

LA INFLUENCIA DEL GÉNERO EN EL EMPREDIMIENTO TURÍSTICO INNOVADOR: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA

*Miguel Ángel Montañés-Del Río**

Universidad de Cádiz

<https://orcid.org/0000-0001-6032-9965>

*Vanessa Rodríguez Cornejo***

Universidad de Cádiz

<https://orcid.org/0000-0003-2516-4311>

*Margarita Ruiz Rodríguez****

Universidad de Cádiz

<https://orcid.org/0000-0001-7909-3411>

RESUMEN

La importancia socioeconómica del turismo a nivel mundial, truncada por la crisis sanitaria de la COVID-19, ha llevado a apostar por la innovación para sobrevivir al nuevo entorno. Y dado que la literatura sobre emprendimiento señala la existencia de un sesgo de género a la hora de emprender, el objetivo de este trabajo es conocer el estado del arte en torno a la existencia, o no, de un componente de género al innovar entre quienes emprenden en turismo.

La investigación, un análisis sistemático de la literatura, en búsqueda de referencias bibliográficas en las bases de datos Web of Science y Scopus, así como una búsqueda manual de cualquier otra que pueda existir en organismos internacionales como la OMT o el WTTC y mediante referencias inversa.

Fecha de recepción: 8 de junio de 2023.

Fecha de aceptación: 27 de octubre de 2023.

* Departamento de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. Av. de la Universidad, 4. 11405 Jerez de la Frontera. CÁDIZ (España). E-mail: miguelangel.montanes@uca.es

** Departamento de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. Av. de la Universidad, 4. 11405 Jerez de la Frontera. CÁDIZ (España). E-mail: vanesa.rodriguez@uca.es

*** Departamento de Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. Av. de la Universidad, 4. 11405 Jerez de la Frontera. CÁDIZ (España). E-mail: margarita.ruiz@uca.es

Palabras clave: sesgo de género; emprendimiento; innovación; industria turística; revisión de literatura.

The influence of gender in an innovative tourism company: a systematic review of the literature

ABSTRACT

The socioeconomic importance of tourism worldwide, truncated by the COVID-19 health crisis, has led to a commitment to innovation to survive the new environment. Given that the entrepreneurship literature highlights the presence of a gender bias in entrepreneurial endeavors, the aim of this study is to ascertain the current state of knowledge regarding the existence, or absence, of a gender component in innovation among those involved in entrepreneurial activities within the tourism.

The research, a systematic analysis of the literature, searching for bibliographic references in the Web of Science and Scopus databases, as well as a manual search for any other that may exist in international organizations such as the UNWTO or the WTTC and through reverse references.

Keywords: gender bias; entrepreneurship; innovation; tourism industry; literature review.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno mundial que fomenta el crecimiento económico, la reducción de la pobreza y el desarrollo de las comunidades (Mero Fuentes y Palma de la Cruz, 2021). Además, y hasta la llegada de la pandemia de la COVID-19, ha sido una de las principales actividades económicas mundiales con cerca del 7% de la cuota del comercio, y la tercera actividad exportadora tras las industrias petrolífera y química (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2014).

Es por ello por lo que durante las dos últimas décadas el turismo ha merecido análisis específicos, entre otros, sobre innovación (Montresor, 2018). La literatura, además, ya había venido manifestando de forma recurrente la escasez de estudios que abordasen de una forma relevante y específica no solo la innovación turística (Pikkemaat y Weiermair, 2007; Orfila-Sintes y Mattsson, 2009; Pivcevic y Prancevic, 2012), sino también su actualización y el salto hacia otros tópicos relacionados con la misma (Pikkemaat *et al.*, 2019). La razón tras esto es que las empresas de esta industria presentan unos problemas y unos procesos específicos en cada uno de sus segmentos y actividades (Camisón y Monfort-Mir, 2012; Hjalager, 2010; Krizaj *et al.*, 2014).

La industria turística se caracteriza por su continuo cambio (Cooper y Wahab, 2001), una oferta saturada y una clientela globalizada (Peters y Pikkemaat, 2005), y por estar compuesta de pequeños y heterogéneos negocios que bajo un entorno dinámico como el presentado precisan de un emprendimiento innovador (Kang *et al.*, 2007). Su excepcional e intensa competencia (Keller, 2006) obliga a innovar para lograr menores costes, ofre-

ciendo nuevos productos y servicios, de mayor calidad, y que cumplan los requisitos de los potenciales clientes (Hjalager, 2002; Sundbo *et al.*, 2007).

Las tecnologías de la información y la comunicación, por ejemplo, son herramientas de innovación que permitirían, tanto a las organizaciones turísticas como a los propios destinos, mejorar sus operaciones y posición (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2014). Consecuentemente, poder superar la crisis económica en la industria turística causada por la pandemia de la COVID-19 pasa por considerar la innovación (Simancas Cruz *et al.*, 2020) y ponerla al servicio de la sostenibilidad, la salud pública y la seguridad (Bauzá Martorell *et al.*, 2020).

Además de lo ya expuesto, el rol de la mujer en la economía ha ido cambiando a lo largo de las últimas décadas para ver modificada e incrementada su presencia en las diferentes actividades sociales y económicas (Sonzogni, 2020). Sin embargo, su avance aún se ve frenado por los estereotipos sociales que son replicados en la industria turística (Díaz Carrión y Kido Cruz, 2017; Serrano Barquín *et al.*, 2019). En este sentido, un nutrido número de estudios previos recopilados por Minniti (2009), ha demostrado que el fenómeno del emprendimiento tiene un componente de género que también podría trasladarse al ámbito de la innovación.

Efectivamente, un 30% de los países del informe *Global Entrepreneurship Monitor* -en lo sucesivo GEM- (Peña-Legazkue *et al.*, 2019), realizado entre los años 2018 y 2019, reportaba que los hombres emprendían negocios más innovadores que las mujeres, a pesar de lo cual eran estas últimas quienes presentaban mayor probabilidad de describir sus propios negocios como innovadores (Elam *et al.*, 2019), lo que vendría a coincidir con los hallazgos del estudio de Dastourian y Kawamorita Kesim (2017), para quienes la innovación tiene una significativa y positiva influencia sobre el emprendimiento femenino. La presencia de este sesgo de género coincidiría con los resultados previos del estudio de Brandão *et al.* (2015), para quienes las mujeres son, en la industria turística, más innovadoras que los hombres.

Por lo tanto, la industria del turismo, una de las más afectadas por la crisis económica derivada de la pandemia de la COVID-19 (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2020), ha de reafirmarse ante la necesidad de contar con actuaciones innovadoras para poder sobrevivir a los cambios sociales producidos por aquella (distanciamiento social, temor a posibles contagios, mayores medidas higiénico-sanitarias, limitación de viajes, etc.). Así, al debate académico acerca de la importancia del género en el emprendimiento, se une también el existente en torno a su capacidad de innovación y hace posible plantearse la siguiente pregunta de revisión: *¿Es el género de quien emprende en la industria turística un determinante que influya la innovación en la misma?*

Una revisión sistemática de la literatura (en adelante RSL) puede ser un buen comienzo para intentar responder a dicha pregunta porque puede revelar inconsistencias en el actual cuerpo de conocimientos, sintetizar resultados diversos y, por lo general, ofrecer a otros investigadores una visión acerca de cuál es el estado del arte sobre un campo (Palmatier *et al.*, 2018), convirtiéndose en una cuestión esencial para avanzar en una línea de investigación (Fink, 2019).

De este modo, el objetivo de este trabajo es resumir y categorizar el conocimiento existente en torno al papel del género en la innovación de quien emprende en la industria turística basándose, para su consecución, en la metodología propia de una RSL.

2. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO INNOVADOR Y GÉNERO

La crisis sanitaria provocada por la COVID-19, que desde principios del año 2020 azotó al mundo entero y que golpeó especialmente a los viajes y al turismo debido a las medidas para contener y reducir la difusión del virus (International Monetary Fund [IMF], 2021), vino a configurar un nuevo entorno para la industria turística ya de por sí marcado por la globalización, una feroz competencia, y una clientela con nuevas necesidades y expectativas. Ello ha provocado la adopción de medidas que permitan adaptar los recursos, los procesos, e incluso los valores, de la industria turística.

