



Emprendimientos turísticos vulnerables y estrategias de internacionalización

Vulnerable Tourism Ventures and Internationalization Strategies

Empreendimentos Turísticos Vulneráveis e Estratégias de Internacionalização

Francisco Roberto Fariño Holguín^I
roberto.farinoho@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0001-9114-8427>

Morin Demetrio Cando Obaco^{II}
morin.candoo@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-8182-7238>

Luis Germánico Villacres Paredes^{III}
luis.villacresp@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0009-9248-2388>

Xavier Francisco Flores Torres^{IV}
xavier.florest@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6721-2380>

Correspondencia: roberto.farinoho@ug.edu.ec

Ciencias Técnica y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 20 de febrero de 2024 * **Aceptado:** 12 de marzo de 2024 * **Publicado:** 30 de julio de 2024

- I. Magíster en Pedagogía; Diploma Superior en Pedagogía; Licenciado en Ciencias de la Educación Mención Inglés; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador.
- II. Magíster en Gerencia y Liderazgo Educacional; Diploma Superior en Gestión Educativa; Licenciado en Ciencias de la Educación en la Especialidad de Inglés; Profesor de Educación Media Especialidad Inglés; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador.
- III. Magíster en Educación Superior; Especialista en Diagnóstico Intelectual; Diploma Superior de Cuarto Nivel en Pedagogías Innovadoras; Profesor de Educación Media Especialidad Inglés; Licenciado en Ciencias de la Educación Especialidad Inglés; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador.
- IV. Máster Universitario en Desarrollo Económico y Políticas Públicas; Economista; Universidad de Guayaquil; Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El turismo hoy en día simboliza una de las actividades más representativa dentro de la economía de un país favoreciendo la generación de empleos e incidiendo en los indicadores del producto interno bruto además de contribuir a equilibrar la balanza de pagos, aumentando los ingresos públicos y fomentando la actividad empresarial, comercial y de servicios fundando impactos positivos a nivel de país o comunidad. Para llevar a cabo la revisión bibliográfica sobre "Emprendimientos turísticos vulnerables y estrategias de internacionalización", se realizaron búsquedas exhaustivas en bases de datos académicas como Scopus, Google Scholar y Web of Science, utilizando palabras clave como "emprendimientos turísticos", "vulnerabilidad" e "internacionalización". Se seleccionaron artículos publicados en los últimos diez años para garantizar la relevancia y actualidad de la información. Los emprendimientos turísticos vulnerables se enfrentan a numerosos desafíos debido a la fluctuación de la demanda, la competencia intensa y las crisis económicas globales. Para abordar estos problemas y asegurar su sostenibilidad a largo plazo, han adoptado diversas estrategias de internacionalización. Estas estrategias incluyen la diversificación de sus productos y servicios, la adopción de tecnologías innovadoras, la formación de alianzas estratégicas con socios internacionales y la inversión en la capacitación de su personal. Estas medidas les han permitido atraer a una clientela más amplia, mejorar la eficiencia operativa, acceder a nuevos mercados y recursos, y mejorar la calidad del servicio. En conclusión, a través de estos esfuerzos, los emprendimientos turísticos vulnerables han logrado mitigar su vulnerabilidad y posicionarse competitivamente en el dinámico y cambiante mercado global.

Palabras Clave: Emprendimientos turísticos, Vulnerabilidad, Internacionalización.

Abstract

Tourism today symbolizes one of the most representative activities within a country's economy, promoting job creation and influencing gross domestic product indicators, in addition to contributing to balancing the balance of payments, increasing public revenues, and fostering entrepreneurial, commercial, and service activities, resulting in positive impacts at the national or community level. To conduct a literature review on "Vulnerable Tourism Ventures and Internationalization Strategies," exhaustive searches were carried out in academic databases such as Scopus, Google Scholar, and Web of Science, using keywords such as "tourism ventures,"

"vulnerability," and "internationalization." Articles published in the last ten years were selected to ensure the relevance and currency of the information. Vulnerable tourism ventures face numerous challenges due to fluctuating demand, intense competition, and global economic crises. To address these issues and ensure their long-term sustainability, they have adopted various internationalization strategies. These strategies include diversifying their products and services, adopting innovative technologies, forming strategic alliances with international partners, and investing in staff training. These measures have allowed them to attract a broader clientele, improve operational efficiency, access new markets and resources, and enhance service quality. In conclusion, through these efforts, vulnerable tourism ventures have managed to mitigate their vulnerability and position themselves competitively in the dynamic and ever-changing global market.

