 37% y 33% respectivamente. A pesar de que Mazatlán es reconocida por su gastronomía y hospitalidad este tipo de emprendimientos, según la muestra seleccionada, no trabajan con una proyección estratégica sólida para la consolidación y desarrollo del negocio.

Todos los emprendimientos reconocen poseer ofertas de productos/servicios diferentes a la competencia. No obstante, al analizar las características que los distingue se evidencia que existen elementos comunes y no tan diferenciadores: En los gastronómicos y de restauración están la variedad y calidad de la oferta. 5 de ellos exponen otras características como la rapidez, profesionalidad y entrega a domicilio. En el alojamiento coinciden en la hospitalidad, limpieza y relación calidad- precio. En el transporte rapidez y profesionalidad. En las agencia y negocios de ocio y entretenimiento, las características comunes se asocian a: respuesta oportuna a clientes, variedad de ofertas y precios atractivos. A pesar de que todos expresan tener precios atractivos estos no difieren sustancialmente en un mismo tipo de emprendimiento. Las variaciones se concentran en servicios complementarios y ubicación geográfica fundamentalmente.

El 100% realizan acciones de comercialización y ventas, pero no las reconocen como estrategias. Algunas de las más utilizadas son: modificación de precio según estacionalidad, precios diferenciados para clientes repitentes, bonificaciones por el

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

acceso a los servicios, ofertas familiares o por el desarrollo de eventos y fechas significativas.

El 78% utiliza las tecnologías para la promoción, tal como se muestra en la figura 1, pero no como acciones estratégicas de promoción y publicidad, a excepción de las agencias de viajes que implementan, en mayor o menor grado, acciones de marketing digital.

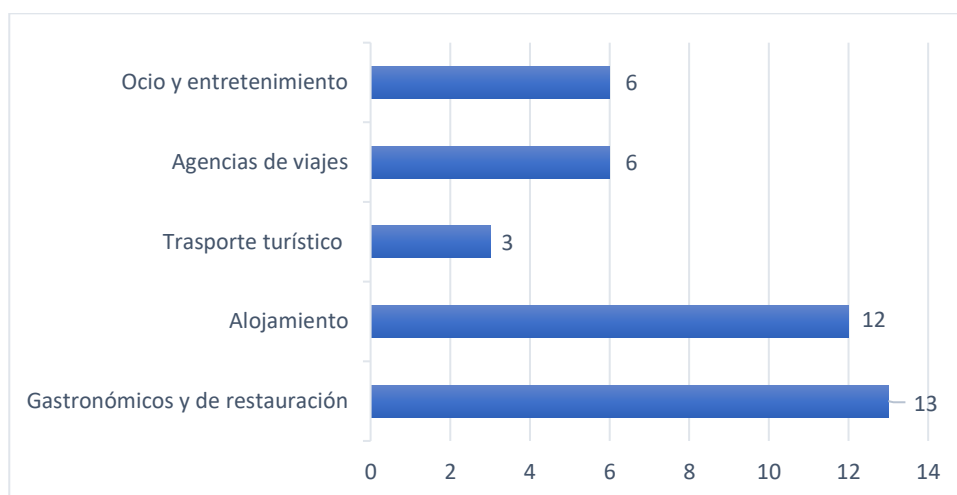


Figura 1. Emprendimientos que utilizan las tecnologías para su promoción y ventas.
Elaboración: Los autores.

El 82,4% de los negocios tiene establecidos mecanismos de realimentación con los clientes. Solamente 9 de los 51 emprendimientos utiliza únicamente las redes sociales como vía de conocer la percepción de los clientes sobre sus productos y servicios. Ninguno responde sobre las características de calidad distintiva con relación a sus servicios a pesar de responder en preguntas anteriores elementos que distinguen a su emprendimiento.

A pesar de que la totalidad refiere tener hasta la fecha resultados económicos aceptables el 52% considera que pueden ser mejores comentando que es factible incorporar mejoras para lograr nuevas metas. Entre ellas se enumeran: incorporar nuevos servicios, realizar operaciones más eficientes con relación a los recursos disponibles y captar nuevos

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

mercados, sin embargo, lo mencionan como actividades a desarrollar y no como acciones que proporciona visión estratégica del negocio.

Los emprendimientos analizados consideran conocer del negocio que desarrollan y han demostrado interés por capacitar al personal para fortalecer sus competencias, el aprendizaje tecnológico, el desarrollo de nuevas habilidades en los trabajadores y el dominio de lo legal y establecido. Esto se demuestra ya que todos cuentan con proyecciones de capacitación para el personal.