En este sentido, las prácticas innovadoras pueden ayudar a hacer frente a los actuales desafíos de la industria turística, tales como recuperar la confianza de los consumidores, solucionar los problemas de liquidez, optimizar los recursos humanos y tecnológicos de los que se dispone, aprovechar al máximo el capital relacional, y hacer más eficientes los procesos (Cruz-May y May-Guillermo, 2021). Lo expuesto siempre que, y una vez instauradas dichas prácticas en la organización, sean capaces de materializarse en procesos específicos e identificables tales como el desarrollo de nuevos productos o servicios, la toma de decisiones, o las alianzas estratégicas (Bermúdez Guerrero y Gutiérrez Molina, 2013; Cruz-May y May-Guillermo, 2021).

La innovación tiene un efecto positivo en el incremento de la competitividad, la rentabilidad, el desempeño, el posicionamiento, y el desarrollo de ventajas competitivas (Álvarez-Sousa *et al.*, 2008; Marín-Idárraga y Cuartas-Marín, 2019), por lo que las empresas que propongan posturas proactivas e innovadoras podrían ser capaces de volver a crear oportunidades de mercado (Duarte Alonso *et al.*, 2020; Eggert, 2020). La innovación, en consecuencia, puede ser una vía para la recuperación económica tras la pandemia de la COVID-19 (Sharma *et al.*, 2022). Partiendo de la premisa de que toda persona que emprende tiene capacidad de innovar y de generar ideas diferentes que mejoren tanto su entorno como su nivel de vida (Orrego, 2008), dado que bastaría con hacer las cosas de un modo distinto (Grañó, 2019), es posible afirmar que el emprendimiento y la innovación son importantes instrumentos del desarrollo económico (García Arango, 2014).

La innovación, para las empresas de la industria turística, significa reorientar sus tradicionales formas de gestión hacia otras que busquen nuevas alternativas para la creación de productos y servicios novedosos, que implementen estrategias más potentes, o que hagan más eficientes los recursos tangibles e intangibles de aquéllas (Zbigniew, 2015). En consecuencia, y para el turismo, la innovación va más allá de los inventos y de la mera adopción de bienes y servicios por los turistas, siendo una forma estratégica de pensar orientada hacia la competitividad y la creación de valor (d'Arcy y Omar, 2015).

Aunado con lo hasta ahora expuesto, se confirma el efecto moderador del género sobre el desempeño innovador de las empresas (Yu y Chen, 2016). Pero aun cuando la literatura que trata la influencia del género en la innovación de aquéllas ha crecido sustancialmente en los últimos quince años, aún no existe un consenso acerca de la influencia del género de quien emprende un negocio sobre la innovación del mismo (T.M. y Joseph, 2020). Hay autores que encontraron una relación positiva, aunque débil, que confirmaría la idea de que los hombres son más innovadores que las mujeres (Awamleh, 1994; Dahlstrand y Politis, 2013; Marlow y McAdam, 2013; Reuvers *et al.*, 2008). Otros autores, por su parte,

hallaron una relación positiva entre la cultura del cambio y el género femenino, lo que podría favorecer el potencial innovador de las mujeres en la industria turística (Becerra Gualdrón y Palacios Preciado, 2013).

La industria turística se ha percibido como un lugar adecuado para emprender (Li, 2008; Nikraftar y Hosseini, 2016) debido a la existencia de un gran número de pequeñas empresas y a las bajas barreras de entrada a la misma (Shaw y Williams, 1998; Shaw, *et al.*, 1988). Estas circunstancias vendrían a favorecer la presencia de la mujer en el turismo (Hanson, 2009; Martínez Caparrós, 2018; Vujko *et al.*, 2019) haciendo atractiva esta industria para dicho género (Haugen y Vik, 2008; Peeters y Ateljevic, 2009). Sin embargo, y a pesar de este atractivo, al analizar la literatura sobre emprendimiento se detecta que sigue existiendo una brecha de género entre hombres y mujeres a la hora de crear un negocio (Ahl, 2006; Ahl y Marlow, 2012; Boley *et al.*, 2017; Peeters y Ateljevic, 2009; Vujko *et al.*, 2019), lo que ha desencadenado en una serie de programas de investigación y políticas públicas que persiguen rectificar la percepción del fracaso de las mujeres para promover la innovación y la creación de riqueza a través del emprendimiento (Ahl y Marlow, 2012).

Existe, por lo tanto, y a juicio de estos autores, una escasez de literatura que relacione emprendimiento, innovación y género en la industria turística, lo que hace apropiado el realizar una RSL que permita resumir y categorizar el conocimiento existente (Fisch & Block, 2018) en torno al papel innovador que desempeña el género cuando se emprende un negocio en la industria turística.

3. METODOLOGÍA

Las RSL se refieren a estudios que tratan de responder a una o varias preguntas realizadas de manera clara a través de la búsqueda, descripción y evaluación de todas las investigaciones publicadas y, si es posible, de las no publicadas sobre un tema (Al-Tabbaa *et al.*, 2019). Esta última apreciación es importante al objeto de evitar lo que se conoce como sesgo de publicación en las revisiones de literatura (Waddington *et al.*, 2012).

El calificativo de sistemática obedece al hecho de que ni es sesgada ni subjetiva, sino que, antes bien, examina la mejor producción científica disponible utilizando las mejores fuentes de información (Codina, 2017). La subjetividad se evita, por ejemplo, haciendo que uno de los requisitos de una RSL sea la posibilidad de ser reproducible por cualquier investigador (Grant y Booth, 2009; Lame, 2019; Littell *et al.*, 2008; Palmatier *et al.*, 2018; Paré *et al.*, 2015).

El objetivo fundamental de un artículo de revisión debe ser, por lo tanto, identificar qué se conoce del tema, qué se ha investigado y qué aspectos permanecen desconocidos, proporcionando un resumen exhaustivo de la literatura disponible en relación con una o varias preguntas de revisión. Es por ello que una RSL puede considerarse una investigación científica en sí misma en la que el revisor tiene un interrogante, recoge datos por medio de artículos previos, los analiza, y extrae conclusiones (García-Peñalvo, 2017).

La estrategia de búsqueda de literatura de este artículo ha perseguido alcanzar estudios, publicados o no (Al-Tabbaa *et al.*, 2019), a partir de alguna de las siguientes tres fuentes de información (Waddington *et al.*, 2012): bases de datos electrónicas, búsquedas manuales, y retro-referencias o proceso de creación de “bolas de nieve”. Este último proceso no

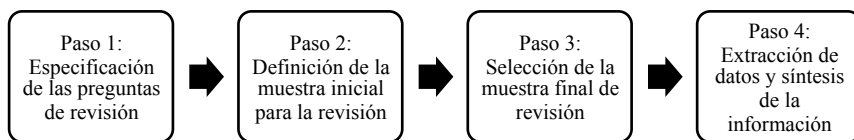
consiste más que en buscar, de entre el listado de referencias de los estudios seleccionados para la síntesis y análisis, otros de ellos que puedan resultar de interés para dar respuesta a la pregunta de investigación (Rothstein y Hopewell, 2009). En suma, se trataría de realizar una búsqueda bidireccional de citas, tanto hacia adelante, como hacia detrás, de los estudios previamente identificados como relevantes (Hinde y Spackman, 2014).

Los criterios para la exclusión-inclusión de trabajos para su posterior síntesis y análisis, y en cuya confección participaron de forma conjunta todos los coautores para evitar así el sesgo personal (T.M. y Joseph, 2020), estuvieron referidos a la imposibilidad de tener acceso al texto completo cuando el resumen no resultara ser concluyente como factor de inclusión, la falta de relación del estudio o trabajo encontrado con la capacidad innovadora, o la omisión de forma conjunta de los términos innovación, emprendimiento, turismo y género.