Keywords: Tourism ventures, Vulnerability, Internationalization.

Resumo

O turismo simboliza hoje uma das atividades mais representativas dentro da economia de um país, promovendo a criação de empregos e influenciando indicadores do produto interno bruto, além de contribuir para equilibrar a balança de pagamentos, aumentar as receitas públicas e fomentar atividades empresariais, comerciais e de serviços, resultando em impactos positivos em nível nacional ou comunitário. Para conduzir uma revisão bibliográfica sobre "Vulnerable Tourism Ventures and Internationalization Strategies", buscas exaustivas foram realizadas em bases de dados acadêmicas como Scopus, Google Scholar e Web of Science, usando palavras-chave como "tourism ventures", "vulnerability" e "internationalization". Artigos publicados nos últimos dez anos foram selecionados para garantir a relevância e atualidade das informações. Empreendimentos turísticos vulneráveis enfrentam inúmeros desafios devido à demanda flutuante, competição intensa e crises econômicas globais. Para abordar essas questões e garantir sua sustentabilidade a longo prazo, eles adotaram várias estratégias de internacionalização. Essas estratégias incluem diversificar seus produtos e serviços, adotar tecnologias inovadoras, formar alianças estratégicas com parceiros internacionais e investir em treinamento de pessoal. Essas medidas permitiram que atraíssem uma clientela mais ampla, melhorassem a eficiência operacional, acessassem novos mercados e recursos e aprimorassem a qualidade do serviço. Concluindo, por meio desses esforços, empreendimentos turísticos vulneráveis conseguiram

mitigar sua vulnerabilidade e se posicionar competitivamente no mercado global dinâmico e em constante mudança.

Palavras-chave: Empreendimentos turísticos, Vulnerabilidade, Internacionalização.

Introducción

El desarrollo de un Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Ecuatoriana 2020-2030, tendría como propósito optimizar la gestión del sector externo a nivel nacional y su resultado significaría potenciar el crecimiento económico y elevar el nivel de vida de la ciudadanía. Una estrategia que teniendo en cuenta las tendencias del mercado global, las líneas de tecnología y sus exigencias, maximice los potenciales existentes a nivel de la nación, debería ser una política de Estado estratégica y, por ello, un compromiso estable público-privado. La mayoría de los países desarrollados ya tienen definidos sus políticas de internacionalización y las armonizan con sus metas de desarrollo y crecimiento interno; así como sus estructuras productivas presentes y la esperada a futuro, buscando ser participantes activos de los cambios en curso en la economía global. La Economía Digital con la creciente valoración de la información en la determinación de las cadenas de valor y la inserción en los mercados globales, la Economía Naranja, motivadora del papel de las innovaciones en el crecimiento económico y el nivel de vida ciudadana, más otras tendencias globales, son todos factores importantes del nuevo diseño del orden global en desarrollo, que también se tendrán en cuenta (Montero & González, 2020).

Debido a la internacionalización los procesos comerciales lograron la posibilidad de identificar las oportunidades muy significativas para el desarrollo económico. Sin embargo, las exportaciones son una forma de que las empresas participen en el mercado global; implican inversiones importantes, pero actividades flexibles, y aseguran la maximización de sus inversiones. La inversión extranjera ha brindado la ayuda necesaria para cerrar la brecha entre los países desarrollados y los subdesarrollados, es obvio que se requieren esfuerzos significativos para comprender plenamente las circunstancias que subyacen a estas relaciones y así ayudar a los países en desarrollo capaz de atraer importantes flujos, dejando espacio para las actuales zonas de asedio económico en las naciones desarrolladas (Campoverde Gómez & Jijón Guerra, 2023).