DISCUSIÓN

Según Ynzunza Cortés & Izar Landeta (2021) entre los factores de éxito para un emprendimiento están los relacionados con el servicio al cliente; ofertar servicios a un precio competitivo; contar con una infraestructura de soporte, así como estrategias de mercadotecnia y ventas, así como contar con redes de contactos sociales y empresariales; además de otros aspectos estratégicos. De los emprendimientos turísticos analizados se evidencia que, en su gran mayoría no utilizan estrategias competitivas consientemente y por ende los factores de éxito los trabajan indistintamente. Esto hace que, aunque han obtenido resultados económicos favorables reconocen la necesidad de desarrollar acciones de mejora que aporten un visión estratégica.

A su vez, Elizalde Holguín & Feijó Cuenca (2024) plantean que es fundamental tener identificados factores que contribuyan al éxito y desarrollo empresarial a fin de lograr mayor enfoque hacia el cumplimiento de los objetivos. A partir de los resultados obtenidos se pudo constatar que las agencias de viajes son las que mayormente utilizan este tipo de herramientas, sin embargo, considerando las características del destino turístico donde existe un gran número de emprendimientos de alojamiento y relacionados con la restauración, el hecho de no contar con una visión clara de los negocios puede conllevar al fracaso de los mismo aunque, se reconoce que son adaptables a las exigencias de sus clientes. Empero, estas son variables que no pueden dejar de considerarse por contar

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

con un mercado turístico cambiante que modifica percepciones, necesidades y exigencia tanto en lo nacional como en el internacional (CODESIN, 2022).

Al analizar las características que distingue a los emprendimientos turísticos en Mazatlán se comprueba que muestran elementos comunes y no tan diferenciadores (ausencia de estrategias diferenciadoras) como es el caso de la variedad y calidad de la oferta, rapidez y profesionalidad en el servicio, limpieza, relación calidad- precio, respuesta oportuna a clientes. Tampoco se caracterizan por desarrollar estrategias en precios ya que los mismos no muestran variaciones significativas en mismo tipo de emprendimiento, solo en ocasiones se consideran otras variables para la formación del mismo como son: desarrollo de servicios complementarios y ubicación geográfica. A su vez, estas modificaciones de precio no se articulan de manera estructurada con las acciones de comercialización y ventas. A pesar de realizar actividades que incentivan las ventas estas no se articulan estructuralmente con la conformación de precios y con el uso de las tecnologías para la promoción y venta de los servicios.

Para Teixeira et al. (2024) contar con negocios de calidad depende de la integración de elementos tales como: el personal y las condiciones del mercado. Desde esta perspectiva y enfocada a la calidad en su mayoría utilizan mecanismos de retroalimentación con los clientes pero no las utilizan como instrumento de mejora. Resulta evidente que ninguno de los emprendimientos encuestados reconoce alguna característica de calidad distintiva con relación a la competencia lo que hace que no puedan trabajarla desde lo estratégico y en función de incrementar su posicionamiento en el mercado. Esto demuestra la ausencia de estrategias estructuradas de diferenciación por calidad.

En todos los emprendimientos analizados el capital humano aporta fortalezas al negocio por lo que desarrollan acciones para comprometerlos, capacitarlos y brindarles herramientas que contribuyan a los resultados.

A pesar de que no están estructuradas estrategias integrales que consideren todos los factores de competitividad mencionados, es válido señalar que los emprendimientos

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

turísticos analizados desarrollan acciones que aportan visión estratégica a los negocios lo que refuerza la necesidad de articularlas de forma consiente, para aprovechar las oportunidades disponibles, impulsar el crecimiento y la sostenibilidad del sector contribuir al desarrollo personal y socioeconómico de la ciudad.

CONCLUSIONES

Para que un emprendimiento sea exitoso debe considerar estrategias que contribuyan al logro de sus objetivos, para lo cual necesita instrumentos que garanticen una visión integradora del mismo en función de alcanzar mejores resultados y ser competitivos en el mercado.

Al analizar el uso de estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Mazatlán se puede comprobar que no trabajan consientemente con elementos diferenciadores, no articulan integralmente las acciones para consolidar el negocio y no identifican características de calidad distintivas con relación a la competencia.

Los emprendimientos turísticos analizados se desarrollan acciones que aportan visión estratégica a los negocios, sin embargo, carecen de un enfoque integrador al no estar definidas como estrategias competitivas en función de aprovechar las oportunidades y fortalezas, evidenciando la necesidad de una mejor proyección estratégica para alcanzar mejores resultados.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTOS

A todos los actores sociales involucrados en el desarrollo de la investigación.