De entre las diferentes bases de datos electrónicas se seleccionaron Web of Science (en adelante, WoS) y Scopus debido al carácter multidisciplinar de la primera de ellas (Waddington *et al.*, 2012), y por tratarse de una base de datos que contiene publicaciones a nivel internacional revisadas por pares (Perevochtchikova *et al.*, 2019), la segunda. La búsqueda manual y el proceso de bola de nieve tuvieron su origen en: 1) Google Académico, a través de la búsqueda de la frase “la influencia del género en el emprendimiento innovador turístico”; 2) Organismos internacionales relacionados con el turismo, como el *World Travel & Tourism Council* (WTTC) y la Organización Mundial del Turismo (*United Nations World Tourism Organization*), a través de los informes emitidos por cualquiera de ellos; 3) Trabajos Fin de Grado y actas de Congresos.

En suma, los pasos seguidos en esta RSL son los mostrados en la figura 1, y tienen como trasfondo la metodología propuesta en la declaración PRISMA (*Preferred Reported Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) (Moher *et al.*, 2009), que propone una hoja de chequeo con distintos ítems para ayudar a los autores a mejorar el modo en el que informan sobre sus revisiones sistemáticas, convirtiéndose en una herramienta útil para la valoración de los artículos basados en las mismas.

Figura 1
PASOS EN EL PROCESO DE RSL



Fuente: Adaptado de Al-Tabbaa *et al.* (2019).

Las RSL son un poderoso método para formular proposiciones de investigación a partir de los trabajos ya publicados, pero se enfrentan al reto de sintetizar los resultados de la revisión (Tranfield *et al.*, 2003). Para tratar de superarlo, y dado el ámbito de lo social en el que descansa esta investigación, se utilizó (véase la tabla 1) la estrategia PICOS (*patients/problems* (P), *interventions* (I), *comparison* (C), *outcomes* (O), y *study design*

(S)) (Petticrew y Roberts, 2008; Qiu y Wang, 2016; Waddington *et al.*, 2012), que es un medio útil no solo para formular las preguntas de investigación o de revisión más correctas, sino también para dirigir la búsqueda de artículos (Qiu y Wang, 2016) facilitando, incluso, la descomposición de las preguntas en otras de ellas que sean mucho más claras (Waddington *et al.*, 2012).

Tabla 1
IDENTIFICACIÓN DEL ACRÓNIMO PICOS

Inicial	Definición	Descripción
P	Paciente, población o problema	Presenta algún tipo de condición particular
I	Intervención	Preventiva, diagnóstica, administrativa o relacionada con asuntos económicos, etc.
C	Comparación o control	Estándar, la más usada, o ausente
O	Resultados (del inglés <i>Outcomes</i>)	Resultado esperado
S	Estudio (del inglés <i>Study</i>)	Tipo de estudio diseñado, o protocolo de intervención

Fuente: Adaptado de Waddington *et al.* (2012).

En la base de datos electrónica WoS, por una parte, se buscó dentro del tema la siguiente cadena de palabras o términos clave: (touris* AND innovat* AND entrepreneur* AND gender). Se obtuvieron un total de 21 resultados, de los que algo más del 66% se había publicado a lo largo de los últimos cinco años. La inclusión de aquéllos para el análisis quedó reducida a 7 registros tras la aplicación de los criterios de calidad de la declaración PRISMA.

En la base de datos electrónica Scopus, por su parte, se utilizó la misma cadena de palabras clave realizándose la búsqueda dentro del título, el resumen o las palabras clave de los registros. De los 12 resultados obtenidos, un total de 9 de ellos resultaron ser duplicados de aquéllos suministrados por WoS, mientras que el resto fue eliminado siguiendo los criterios de exclusión protocolizados

La búsqueda manual y mediante el proceso de bola de nieve, empleando el mismo procedimiento, proporcionó un total de 15 estudios de entre los que se eliminó 1 de ellos tras aplicar los criterios de exclusión protocolizados. El resultado supuso un total de 15 estudios que fueron objeto de síntesis y análisis (véase la tabla 2) según la metodología PICOS (Moher *et al.*, 2009; Qiu y Wang, 2016).

Tabla 2
SÍNTESIS Y ANÁLISIS PICOS DE LOS ESTUDIOS CON INTERÉS DERIVADOS DE LA RSL

Referencia	Población (P)	Intervención (I)	Comparación (C)	Resultados (O)	Estudio (S)
<p>(Alsos <i>et al.</i>, 2013)comparative analogies are sought from research fields of gender and entrepreneurship as well as gender and technology. Findings-The article presents the scope and issues in the current research on gender and innovation. Based on the overview, research in this area is conducted in various disciplines applying a variety of methodological approaches. In order to make sense of the current research, the paper developed a framework consisting of various approaches to gender and innovation; these include gender as a variable, construction and process and innovation as a result, process and discourse. Research limitations/implications-Based on the review, several recommendations for future research are made. First, future research should question the connection between technology and innovation and purposefully seek innovation activity also in low-tech and service sectors and firms. Innovation scholars and policy makers should not primarily target radical and product innovations but should be equally interested in incremental and process innovations. Second, understanding women's innovation activity needs to be embedded in understanding the normative frames and structural factors at play. A particular theoretical call is linked to the study of power and innovation. Third, it is imperative to develop and apply new methodological approaches and new operationalizations of innovation and innovators. Practical implications-By focusing on gender and innovation, it is possible to discover innovation as a gender biased phenomenon. Policy makers should bear this in mind when developing innovation policies. Social implications-An understanding of innovation literature and innovation policy as gender biased has important social implications. Discovering gender structures is important to further develop gender equal societies. Further, innovation may be hampered by biases in the understanding of the concept, including gender biases. Originality/value-This introductory article...</p> <p>Agnete", "non-dropping-particle": "", "family": "Cry", "parse-names": false, "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Ljunggren", "given": "Elisabet", "non-dropping-particle": "", "parse-names": false, "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Hytti", "given": "Ulla", "non-dropping-particle": "", "parse-names": false, "suffix": ""}], "container-title": "International Journal of Gender and Entrepreneurship", "id": "ITEM-1", "issue": "3", "issued": {"date-parts": [{"2013"}]}, "page": "236-256", "publisher": "Emerald Publishing", "title": "Gender and innovation: state of the art and a research agenda", "type": "article-journal", "volume": "5"}, "uris": [{"http://www.mendeley.com/documents/?uid=04888a0d-f2fd-3d1a-953e-a012674724de"}]}, "mendeley": {"formattedCitation": "(Alsos <i>et al.</i>, 2013</p>	<p>Artículos publicados hasta 2013 que relacionan el género de quien emprende, y la innovación</p>	<p>Propuesta de un marco teórico para el estudio del efecto del género sobre la innovación</p>	<p>Emprendedores vs. Emprendedoras de los artículos revisados</p>	<p>La innovación parecer ser un fenómeno sesgado por el género</p>	<p>Revisión de literatura, y análisis cuantitativo</p>