El turismo hoy en día simboliza una de las actividades más representativa dentro de la economía de un país favoreciendo la generación de empleos e incidiendo en los indicadores del producto interno bruto además de contribuir a equilibrar la balanza de pagos, aumentando los ingresos

públicos y fomentando la actividad empresarial, comercial y de servicios fundando impactos positivos a nivel de país o comunidad, Ecuador como país no está exento de esto. Por lo que es importante considerar la gestión que ha venido desarrollando la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) a partir de sus pronunciamientos en aras de atribuirle al turismo la relevancia e importancia que este tiene en bien de la humanidad. La generación de políticas vigentes y los protocolos que esta organización ha venido desarrollando tiene una relevancia desde su aporte a la globalización de los países en vista de incentivar el intercambio sociocultural, tecnológico, financiero y económico. Por esto es importante concebir la definición que esta organización otorga el turismo, manifestando que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Lemoine-Quintero et al., 2020).

El turismo a nivel internacional y nacional sigue creciendo, llegando a convertir en una forma de vida; en su práctica y ejercicio intervienen diversos actores que lo promueven como instrumento de desarrollo local por la dinámica económica y social que este refleja en los territorios. La gobernanza turística en Ecuador está normada; su análisis brinda una percepción sobre el estado de la descentralización en el país, la disyuntiva generada entre competencias, funciones y atribuciones transferidas a los gobiernos locales y necesidades propias del sector para contribuir al desarrollo local (Mora et al., 2020).

En Ecuador una de las deficiencias principales y que es notoria a simple vista, es la escasa disponibilidad de infraestructura básica y turística, la falta de promoción y comercialización de los productos turísticos comunitarios que posee en gran escala, y la deficiente organización y liderazgo de los actores principales de las comunas locales. Pero Vargas et al (2018) afirma, que existen aportes positivos del Turismo Comunitario en Ecuador, como son la generación de puestos de trabajo, el posicionamiento en mercados no tradicionales, la utilización racional de los recursos naturales, bases fundamentales del turismo ecológico y la responsabilidad social – comunitaria a partir de la organización, y de la identificación de los recursos disponibles para el turismo (Loor & Lucas, 2023).

Metodología

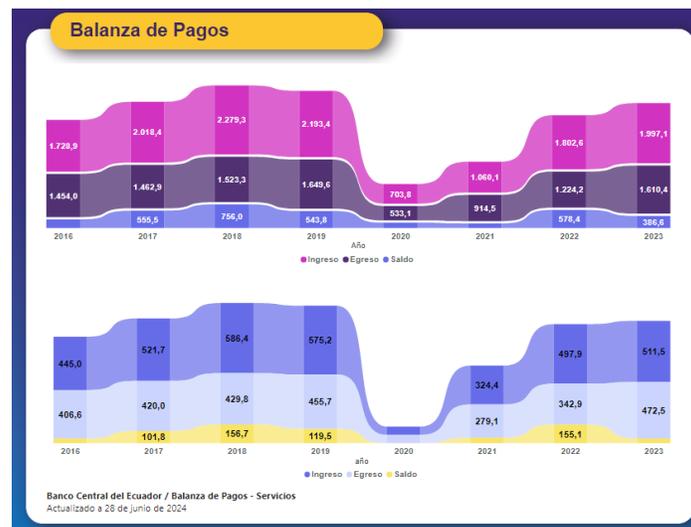
Para llevar a cabo la revisión bibliográfica sobre "Emprendimientos turísticos vulnerables y estrategias de internacionalización", se realizaron búsquedas exhaustivas en bases de datos académicas como Scopus, Google Scholar y Web of Science, utilizando palabras clave como "emprendimientos turísticos", "vulnerabilidad" e "internacionalización". Se seleccionaron artículos publicados en los últimos diez años para garantizar la relevancia y actualidad de la información. Además, se revisaron estudios de casos específicos de pequeñas y medianas empresas turísticas en regiones económicamente vulnerables. La información recopilada fue analizada cualitativamente para identificar patrones comunes, estrategias efectivas y áreas de mejora.