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Cervantes, L., Ultreras, A., Sánchez, V., y Soledispa, B. J. (2023). Turismo, actividad económica estratégica para el desarrollo local: Caso de Mazatlán, Sinaloa, México en 2021. *Revista Científica Empresarial DEBE-HABER*, 1(2), 75-86. <https://doi.org/10.62939/debehaber202317>
- CODESIN. (2022). *Panorama del turismo en Sinaloa, 2022*. Reportes Económicos CODESIN. Consejo para el Desarrollo Económico de Sinaloa, Culiacán, Sinaloa, México. <https://n9.cl/3vf10n>
- Elizalde Holguín, Y. E., y Feijó Cuenca, N. P. (2024). Estrategias competitivas para el desarrollo de emprendimientos turísticos en la ciudad de Manta, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 8(15), 99-137. <https://doi.org/10.46296/yc.v8i15.0454>
- Fernández Bedoya, V., Ruiz Palacios, M., Meneses La Riva, M., y Suyu Vega, J. (2025). Tourism Entrepreneurship in Latin America: A Systematic Review of Challenges, Strategies, and Post-COVID-19 Perspectives. *Sustainability*, 17(3), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su17030989>
- García Reinoso, N. (2024). La innovación del modelo de negocio sostenible en los emprendimientos turísticos ecuatorianos: una revisión sistemática de la literatura. *Región y sociedad*, 36, 1-27. <https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1855>
- Gómez Díaz, J., y Ramírez Meléndez, M. (2021). Emprendimientos turísticos, una alternativa de desarrollo en comunidades cercanas a centros integralmente planeados. Caso Bahías de Huatulco, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(171). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15369755012>
- Larrañaga, A., Herrera, A., y Zazueta, M. (2025). Capital Social y ecosistema turístico creativo en Mazatlán. *Turismo y Sociedad*, XXXVI, 129-153. <https://doi.org/10.18601/01207555.n36.05>
- Lin, M., Sharma, A., Pan, B., y Quadri-Felitti, D. (2023). Information asymmetry in the innovation adoption decision of tourism and hospitality SMEs in emerging markets: A mixed-method analysis. *Tourism Management*, 99. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104793>

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

- Maya Carrillo, M., Pila Jaramillo, B., y Ramos Ramos, V. (2022). Relación entre innovación y competitividad de los emprendimientos del sector no financiero de la economía popular y solidaria. *Estudios de la Gestión*(11), 91-119. <https://doi.org/10.32719/25506641.2022.11.2>
- Mohand Amar, S., Fuentes Fuentes, M., y Ruiz Arroyo, M. (2024). The relationship between high growth expectations and new venture creation in nascent entrepreneurs: The key role of competitive innovation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20, 2323–2345. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-00989-z>
- Moreno Freites, Z., Ziritt Trejo, G., y Silva, H. (2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2, 104-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446006>
- OMT. (2022). *Acerca de ONU Turismo*. Organizacion Mundial de Turismo. <https://n9.cl/ujmf>
- Palacios Florencio, B., Santos Roldán, L., Berbel Pineda, J., y Castillo Canalejo, A. M. (2021). Sustainable Tourism as a Driving force of the Tourism Industry in a Post-Covid-19 Scenario. *Social Indicators Research*, 158, 991–1011. <https://doi.org/10.1007/s11205-021-02735-2>
- Rivas Carrero, T., y Álvarez Montalvo, A. (2022). Los emprendimientos gastronómicos familiares: una estrategia para impulsar el desarrollo territorial. *Cuadernos sobre Relaciones Internacionales, Regionalismo y Desarrollo*, 15(27), 95-109. <https://n9.cl/v5tvI>
- Saeedikiya, M., Li, J., Ashourizadeh, S., y Temiz, S. (2022). Innovation affecting growth aspirations of early stage entrepreneurs: culture and economic freedom matter. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(1), 45-64. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2020-0145>
- Santos Martínez, G., Francisco, R. G., Ruíz Porras, M. C., y Quintero Ramírez, J. M. (2024). La innovación como factor de éxito en emprendimientos mexicanos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, IX(18), 85-105. <https://doi.org/10.35381/r.k.v9i18.4190>
- Teruel Sánchez, R., Briones Peñalver, A., Bernal Conesa, J., y Nieves Nieto, C. (2025). Values of the entrepreneur as a driver of sustainable tourism entrepreneurship.

Andrés Ultreras-Rodríguez; Liberato Cervantes-Martínez; Cynthia Michel Olguín-Martínez; Daniel Omar Nieves-Lizárraga

Journal of International Entrepreneurship. <https://doi.org/10.1007/s10843-025-00381-0>

Teixeira, S. J., Ferreira, J. M. & Almeida, A. (2024), Innovation as a driver of business tourism competitiveness. *Tourism Review*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2023-0427>

Thukral, E. (2021). COVID-19: Small and medium enterprises challenges and responses with creativity, innovation, and entrepreneurship. *Strategic Change*, 30(2), 153-158. <https://doi.org/10.1002/jsc.2399>

Villa Hernández, Y. A., Merino Moreno, C., y Hernández Silva, V. (2021). Competitividad en el turismo cultural: estudio de caso. *Revista CEA*, 7(14), 1-22. <https://doi.org/10.22430/24223182.1619>

Ynzunza Cortés, C. B., y Izar Landeta, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), 1-26. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>