Referencia	Población (P)	Intervención (I)	Comparación (C)	Resultados (O)	Estudio (S)
<p>(Baylina <i>et al.</i>, 2019) a return of young adult men and women who settle in to develop their own professional projects. This process of change in rural communities is not exclusive to Spain but is also observed in other rural areas of Europe. This article examines who is behind the new processes of re-ruralization in Spain from the analysis of professional projects carried out by young adult educated men and women, with urban experience. These agents are not gender neutral, so this analytical category is taken to examine the power relations that underlie these processes, taking into account the objectives, opportunities and difficulties that each one has at the origin of their projects. The research has been conducted through in-depth interviews, in order to ascertain how people give expression to their own experiences. The results confirm the existence of re-ruralization processes distinguished by innovative and highly professionalized initiatives developed by women and men whose discourse reveals new forms of inequality and different power mechanisms.</p> <p>s. ", author": [{"dropping-particle": "", "family": "Baylina", "given": "Mirreia", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Villarino", "given": "Montserrat", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Dolors Garcia", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Josefa", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Porto", "given": "Ana Maria", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Isabel", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Salamaña", "given": "Gloria", "non-dropping-particle": "", "parse-names": "false", "suffix": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "ITEM-1", "id": "ITEM-1", "issue": "110", "issued": ""}, {"dropping-particle": "", "family": "Lisboa", "page": "75-91", "publisher": "Universidade de Lisboa", "title": "Gender and innovation in the new re-ruralization processes in Spain", "type": "article-journal", "volume": "54"}, {"dropping-particle": "", "family": "Mendeley", "id": "489083fb-44e0-31e0-a148-73bcbe8b4853"}, {"dropping-particle": "", "family": "Mendeley", "id": "489083fb-44e0-31e0-a148-73bcbe8b4853"}]</p>	<p>Doce emprendedores de negocios en zonas rurales de España entre los años 2008 y 2015</p>	<p>Conocimiento del nivel de innovación que dichos emprendedores consideran que tienen sus proyectos</p>	<p>Emprendedores turísticos hombres vs. Emprendedores turísticos mujeres</p>	<p>No es concluyente la existencia de una diferencia de género a la hora de innovar en el turismo, cuando este se centra en zonas rurales de España</p>	<p>Análisis cualitativo mediante entrevistas en profundidad realizadas en el año 2017</p>
<p>(Cikic <i>et al.</i>, 2018)</p>	<p>Mujeres emprendedoras de entornos rurales de la República de Serbia</p>	<p>Conocer los obstáculos percibidos en el desarrollo del turismo rural</p>	<p>No es operativo</p>	<p>Diferencias de género en turismo rural en cuanto a innovación</p>	<p>Cuestionario de percepciones realizado durante el año 2014</p>

Referencia	Población (P)	Intervención (I)	Comparación (C)	Resultados (O)	Estudio (S)
(Elam <i>et al.</i> , 2019)	Emprendedoras de 59 economías mundiales a lo largo del período 2018/2019	Consideración del género como característica diferencial a la hora de crear un negocio innovador	Emprendedores vs. Emprendedoras	No es conveniente que el género suponga una diferencia a la hora de innovar en actividades turísticas, ni en cualquier otra	Encuesta de Población Adulta
(García Guardia, 2019)	No es operativo ¹	No es operativo ¹	No es operativo ¹	La variable género influye en el carácter innovador de quien emprende en la industria turística	Revisión sistemática de la literatura
(Heldt Cassel y Pettersson, 2015)	Mujeres involucradas en negocios turísticos sobre granjas que ya están en funcionamiento en dos regiones de Suecia	Conversión de las granjas en negocios turísticos y de alojamiento	No es operativo ¹	La diversificación de actividades en granjas en activo, por medio del turismo emprendido por mujeres, permite la innovación y la competitividad de aquéllas, reduciendo la brecha de género	Entrevistas a mujeres
(Lado-Sestayo y Vivel-Búa, 2017)	Empresas turísticas gestionadas por mujeres en los países orientados hacia la innovación, según el Foro Económico Mundial	Conocer las diferencias económicas de emprendedoras y turismo	Empresas turísticas gestionadas por hombres en los países orientados hacia la innovación, según el Foro Económico Mundial	Las empresas turísticas gestionadas por mujeres presentan menores recursos para la asunción de mayores niveles de riesgo, generalmente relacionados con la innovación	Comparativa, a partir de datos GEM, de variables que caracterizan las iniciativas empresariales impulsadas por mujeres

1 La identificación de un estudio como “No es operativo” supone que no ha sido posible asociar esa característica del acrónimo PICOS al mismo.

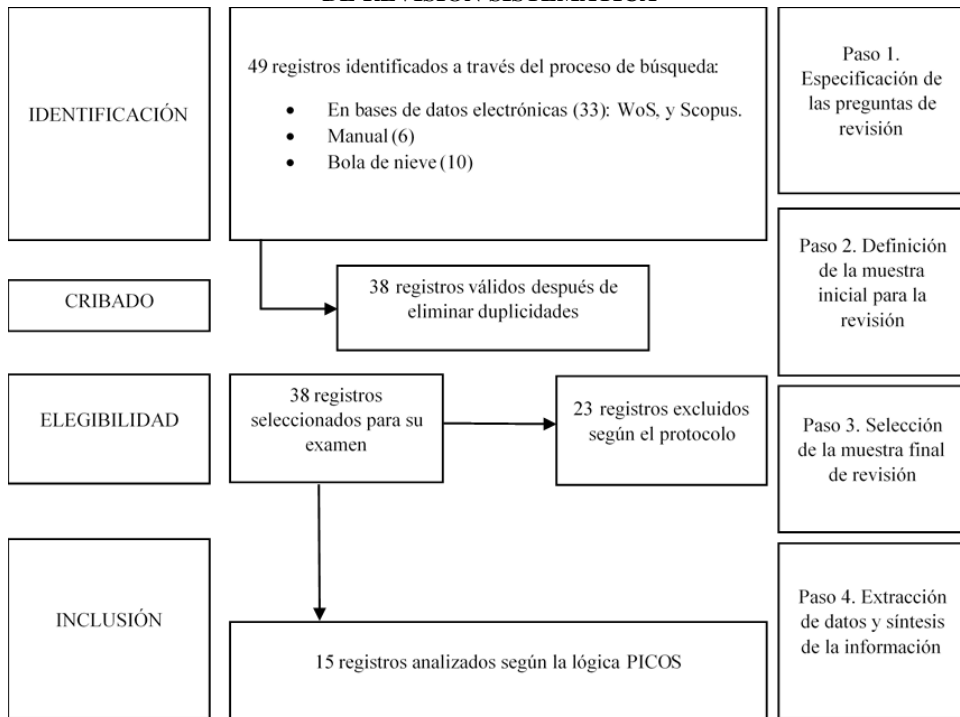
Referencia	Población (P)	Intervención (I)	Comparación (C)	Resultados (O)	Estudio (S)
(Lindberg <i>et al.</i> , 2014)	Mujeres emprendedoras turísticas de la región del Mar Báltico	Analizar cómo poder vencer el sesgo de género en el emprendimiento a través de conceptualizaciones alternativas de modelos de innovación.	Modelo de Innovación de Triple Hélice basado en el emprendimiento masculino	Inclusión activa de la sociedad civil (ciudadanos, consumidores y ONG's) en los modelos de procesos de innovación	Estudio exploratorio de un caso de la industria turística aplicando el sistema de la Innovación de Cuatro Hélices
(Manosalvas Vaca <i>et al.</i> , 2020)	Emprendedores turísticos de la provincia de Pastaza, en la región amazónica de Ecuador	Determinación de la existencia de capacidades de innovación diferentes según el género	Emprendedores turísticos hombres vs. Emprendedores turísticos mujeres	Las capacidades innovadoras entre mujeres y hombres que emprenden en la industria turística no presentan diferencias significativas	Cuantitativo
(Montañés-Del Río, 2017)	Emprendedores de actividades turísticas extraterritoriales de la encuesta del proyecto GEM 2014	Determinación de la incidencia del género en la propensión a innovar de quien emprende en la industria turística	Emprendedores turísticos hombres vs. Emprendedores turísticos mujeres	El género influye ligeramente en la probabilidad de que las mujeres innoven más que los hombres, cuando se emprende en la industria turística	Cuantitativo
(Montañés-Del Río <i>et al.</i> , 2019)	Población emprendedora turística, a nivel mundial, extraída del informe GEM 2014	No es operativo ¹	No es operativo ¹	El género parece ser estadísticamente significativo en la propensión a innovar de las mujeres que emprenden en turismo	Cuantitativo