Resultados

La influencia del Turismo sobre el desarrollo de la economía ecuatoriana

Balanza Comercial Turística

Figura 1. *Balanza de pagos sector turismo*



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2024a).

El turismo es uno de los sectores con mayor desarrollo en los últimos 10 años en la renta ecuatoriana, constituye ser uno de los ingresos más importantes dentro de la balanza comercial, cuando se compara la generación de divisas por concepto de turismo, el sector representó alrededor de 1.032,7 millones de dólares en el año 2012. Comparado con el ingreso de los principales productos de exportación, el turismo receptor se encuentra ubicado en cuarto lugar de

importancia dentro de la economía ecuatoriana, después del petróleo, el banano y plátano, el camarón y otros productos industrializados de la industria pesquera. La balanza turística a partir del 2012 ha tenido un saldo positivo, es decir los ingresos que recibe el país por concepto de turismo han sido mayores a los que se han dejado en otros países los residentes nacionales y ha crecido de manera rápida, consolidando así al turismo como fuente importante de recursos económicos para el país. Esto refleja que en el mundo el Ecuador se está posicionando como un destino importante, gracias a la atención que se le ha dado desde el sector público y el sector privado. Todo esto ha ido enfocado en alcanzar la meta de impulsar una economía menos dependiente del petróleo que ha sido una tónica que ha tenido el Ecuador por más de 30 años y que no han logrado brindar condiciones de vida adecuada a un gran sector de la población, de allí que el impulsar nuevas áreas en la economía se hace fundamental de lograr realmente un cambio en el sistema económico del país (Vega Naranjo, 2016).

Como se puede observar en la figura 1, en base a datos aportados por el Ministerio de Turismo del Ecuador, en lo que respecta a la balanza comercial, se observa un ingreso constante desde el año 2016 hasta el año 2019 del sector turismo, una caída abrupta para el año 2020 como consecuencia de la pandemia del Covid – 19, para de nuevo volver a la senda del crecimiento desde el año 2021 hasta el año 2023 por un monto de 1997, 1 millones de dólares, obteniéndose un superávit en lo que respecta a la balanza de pagos de 386,6 millones de dólares.

En lo que respecta a los ingresos trimestrales, hasta el segundo trimestre del año 2024, al país han ingresado 511,5 millones de dólares, obteniéndose un superávit en la balanza de pagos de 39 millones de dólares. Estos indicadores son importantes por que se mantiene los saldos positivos por la actividad turística en el país.

Figura 2. Entradas internacionales.

Mes	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ene	80.841	90.933	95.381	88.696	89.891	91.364	90.788	95.399	29.106	58.490	89.728	73.308
feb	78.960	95.520	91.815	86.888	90.162	91.340	93.331	105.405	31.391	73.458	95.774	77.460
mar	87.963	89.709	94.935	89.756	86.695	95.173	94.000	37.779	33.938	75.129	92.940	82.366
abr	68.477	81.054	83.204	70.672	80.352	79.794	89.243	677	29.717	79.438	84.958	75.579
may	82.149	86.469	89.010	77.195	82.944	90.562	93.700	1.011	35.487	81.152	86.756	83.135
jun	104.818	109.421	110.859	106.303	114.336	119.897	125.645	3.388	54.679	92.852	111.892	103.351
jul	110.460	121.975	118.826	119.182	123.729	125.282	136.731	10.180	74.694	111.554	123.738	
ago	95.745	99.943	92.183	90.080	93.620	99.419	104.700	13.287	65.597	93.588	94.130	
sep	82.373	90.232	87.458	74.294	77.995	84.421	81.861	15.956	56.027	78.892	78.877	
oct	88.084	92.375	90.094	91.127	85.341	91.695	78.164	25.284	64.197	92.972	86.548	
nov	92.876	99.986	99.224	85.257	87.416	92.084	91.214	30.520	70.438	86.332	89.913	
dic	114.779	129.846	123.695	122.314	125.755	131.493	141.164	55.761	106.062	116.238	121.771	
TOTAL	1.087.527	1.187.463	1.176.684	1.101.764	1.138.236	1.192.524	1.220.541	394.647	651.333	1.040.095	1.157.025	495.199

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2024c).

En la figura 2 se puede observar las entradas internacionales por mes en el periodo comprendido entre el año 2013 hasta junio del presente año. Hubo un crecimiento sostenido desde el año 2013 hasta el año 2019 sobre el millón cien mil ciudadanos que entraron al país por vía aérea, como consecuencia del Covid 19, para el año 2020 hubo una disminución del turismo de un 66,67%, empezando a incrementar a partir del año 2021, manteniéndose en los años 2022 y 2023, lo que indica que se está normalizando a números históricos las entradas internacionales al país.

El turismo y la generación de empleo en el Ecuador

Figura 3. Empleo en actividades relacionadas al turismo.



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2024b).

El turismo requiere una elevada intensidad de mano de obra, lo que lo convierte en una fuente significativa de empleo y lo coloca entre los principales creadores mundiales de puestos de trabajo; en el país esta tendencia se mantiene (Vega Naranjo, 2016). En la figura 2 se puede observar los empleos generados por las distintas actividades relacionadas con el turismo, no existen datos para el año 2020 como consecuencia de la pandemia por Covid-19. Sin embargo, hubo un incremento del año 2018 al 2019 de un 4,07%, con un crecimiento sostenido desde el año 2021 al 2023, del año 2021 al 2022 el incremento fue de un 8,64% y del año 2022 al 2023 del 5,12%.

¿Qué desafíos enfrenta el turismo en Ecuador?

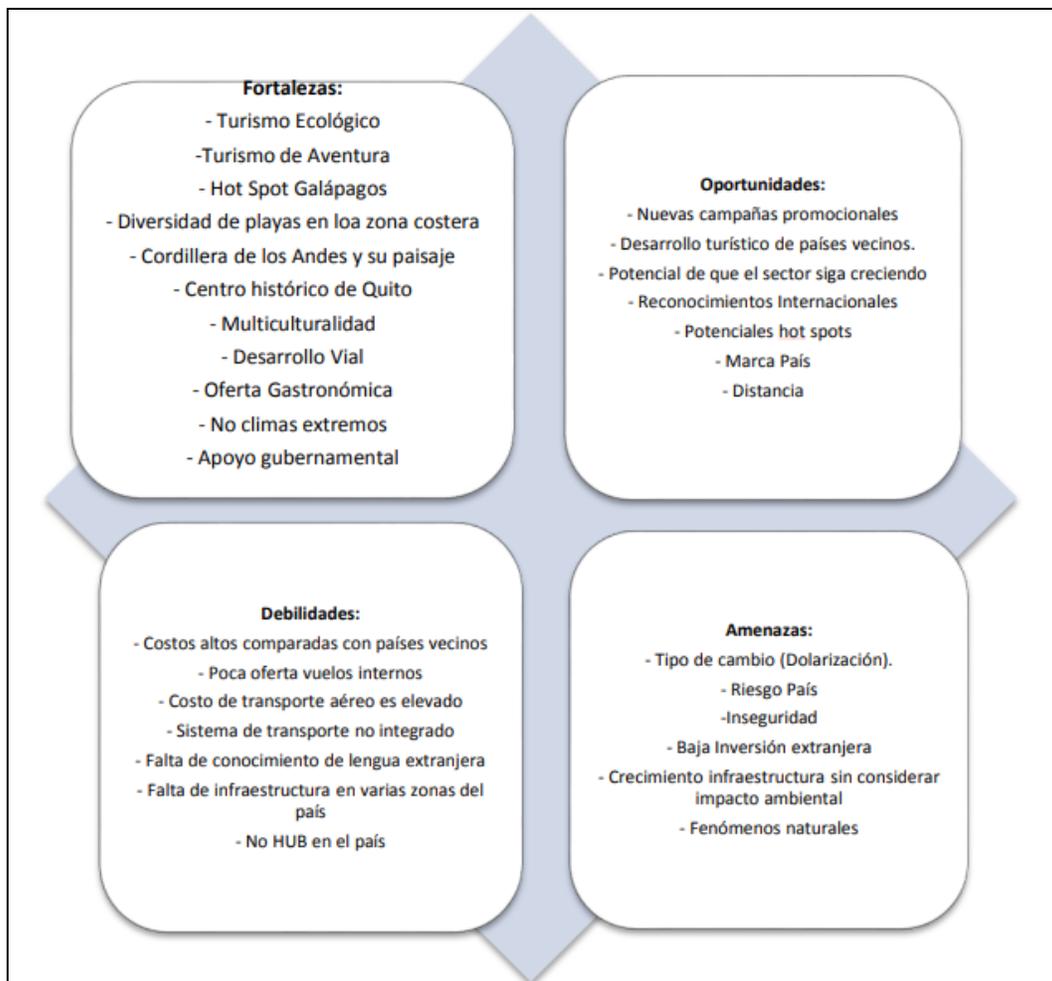
El turismo en Ecuador todavía enfrenta desafíos importantes. Uno de ellos es la falta de infraestructura en algunas zonas turísticas. Aunque se han realizado mejoras en los últimos años, todavía hay áreas que necesitan ser desarrolladas para atraer a más turistas. Además, la pandemia de COVID-19 ha afectado significativamente al turismo en Ecuador, al igual que en todo el