Referencia	Población (P)	Intervención (I)	Comparación (C)	Resultados (O)	Estudio (S)
(Montañés-Del-Río y Medina-Garrido, 2020)	Emprendedores turísticos extrajeros de la Encuesta a la Población Adulta realizada por medio del proyecto GEM	Conocer los factores determinantes de la innovación de quien emprende en la industria turística	Factores determinantes para el emprendimiento	El género influye directamente en la capacidad innovadora de quien emprende en la industria turística	Cuantitativo mediante regresión logística
(World Travel & Tourism Council, 2021)	Mujeres emprendedoras turísticas de los cinco continentes	Influencia del género en el empoderamiento y la innovación de la mujer en turismo	Emprendedores turísticos hombres	Necesidad de acceso a tecnología apropiada, y digitalización No se concluye influencia alguna del género en la innovación	Cuantitativo y cualitativo con estudio de casos
(Pallarès-Blanch <i>et al.</i> , 2015)currently facing severe sustainability challenges. The high natural values, also called environmental capital, represent the main source of assets in a development rationale. In the urban-rural dynamics arena, "naturbanization" is one of the processes that express the profound transformation of rural society in these areas. Understood as the increasing attraction of new residents to Protected Natural Areas (PNA	Residentes en la zona rural de los Altos Pirineos Catalanes	Propuesta de innovadoras actividades empresariales de turismo sostenible	Modelo de turismo tradicional	Consecución de una mayor igualdad de género al estar dichas propuestas de actividad empresarial lideradas, en su mayoría, por mujeres	Cuantitativo y cualitativo
(Pallarès-Blanch <i>et al.</i> , 2018)	Mujeres emprendedoras de áreas rurales y de montaña	Relación entre el emprendimiento femenino y la generación de actividades de valor añadido	No es operativo	Pequeñas iniciativas emprendedoras turísticas realizadas por mujeres rurales, con alto contenido innovador	Revisión bibliográfica y análisis cuantitativo

Fuente: elaboración propia

La metodología de revisión expuesta supone un flujo de procesos que puede ser representado de forma esquemática tal y como se muestra en la figura 2.

Figura 2
FLUJO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES PASOS DEL PROCESO DE REVISIÓN SISTEMÁTICA



Fuente: adaptado de Moher *et al.* (2009)

4. RESULTADOS

Tradicionalmente el género detrás de las innovaciones no ha recibido la suficiente atención del ámbito científico, que se ha centrado en los productos, los servicios, los procesos, o las organizaciones, pero no en las personas. En cualquier caso, esto no debe hacer suponer que mujeres y hombres estén ausentes en el proceso de la innovación (Alsos *et al.*, 2013).

El informe GEM del año 2018, por ejemplo, refleja tasas de innovación global entre las mujeres un 6% (aproximadamente) inferiores a las de los hombres y, además, las mujeres presentan menores niveles de innovación, respecto de sus contrapartes, en los 59 países integrantes del informe. Los sectores en los que la mujer que emprende tiene más probabilidad de innovar mediante la introducción de productos o servicios novedosos son el comercio, la educación, o el cuidado de la salud, debido a dos razones: (1) son las mujeres quienes principalmente consumen en dichos sectores, y; (2) se trata de sectores

relacionados con la llevanza de un hogar o el cuidado de una familia (Elam *et al.*, 2019), cuestiones que han venido siendo desempeñadas por la mujer durante largo tiempo.

Sin embargo, y en el ámbito del turismo, son las actividades empresariales basadas en lo ecológico, como las atracciones ecoturísticas, las que dan no solo la bienvenida al liderazgo de las mujeres (Pallarès-Blanch *et al.*, 2015), sino también las que se convierten en la principal fuente de innovación para aquéllas (Pallarès-Blanch *et al.*, 2018). Estos resultados serían congruentes con los obtenidos previamente a raíz del informe GEM 2014, en el que se pone de manifiesto que el hecho de ser mujer aumenta la propensión a innovar cuando se emprende en la industria turística (Montañés-Del Río, 2017; Montañés-Del Río *et al.*, 2019; Montañés-Del-Río y Medina-Garrido, 2020).

Según lo expuesto, y a modo de ejemplo, se ha podido confirmar que el emprendimiento de negocios turísticos en granjas que ya están en funcionamiento, como medio para aumentar los ingresos a través de la prestación de servicios de alojamiento, o de experiencias, está influido por el género de quien propone la actividad, concentrándose el hombre en las tareas propias de la actividad agrícola relacionada con dichas granjas (Heldt Cassel y Pettersson, 2015). Y es que, aun cuando hombres y mujeres puedan manifestar su escasez de recursos financieros a la hora de emprender, los emprendedores de turismo rural divergen en cuanto al destino de aquéllos, pues las mujeres los destinan al desarrollo de nuevos servicios y ofertas turísticas, mientras que los hombres los invierten en la construcción y la renovación de infraestructuras (Cikic *et al.*, 2018).

Se observa, en cualquier caso, cómo aún subsiste un sesgo de género al emprender como consecuencia de la percepción que, y a nivel general, tiene o ha tenido la sociedad sobre la masculinidad de las actividades empresariales y la innovación, lo que haría necesarios modelos más inclusivos para la mujer (Lindberg *et al.*, 2014). No se puede olvidar que, y en términos generales, las mujeres suelen manifestar menores niveles de renta que los hombres, lo que les haría tener menor capacidad no solo para poder abrir sus propios negocios en el sector deseado, sino también menor propensión a los riesgos derivados de cualquier innovación (Lado-Sestayo y Vivel-Búa, 2017).

Por lo hasta ahora expuesto, de entre los 15 registros analizados hay un total de 9 de ellos (véase la tabla 3), lo que supone el 60% del total, en los que el género sí es un sesgo cuando se observa la innovación de quien emprende en la industria turística. Dentro de este 60% de estudios a favor de la existencia de un sesgo de género en la innovación de quien emprende en turismo, 3 referencias (Montañés-Del Río, 2017; Montañés-Del Río *et al.*, 2019; Montañés-Del-Río y Medina-Garrido, 2020) identificaron cuantitativamente la existencia de una mayor probabilidad de innovar entre las mujeres, frente a los hombres, cuando emprenden en la industria turística. Este último resultado podría suponer una excepción, para la industria turística, al hecho de que la innovación sea considerada un ítem andrógino del emprendimiento (Pérez-Quintana, 2020) y que, en consecuencia, no debiera estar asociado al hecho de ser mujer o de ser hombre.

En 5 de los registros (Baylina *et al.*, (2019); Elam *et al.*, (2019); Lindberg *et al.*, 2014; World Travel & Tourism Council [WTTC] (2021); y Pallarès-Blanch *et al.*, (2015)), o el 33,33% de los trabajos analizados, no existe una evidencia concluyente acerca del hecho de que el género pueda determinar la mayor o menor capacidad, propensión, o presencia, de innovación en los negocios de quien emprende, o ha emprendido, en la industria turís-

tica. Y, por último, tan solo 1 registro (Manosalvas Vaca *et al.*, (2020)), ha identificado como inexistente la influencia del género sobre la innovación del individuo emprendedor turístico.

Tabla 3
RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS SELECCIONADOS EN LA RSL

Influencia del género en la innovación del emprendimiento turístico		
SÍ	NO	No es concluyente
(Alsos <i>et al.</i> , 2013)		
(Cikic <i>et al.</i> , 2018)		
(García Guardia, 2019)		(Baylina <i>et al.</i> , 2019)
(Heldt Cassel y Pettersson, 2015)		(Elam <i>et al.</i> , 2019)
(Lado-Sestayo y Vivel-Búa, 2017)	(Manosalvas Vaca <i>et al.</i> , 2020)	(Lindberg <i>et al.</i> , 2014)
(Montañés-Del Río, 2017)		(World Travel & Tourism Council [WTTC], 2021)
(Montañés-Del Río <i>et al.</i> , 2019)		(Pallarès-Blanch <i>et al.</i> , 2015)
(Montañés-Del-Río y Medina-Garrido, 2020)		
(Pallarès-Blanch <i>et al.</i> , 2018)		

Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo se vinculan conceptos que tradicionalmente han sido analizados por separado. Así, existen estudios sobre innovación, sobre emprendimiento, sobre género, y sobre turismo, pero apenas la literatura los ha tratado de forma holística. Por tanto, el reto al que se enfrenta este estudio radica en la vinculación conjunta de dichos conceptos, que ha demostrado ser escasa cuando se ha abordado la revisión sistemática de la literatura sobre el estado de la cuestión.