mundo. En 2020, el número de turistas disminuyó en un 71%, y se espera que la recuperación sea lenta (IBT, 2024).

Otro factor importante que ha afectado el turismo en Ecuador es la inseguridad que últimamente ha aumentado a niveles nunca antes vistos, si bien es sabido que el Ecuador era considerado como un país de paso para los carteles que trafican drogas hacia el extranjero. Últimamente el país ha sido invadido por narco guerrillas que buscan el control de ciertas zonas específica para poder operar, todo esto ha derivado en que la inseguridad aumente, así como también los sicariatos y los robos (IBT, 2024).

Competitividad Turística del Ecuador

Figura 1. Análisis FODA del turismo en Ecuador



Fuente: (Vega Naranjo, 2016).

La decisión de internacionalizarse

Razones para la internacionalización

Tabla 1. Principales motivaciones para empezar a exportar

Motivaciones proactivas	Motivaciones reactivas
<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos de beneficios y crecimiento. - Afán directivo. - Competencia tecnológica/producto exclusivo. - Oportunidades en el mercado extranjero/información del mercado. - Economías de escala. - Ventajas fiscales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presiones competitivas. - Mercado nacional pequeño y saturado. - Exceso de producción/capacidad. - Pedidos extranjeros no solicitados. - Ampliación de ventas de productos estacionales. - Proximidad a clientes internacionales/distancia psicológica.

Fuente: (Arteaga Ortiz, 2017).

Las empresas (y sus directivos) tienen que tomar decisiones estratégicas que permitan responder a los retos de una mayor competencia internacional y a las oportunidades que ofrecen los nuevos mercados. Aquellas que se decidan a tomar la iniciativa tendrán más posibilidades de convertir tales cambios en una ventaja competitiva a su favor. Pero ni las razones ni los procesos son los mismos, según el tamaño de la empresa. En este sentido, muchas de las grandes empresas necesitan aplicar algún tipo de estrategia global. La internacionalización empresarial dependerá de muchos factores como, por ejemplo, de en qué medida dicho proceso potencia las competencias distintivas de la organización, las economías y beneficios que la internacionalización genere, así como la similitud de los diferentes contextos (tradicional y nuevo) en que opere la empresa. La orientación y visión de la organización y sus directivos también desempeñan un papel importante en el grado de internacionalización empresarial. Es decir, los motivos para internacionalizarse pueden ser muy diversos e incluso cambiantes a lo largo del tiempo. En general, el principal motivo es la creciente competencia internacional prácticamente en todos los mercados, que obliga a las empresas a desarrollar estrategias de crecimiento más allá del mercado local y buscar localizaciones productivas que generen menores costes. Esto no significa abandonar el mercado nacional para dedicarse al internacional. En realidad, la mayoría de las empresas difícilmente pueden abordar los mercados internacionales sin una fuerte consolidación del mercado local (Arteaga Ortiz, 2017).

Las causas últimas de las ventajas competitivas

- obtener los productos –bienes o servicios– a menor coste que la competencia y así ser el líder en coste o

- que el producto sea percibido por los clientes como exclusivo: ser líder en diferenciación y así disponer de libertad para fijar los precios (aunque puede haber muchos productos en el mercado sustentados en distintas fuentes de diferenciación) (Arteaga Ortiz, 2017).

Así, las causas de las ventajas competitivas se pueden clasificar en dos grupos: las que dan lugar a costes más bajos y las que dan lugar a la preferencia, por parte de cada segmento de mercado, del producto de un competidor determinado, por diferenciación de este con respecto a los demás, lo que permite subir los precios. Dependiendo de si la ventaja competitiva de la empresa en su sector es el coste bajo o la especialización, la internacionalización se planteará de forma bien diferente. Cuando una empresa ha adquirido la condición de especializada en un segmento de mercado, es preferible que no sature el mercado de origen y acuda pronto a la internacionalización para crecer; cuando la ventaja estratégica está basada en el coste bajo, mientras el mercado de origen esté en crecimiento, debe concentrarse en penetrar más el mercado de origen antes de abordar la internacionalización, que después se convierte en la opción recomendable para seguir reforzando las economías de escala que contribuyen a consolidar una posición de costes bajos (Arteaga Ortiz, 2017).

Internacionalización desde la Perspectiva de Procesos

- **Teoría del proceso:** Surge como un proceso complejo y no como un concepto, en donde se inicia un proceso de internacionalización, con una principal dimensión de exportación enfocada a la distancia psicológica, en donde el empresario busca llegar a países de la misma región o que geográficamente cuenten con una cercanía considerable, así como un idioma y cultura parecidos, ya que de esta manera se considera que el producto o servicio tendría acogida, debido a que pueden tener rasgos culturales similares. Las compañías se internacionalizan cuando han alcanzado una etapa de desarrollo considerable, por medio del cual desean obtener mayor conocimiento y experiencia en nuevos mercados. Este proceso, agrupa cada una de las teorías basadas en una internacionalización de manera gradual, dando a conocer de qué forma una compañía nacional llega a mercados internacionales, que factores determinan esta decisión y como se puede llegar a un grado más alto de internacionalización (Albadan Durán & Patiño Bermúdez, 2021).
- **Modelo de internacionalización Uppsala:** Se plantea un proceso de internacionalización gradual, en el que la compañía se va desarrollando y adquiriendo experiencia en determinados mercados, a medida que se realizan actividades comerciales de exportación,

las actividades comerciales están sujetas a etapas sucesivas, donde cada una figura en mayor grado de internacionalización. Lo cual se puede evidenciar como una cadena de establecimiento comprendida en cuatro fases:

- Actividades de exportación esporádicas.
- Exportaciones por medio de un tercero o representante independiente.
- Establecimiento de una sucursal en un país objetivo determinado.
- Establecimiento de unidades productivas en el país objetivo.

Se debe tener en cuenta que cada fase representa una integración mayor que la fase anterior, por lo cual, se considera pertinente tener un conocimiento pleno de la cultura del país objetivo, para no correr el riesgo de que el producto no tenga acogida o sea un insulto para el consumidor. Además de esto, es de vital importancia explorar mercados consolidados, los cuales en la mayoría de los casos representan mayor rentabilidad (Albadan Durán & Patiño Bermúdez, 2021).

- **Modelo de innovación:** Para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), el proceso de internacionalización puede comprenderse como un proceso innovador. Esta teoría plantea que existe una relación proporcional entre la internacionalización y la innovación. Además de esto, el modelo plantea las siguientes etapas dentro del proceso de internacionalización de una empresa:
 - Mercado doméstico.
 - Pre-Exportación.
 - Exportadora experimental.
 - Exportación activa.
 - Exportación comprometida (Albadan Durán & Patiño Bermúdez, 2021).