Además, y dada la situación sanitaria y económica derivada de la pandemia de la COVID-19, se plantea la dificultad adicional que supone tratar los conceptos previos en una industria, como la turística, ya de por sí bastante castigada a causa de la competitividad en la misma. La pandemia ha derivado en un cambio de paradigma que va más allá del abandono de los aspectos técnicos y operativos seguidos hasta el momento, implicando a los valores y la cultura de las empresas. En este escenario se vislumbra la acuciante necesidad de que las empresas de la industria turística reaccionen de manera proactiva y respondan al desafío con mayor innovación.

Partiendo de la consideración de que la capacidad de innovar es fundamental para el desarrollo del emprendimiento, el interés de este trabajo va más allá al pretender vincular conceptualmente la innovación y el emprendimiento en la industria turística, con el género. A pesar de la falta de consenso en torno a esta relación, sí se considera aceptado que la

industria turística es atractiva para el emprendimiento, y más concretamente, es el género quien lo fomenta al favorecer la asunción de riesgo que éste implica. Ello, al afirmarse que en esta industria son las mujeres quienes poseen mayor potencial innovador frente a los hombres.

No obstante lo expuesto, y a raíz de los resultados obtenidos con esta revisión sistemática de la literatura, se ponen de manifiesto nuevas preguntas de investigación cuya respuesta no ha sido posible encontrar. Y es que, por ejemplo, no se ha podido determinar el tipo de innovación realizada según cuál sea el género de quien emprende en la industria turística, ¿incremental, radical, de producto, de proceso, etc.? Esto, por tanto, plantea la necesidad de seguir abordando estas cuestiones y avanzar en su conocimiento.

Declaración responsable: Las/os autoras/es declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación con la publicación de este artículo. Las tareas se han distribuido del modo siguiente. El diseño general del artículo ha sido obra de Miguel Ángel Montañés-Del Río, Vanessa Rodríguez Cornejo, y Margarita Ruiz Rodríguez, así como el apartado de Discusión de resultados/Conclusiones. Las fuentes de información históricas y administrativas y las representaciones cartográficas han recaído en Miguel Ángel Montañés-Del Río, Vanessa Rodríguez Cornejo, y Margarita Ruiz Rodríguez. La aplicación metodológica, decisiones al respecto, redacción del texto y revisión bibliográfica y legislativa ha sido igualmente responsabilidad de todos los autores.

6. REFERENCIAS

- AHL, H. (2006): «Why research on women entrepreneurs needs new directions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30 (5), pp. 595-621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- AHL, H. y MARLOW, S. (2012): «Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end», *Organization*, vol. 19 (5), pp. 543-562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>
- ALSOS, G.A., LJUNGGREN, E. y HYTTI, U. (2013): «Gender and innovation: state of the art and a research agenda», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 5 (3), pp. 236-256. <https://doi.org/10.1108/IJGE-06-2013-0049>
- AL-TABBAA, O., ANKRAH, S. y ZAHOR, N. (2019): *Systematic literature review in management and business studies: A case study on university-industry collaboration*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526467263>
- ÁLVAREZ SOUSA, A., REGO VEIGA, G., LEIRA LÓPEZ, J., GOMIS RODRÍGUEZ, A., CARAMÉS VALO, R. y ANDRADE SUÁREZ, M. (2008): «Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio», *ROTUR Revista de Ocio y Turismo*, nº 1, pp. 19-50. <https://doi.org/10.17979/rotur.2008.1.1.1224>
- AWAMLEH, N.A.H.K. (1994): «Managerial Innovation in the Civil Service in Jordan: A Field Study», *Journal of Management Development*, vol. 13 (9), pp. 52-60. <https://doi.org/10.1108/02621719410072099>
- BAUZÁ MARTORELL, F.J., MELGOSA ARCOS, F.J., RONDÓN GARCÍA, L.M., TROITIÑO TORRALBA, L. y MULET FORTEZA, C. (2020): *Turismo Post*

- COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación.* Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). <https://eusal.es/index.php/eusal/catalog/view/978-84-1311-461-3/5558/6275-1>
- BAYLINA, M., VILLARINO, M., RAMON, M.D.G., MOSTEIRO, M.J., PORTO, A. M. y SALAMAÑA, I. (2019): «Género e innovación en los nuevos procesos de ruralización en España», *Finisterra*, vol. 54 (110), pp. 75-91. <https://doi.org/10.18055/finis16053>
- BECERRA GUALDRÓN, C.J. y PALACIOS PRECIADO, M. (2013): «Diseño de un modelo con enfoque de género para la medición de capacidades de innovación empresariales: Aplicación a Boyacá», *Criterio Libre*, vol. 11 (19), pp. 281-308. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2013v11n19.1112>
- BERMÚDEZ GUERRERO, J.I. y GUTIÉRREZ MOLINA, Ó. (2012): «Las prácticas de innovación en las pymes boyacenses», *Revista Apuntes del CENES*, pp. 161-192. Recuperado de <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/download/18/19/>
- BOLEY, B.B., AYSCUE, E., MARUYAMA, N. y WOOSNAM, K.M. (2017): «Gender and empowerment: Assessing discrepancies using the resident empowerment through tourism scale», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 25 (1), pp. 113-129. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1177065>
- BRANDÃO, F., SANTOS PEREIRA, C. y COSTA, C. (2015): «Tourism Innovation: A Gender Perspective of the Innovative Practices of Hospitality Industry Managers», *Proceedings from the Forum Re-Engineering The Tourism Labour Market Through Gender-Aware Research: Interdisciplinary Approaches And Future Trends*, Aveiro, Portugal, pp. 24-25.
- CAMISÓN, C. y MONFORT-MIR, V. M. (2012): «Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives», *Tourism Management*, vol. 33 (4), pp. 776-789
- CIKIC, J., JOVANOVIĆ, T. y NEDELJKOVIĆ, M. (2018): «Business and/or Pleasure - Gender (In)Equalities in Rural Tourism in Vojvodina», *Journal of Agricultural Science and Technology*, vol. 20, pp. 1.341-1.352. <http://jast.modares.ac.ir/article-23-20340-en.html>
- CODINA, L. (2017): *Revisiones sistematizadas y cómo llevarlas a cabo con garantías: Systematic reviews y SALSA Framework*. <https://www.lluiscodina.com/revision-sistemica-salsa-framework/>
- COOPER, C. y WAHAB, S. (Eds.) (2001): *Tourism in the Age of Globalisation*. 1ª ed. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203995853>
- CRUZ-MAY, S.D.L. y MAY-GUILLERMO, E.G. (2021): «Prácticas de innovación implementadas por las mipymes del sector restaurantero ante el COVID-19 en Tabasco, México», *Nova scientia*, vol. 13, nº SPE, pp.0-0.
- D'ARCY, D. y OMAR, M. (2015): «A review and reflection on innovation in tourism and hospitality in English language journal publications», *Management & Avenir*, vol. 76, pp. 121-137. <https://doi.org/10.3917/mav.076.0121>
- DAHLSTRAND, Å.L., y POLITIS, D. (2013): «Women business ventures in Swedish university incubators», *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 5 (1), pp. 78-96