Conclusión

Los emprendimientos turísticos vulnerables, enfrentados a desafíos significativos como la fluctuación de la demanda, la competencia intensa y las crisis económicas globales, adoptaron diversas estrategias de internacionalización para asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo. Entre estas estrategias destacaron la diversificación de sus productos y servicios, permitiendo así atraer a una clientela más amplia y diversa, y la incorporación de tecnologías innovadoras para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Además, buscaron

establecer alianzas estratégicas con socios internacionales, lo que facilitó el acceso a nuevos mercados y recursos, y promovió el intercambio de conocimientos y mejores prácticas. También invirtieron en la formación y capacitación de su personal para mejorar la calidad del servicio y adaptarse a las expectativas de los turistas internacionales. A través de estos esfuerzos concertados, estos emprendimientos no solo lograron mitigar su vulnerabilidad, sino también posicionarse competitivamente en un entorno global dinámico y en constante evolución.

Referencias

- Albadan Durán, T., & Patiño Bermúdez, F. N. (2021). *Análisis de las estrategias de internacionalización del turismo sostenible en Colombia en el marco de la nueva normalidad: caso empresa del sector*. [UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA]. [https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10169/TRABAJO DE GRADO - ECOTURISMO EN COLOMBIA.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10169/TRABAJO_DE_GRADO_-_ECOTURISMO_EN_COLOMBIA.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
- Arteaga Ortiz, J. (2017). *Manual de internacionalización* (Segunda ed). ICEX España Exportación e Inversiones.
- Campoverde Gómez, G. E., & Jijón Guerra, J. F. (2023). *Análisis de la incidencia de la crisis económica en los pequeños negocios de Guayaquil* [UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25935/1/UPS-GT004564.pdf>
- IBT. (2024). *Conoce Más De Fondo El Turismo En Ecuador Y Su Futuro En 2024*. <https://ibt-edu.com/turismo-en-ecuador-conoce-mas-de-fondo-y-su-futuro-en-2024/>
- Lemoine-Quintero, F., Fernández-Rodríguez, N., & Villacis-Zambrano, L. (2020). Incidencias de las contradicciones sociales en el comportamiento del consumidor turístico del Ecuador. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(1), 191–206. <https://doi.org/10.25214/27114406.978>
- Loor, M. V. F., & Lucas, M. P. G. (2023). Estrategias para fortalecer los emprendimientos de turismo comunitario de la provincia de Manabí. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 9, 1–15.
- Ministerio de Turismo. (2024a). *Divisas por turismo millones USD*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/balanza-turistica/>
- Ministerio de Turismo. (2024b). *Empleo en actividades relacionadas al turismo*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/empleo-en-actividades-relacionadas-a-turismo/>
- Ministerio de Turismo. (2024c). *Entradas internacionales*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Montero, A. R. C., & González, M. E. C. (2020). Hacia una estrategia de internacionalización de la economía ecuatoriana 2020-2030. *Revista Científica Ecociencia*, 7(4), 73–95.

Mora, G. N. C., Paredes, M. D. L. L., & Silva, M. G. M. (2020). Desarrollo local y turismo en Ecuador. *Revista de Investigación Enlace Universitario*, 19(1), 30–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.33789/enlace.18.1.58>

Vega Naranjo, M. A. (2016). *Análisis del impacto socioeconómico del turismo y las políticas y estrategias gubernamentales en el marco del desarrollo del sector turístico ecuatoriano, período 2007-2013* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR]. [https://www.repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/3047/1/ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO Y LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS GUBERNAMENTALES EN .pdf](https://www.repositoriointerculturalidad.ec/jspui/bitstream/123456789/3047/1/ANÁLISIS%20DEL%20IMPACTO%20SOCIOECONÓMICO%20DEL%20TURISMO%20Y%20LAS%20POLÍTICAS%20Y%20ESTRATEGIAS%20GUBERNAMENTALES%20EN%20.pdf)

© 2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).