- DASTOURIAN, B. y KAWAMORITA KESIM, H. (2017): «Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge», *AD-Minister*, vol. 30, pp. 115-130. <http://doi.org/10.17230/ad-minister.30.6>
- DÍAZ CARRIÓN, I.A. y KIDO CRUZ, M. T. (2017): «La participación de las mujeres en la industria hotelera con enfoque de género: un estudio de caso en la ciudad de Tijuana (México)», *El Periplo Sustentable*, n° 33, pp. 192-220.
- DUARTE ALONSO, A., KIAT KOK, S., BRESSAN, A., O'SHEA, M., SAKELLARIOS, N., KORESIS, A., BUITRAGO SOLIS y SANTONI, L.J. (2020): «COVID-19, aftermath, impacts, and hospitality firms: An international perspective», *International Journal of Hospitality Management*, vol. 91. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102654>
- EGGERS, F. (2020): «Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis», *Journal of Business Research*, vol. 116, pp. 199-208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>
- ELAM, A. B., BRUSH, C. G., GREENE, P. G., BAUMER, B., DEAN, M. y HEAVLOW, R. (2019): *Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. London, United Kingdom: Global Entrepreneurship Research Association, London Business School.
- FINK, A. (2019): *Conducting research literature reviews: From the internet to paper*. Sage publications.
- FISCH, C. y BLOCK, J. (2018): «Six tips for your (systematic) literature review in business and management research», *Management Review Quarterly*, vol. 68 (2), pp. 103-106. <https://doi.org/10.1007/s11301-018-0142-x>
- GARCÍA ARANGO, G.A. (2014): «Bioética, emprendimiento e innovación en el contexto latinoamericano», *Revista Lasallista de investigación*, vol. 11 (1), pp. 110-118.
- GARCÍA GUARDIA, C. (2019): *La influencia del género en el emprendimiento innovador turístico*. Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Cádiz
- GARCÍA-PEÑALVO, F.J. (2017): *Revisión sistemática de literatura en los Trabajos de Final de Máster y en las Tesis Doctorales*. Instituto de Ciencias de la Educación Departamento de Informática y Automática Universidad de Salamanca
- GRANT, M.J. y BOOTH, A. (2009): «A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies», *Health Information and Libraries Journal*, vol. 26 (2), pp. 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- GRANÓ, M. (2019): «La capacidad de innovación es una cuestión de supervivencia», *RRHH Digital*. Recuperado de <http://www.rrhhdigital.com/editorial/134953/La-capacidad-de-innovacion-es-una-cuestion-de-supervivencia>
- HANSON, S. (2009): «Changing places through women's entrepreneurship», *Economic Geography*, vol. 85 (3), pp. 245-267.
- HAUGEN, M.S. y VIK, J. (2008): «Farmers as entrepreneurs: the case of farm-based tourism», *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 6 (3), pp. 321-336.
- HELDT CASSEL, S. y PETTERSSON, K. (2015): «Performing Gender and Rurality in Swedish Farm Tourism», *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 15 (1-2), pp. 138-151. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2015.1005333>

- HINDE, S. y SPACKMAN, E. (2015): «Bidirectional Citation Searching to Completion: An Exploration of Literature Searching Methods», *Pharmacoeconomics*, vol. 33 (1), pp. 5-11. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s40273-014-0205-3>
- HJALAGER, A.M. (2002): «Repairing innovation defectiveness in tourism», *Tourism Management*, vol. 23 (5), pp. 465-474
- HJALAGER, A.M. (2010): «A review of innovation research in tourism», *Tourism Management*, vol. 31 (1), pp. 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- INTERNATIONAL MONETARY FUND [IMF] (2021): *Tourism in the Post-Pandemic World. Economic Challenges and Opportunities for Asia-Pacific and the Western Hemisphere*. International Monetary Fund, Publication Services
- KANG, S., SANG-HOON, O. y YANG, P. (2007): «Relationships of Individual Characteristics, Entrepreneurship, and Performance», *International Journal of Tourism Management and Sciences*, vol. 22 (1), pp. 487-507
- KELLER, P. (2006): *Innovation and tourism policy*. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). <https://doi.org/10.1787/9789264025028-en>
- KRIZAJ, D., BRODNIK, A. y BUKOVEC, B. (2014): «A tool for measurement of innovation newness and adoption in tourism firms», *International Journal of Tourism Research*, vol. 16 (2), pp. 113-125. <https://doi.org/10.1002/jtr.1905>
- LADO-SESTAYO, R. y VIVEL-BÚA, M. (2017): «Análisis económico-financiero del emprendimiento en el sector turístico: un estudio de género», *Revista de Gestão e Secretariado*, vol. 8 (2), pp. 97-106. <https://doi.org/10.7769/gesec.v8i2.611>
- LAME, G. (2019): Systematic literature reviews: An introduction. *Proceedings of the International Conference on Engineering Design*, ICED, 2019-Augus, pp. 1633-1642. <https://doi.org/10.1017/dsi.2019.169>
- LI, L. (2008): «A review of entrepreneurship research published in the hospitality and tourism management journals», *Tourism management*, vol. 29 (5), pp. 1013-1022
- LINDBERG, M., LINDGREN, M. y PACKENDORFF, J. (2014): «Quadruple Helix as a Way to Bridge the Gender Gap in Entrepreneurship: The Case of an Innovation System Project in the Baltic Sea Region», *Journal of the Knowledge Economy*, vol. 5 (1), pp. 94-113. <https://doi.org/10.1007/s13132-012-0098-3>
- LITTELL, J., CORCORAN, J. y PILLAI, V. (2008): *Systematic reviews and meta-analysis*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.003>
- MANOSALVAS VACA, L.O., MANOSALVAS VACA, C.A., SOLÍS MOREJÓN, V. C. y PESANTEZ QUINTANILLA, J.K. (2020): «Capacidades de innovación en los emprendedores turísticos: Un enfoque de género», *INNOVA Research Journal*, vol. 5 (2), pp. 234-252. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1367>
- MARÍN-IDÁRRAGA, D.A. y CUARTAS-MARIN, J.C. (2019): «Relationship between innovation and performance: Impact of competitive intensity and organizational slack», *Revista de Administração de Empresas*, vol. 59, pp. 95-107. <http://old.scielo.br/pdf/rae/v59n2/0034-7590-rae-59-02-0095.pdf>
- MARLOW, S. y McADAM, M. (2013): «Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur International», *Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 19 (1), pp. 114-124. <https://doi.org/10.1108/13552551311299288>

- MARTÍNEZ CAPARRÓS, B. (2018): *Trekking to women's empowerment: A case study of a female-operated travel company in Ladakh*. In *Gender equality and tourism: Beyond empowerment*, pp. 57-66. CABI United Kingdom.
- MERO FUENTES, R.A., y PALMA DE LA CRUZ, K.A. (2021): *Modelo de desarrollo de turismo sostenible para comunidades rurales del cantón Bolívar*. Bachelor's thesis, Calceta: ESPAM MFL.
- MINNITI, M. (2009): «Gender issues in entrepreneurship», en *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, vol. 5 (7-8), pp. 497-621. Now Publishers Inc. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000021>
- MOHER, D., LIBERATI, A., TETZLAFF, J., ALTMAN, D. G y PRISMA GROUP. (2009): «Reprint—preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement», *Physical Therapy*, vol. 89 (9), pp. 873-880. <https://doi.org/10.1093/ptj/89.9.873>
- MONTAÑÉS-DEL RÍO, M.A. (2017): *Estudio de la propensión innovadora del emprendedor turístico. Evidencias del proyecto GEM* [Tesis de doctorado, Universidad de Cádiz]
- MONTAÑÉS-DEL RÍO, M.A., MEDINA GARRIDO, J. A. y RAMOS RODRÍGUEZ, A.R. (2019): *Exploración del perfil innovador del emprendedor turístico a través de datos GEM*. XX Congreso Internacional AECA. Retrieved from <https://xxcongreso.aeca.es/>
- MONTAÑÉS-DEL-RÍO, M.A. y MEDINA-GARRIDO, J.A. (2020): «Determinants of the Propensity for Innovation among Entrepreneurs in the Tourism Industry», *Sustainability*, vol.12 (12). <https://doi.org/10.3390/SU12125003>
- MONTRESOR, S. (2018): «Innovation in tourism: A diverging line of research in need of a synthesis», *Tourism Economics*, vol. 24 (7), pp. 765-780. <https://doi.org/10.1177/1354816618773189>
- NIKRAFTAR, T. y HOSSEINI, E. (2016): «Factors affecting entrepreneurial opportunities recognition in tourism small and medium sized enterprises», *Tourism Review*, vol. 71 (1), pp. 6-17. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2015-0042>
- ORFILA-SINTES, F. y MATTSSON, J. (2009): «Innovation behavior in the hotel industry», *Omega*, vol. 37 (2), pp. 380-394. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2007.04.002>
- ORREGO, C. (2008): «La dimensión humana del emprendimiento», *Revista Ciencias Estratégicas*, vol. 16 (20), pp. 225-235.
- PALLARÈS-BLANCH, M., TULLA PUJOL, A.F. y VERA, A. (2015): «Environmental capital and women's entrepreneurship: A sustainable local development approach», *Carpathian Journal of Earth and Environmental Sciences*, vol. 10 (3), pp. 133-146.
- PALLARÈS-BLANCH, M., VERA MARTÍN, A. y TULLA PUJOL, A.F. (2018): «Emprendimiento e innovación de las mujeres: hacia una mayor sostenibilidad en las áreas rurales de montaña», *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, vol. 57 (3), pp. 36-57. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i3.5770>
- PALMATIER, R. W., HOUSTON, M.B. y HULLAND, J. (2018): «Review articles: purpose, process, and structure», *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 46, 1-5. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0563-4>

- PARÉ, G., TRUDEL, M.-C., JAANA, M. y KITSIOU, S. (2015): «Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews», *Information and Management*, vol. 52 (2), pp. 183-199. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.08.008>
- PEETERS, L. W., y ATELJEVIC, I. (2009): «Women Empowerment Entrepreneurship Nexus in Tourism. Processes of social innovation», en *Tourism and entrepreneurship*, pp. 94-109. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080942728>
- PEÑA-LEGAZKUE, I., GUERRERO, M., GONZÁLEZ-PERNÍA, J.L. y MONTERO, J. (2019): *Global Entrepreneurship Monitor*. Informe GEM España 2018-2019 (Vol. 244). Ed. Universidad de Cantabria.
- PERVOCHTCHIKOVA, M., DE LA MORA-DE LA MORA, G., HERNÁNDEZ FLORES, J.A., MARÍN, W., LANGLE FLORES, A., RAMOS BUENO, A. y ROJO NEGRETE, I. A. (2019): «Systematic review of integrated studies on functional and thematic ecosystem services in Latin America, 1992–2017», *Ecosystem Services*, vol. 36, p. 100900. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2019.100900>
- PÉREZ-QUINTANA, A. (2020): «Una aproximació al gènere de l'empresariat. Oikonomics», *Revista d'economia, empresa i societat*, nº 13.
- PETERS, M. y PIKKEMAAT, B. (2005): «The management of city events: The case of “Bergsilvester” in Innsbruck, Austria», *Event Management*, vol. 9 (3), pp. 147-153.
- PETTICREW, M. y ROBERTS, H. (2008): *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. John Wiley and Sons.
- PIKKEMAAT, B. y WEIERMAIR, K. (2007): «Innovation through cooperation in destinations: first results of an empirical study in Austria», *Anatolia*, vol. 18 (1), pp. 67-83. <https://doi.org/10.1080/13032917.2007.9687036>
- PIKKEMAAT, B., PETERS, M. y BICHLER, B.F. (2019): «Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future», *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 41, pp. 184-196. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.007>
- PIVCEVIC, S. y PRANICEVIC, D.G. (2012): «Innovation activity in the hotel sector - The case of Croatia», *Ekonomska Istrazivanja*, vol. 25(SPEC. ISS. 1), pp. 337-363. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2012.11517568>
- QIU, X. y WANG, C. (2016): «Literature searches in the conduct of systematic reviews and evaluations», *Shanghai archives of psychiatry*, vol. 28 (3), pp. 154. <https://doi.org/10.11919/j.issn.1002-0829.215008>
- REUVERS, M., VAN ENGEN, M. L., VINKENBURG, C. J. y WILSON-EVERED, E. (2008): «Transformational leadership and innovative work behavior: Exploring the relevance of gender differences», *Creativity and Innovation Management*, vol. 17 (3), pp. 227-244. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2008.00487.x>
- ROTHSTEIN, H. y HOPEWELL, S. (2009): «Grey Literature», en *Handbook of Research Synthesis and Meta-analysis*. Russell Sage Foundation, pp. 103-125
- SERRANO BARQUÍN, R. D. C., RODRÍGUEZ MUÑOZ, G., y PALMAS CASTREJÓN, Y.D. (2019): «Turismo y género. Una mirada desde Iberoamérica», *Papers de Turisme*, nº 62, pp. 85-90.
- SHARMA, G. D., KRAUS, S., SRIVASTAVA, M., CHOPRA, R. y KALLMUENZER, A. (2022): «The changing role of innovation for crisis management in times of COVID-

- 19: An integrative literature review”, *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 7 (4). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100281>
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. (1998): «Planning for the Future of Tourism”, *The Geographical Journal*, vol. 164 (1), pp. 121-122.
- SHAW, G., WILLIAMS, A. y GREENWOOD, J. (1988): «Tourism and economic development: Policy implications from a case study of Cornwall”, *Planning Practice and Research*, vol. 3 (5), pp. 5-11. <https://doi.org/10.1080/02697458808722702>
- SIMANCAS CRUZ, M., HERNÁNDEZ MARTÍN, R. y PADRÓN FUMERO, N. (2020): *Turismo pos-COVID-19. Reflexiones, retos y oportunidades*. Cátedra de Turismo Caja Canarias-Ashotel. Universidad de La Laguna. <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>
- SONZOGNI, É. (2020): «La mujer: ¿ama de casa o algo más?”, *Anuario, Escuela de Historia*, (32), 10. Facultad de Humanidades y Artes (Universidad Nacional de Rosario)
- SUNDBO, J., ORFILA-SINTES, F. y SØRENSEN, F. (2007): «The innovative behaviour of tourism firms—Comparative studies of Denmark and Spain”, *Research policy*, vol. 36 (1), pp. 88-106. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.08.004>
- TM., A. y JOSEPH, R.P. (2020): «Gender and firm innovation - A systematic literature review and future research agenda”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 27 (2), pp. 301-333. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2019-0480>
- TRANFIELD, D., DENYER, D. y SMART, P. (2003): «Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review”, *British journal of management*, vol. 14 (3), pp. 207-222.
- UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO) (2014): *Turismo y nuevas tecnologías. Seminario técnico, San José (Costa Rica)*, 14 y 15 de mayo de 2013. Madrid. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415564.1>
- UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION [UNWTO] (2020): *COVID-19 and Transforming Tourism*.
- VUJKO, A., TRETIAKOVA, T. N., PETROVIĆ, M. D., RADOVANOVIĆ, M., GAJIĆ, T., y VUKOVIĆ, D. (2019): «Women’s empowerment through self-employment in tourism”, *Annals of tourism research*, vol. 76, pp. 328-330. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.004>
- WADDINGTON, H., WHITE, H., SNILSTVEIT, B., HOMBRADOS, J. G., VOJTKOVA, M., DAVIES, P., BHAVSAR, A., EYERS, J., PEREZ KOEHLMOOS, T., PETTI-CREW, M., VALENTINE, J. C. y TUGWELL, P. (2012): «How to do a good systematic review of effects in international development: a tool kit”, *Journal of Development Effectiveness*, vol. 4 (3), pp. 359-387. <https://doi.org/10.1080/19439342.2012.711765>
- WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL [WTTC] (2021): *Travel & Tourism Economic Impact 2021. Global Economic Impact and Trends*. Disponible en <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>

- YU, J. y CHEN, S. (2016): «Gender moderate firms' innovation performance and entrepreneurs' self-efficacy and risk propensity», *Social Behavior and Personality: an international journal*, vol. 44 (4), pp. 679-691. <https://doi.org/10.11919/j.issn.1002-0829.215008>
- ZBIGNIEW, Z. (2015): «Innovation development in regional tourism enterprises», *Tourism in Southern and Eastern Europe*, vol. 3, pp. 489-501.

