

**Innovación y creatividad en el desarrollo turístico  
post pandemia en las pymes del Cantón Salinas**

**Innovation and creativity in post-pandemic tourism  
development in PYMES in the Salinas Canton**

**Joseph Arturo Benavides - Pacheco <sup>1</sup>**  
Universidad Estatal Península de Santa Elena - Ecuador  
josephabp@gmail.com

**Jessica Soraya Linzan - Rodríguez <sup>2</sup>**  
Universidad Estatal Península de Santa Elena - Ecuador  
slinzan@upse.edu.ec

**[doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3108](https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3108)**

V10-N3 (may-jun) 2025, pp 23-33 | Recibido: 13 de febrero del 2025 - Aceptado: 8 de marzo del 2025 (2 ronda rev.)

---

1 ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6909-3107> Ingeniero de Empresas, Analista Administrativo Empresa Publica Mancomunada AGUAPEN EP, Emprendedor en el sector de alimentos y bebidas y Co propietario de Duky Coffee

2 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0114-8563> Ingeniera Comercial, Maestría en Educación, Maestría en Turismo, Doctorado en Turismo (En curso) Docente Carreras de Turismo, Administración de Empresas, Finanzas y Educación año 2023

### Cómo citar este artículo en norma APA:

Benavides - Pacheco, J. & Linzan - Rodríguez, J., , (2025). Innovación y creatividad en el desarrollo turístico post pandemia en las pymes del Cantón Salinas. 593 Digital Publisher CEIT, 10(3), 23-33, <https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3108>.

Descargar para Mendeley y Zotero

## RESUMEN

La pandemia de COVID-19 impactó profundamente al sector turístico, obligando a las PYMES a adaptarse mediante la innovación y la creatividad para sobrevivir en un mercado cambiante. Este estudio analiza cómo estas estrategias han incidido en la recuperación del turismo en el cantón Salinas.

Se empleó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con encuestas dirigidas a empresarios turísticos. Los resultados revelan que el 78% de las PYMES implementaron tecnologías digitales para mejorar su competitividad, y el 81% consideró la creatividad un factor clave en su recuperación. Sin embargo, las principales barreras incluyen la falta de financiamiento y apoyo institucional.

A partir del análisis realizado, se concluye que la innovación y la creatividad han sido determinantes en el desarrollo turístico post pandemia en Salinas, facilitando la adaptación de las empresas a las nuevas exigencias del mercado. La diversificación de servicios y el uso de herramientas tecnológicas han permitido mejorar la oferta turística y atraer visitantes. No obstante, su impacto pleno dependerá del fortalecimiento del acceso a recursos, capacitación y apoyo gubernamental. Este estudio aporta información clave para comprender la relevancia de estas estrategias en la recuperación del sector y su proyección hacia un turismo más sostenible y competitivo.

**Palabras claves:** innovación; creatividad; desarrollo turístico

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic had a profound impact on the tourism sector, forcing SMEs to adapt through innovation and creativity in order to survive in a changing market. This study analyzes how these strategies have impacted the recovery of tourism in the Salinas canton.

A mixed approach was used, combining quantitative and qualitative methods, with surveys directed at tourism entrepreneurs. The results reveal that 78% of SMEs implemented digital technologies to improve their competitiveness, and 81% considered creativity a key factor in their recovery. However, the main barriers include lack of financing and institutional support.

From the analysis conducted, it is concluded that innovation and creativity have been determinant in the post-pandemic tourism development in Salinas, facilitating the adaptation of businesses to new market demands. The diversification of services and the use of technological tools have made it possible to improve the tourism offer and attract visitors. However, their full impact will depend on strengthening access to resources, training and government support. This study provides key information to understand the relevance of these strategies in the recovery of the sector and its projection towards a more sustainable and competitive tourism.

**Keywords:** innovation; creativity; tourism development

## Introducción

En marzo del 2020 la Organización mundial de la salud declaró la pandemia provocada por el virus SARS-CoV2 (Koury & Hirschhaut, 2020), esta pandemia tuvo repercusiones en diferentes ámbitos como la salud, la economía, la sociedad y el sector empresarial, (Aguirre y otros, 2020), provocando que la población mundial haya tenido que acostumbrarse a un nuevo escenario.

El sector turístico ha sido uno de los más afectados por la pandemia de COVID-19, enfrentando desafíos sin precedentes que han obligado a las empresas a reinventarse para sobrevivir. Dentro de este contexto, las PYMES juegan un papel crucial en la economía local y nacional, ya que representan una gran parte del tejido empresarial y generan empleo en comunidades enteras.

Sin embargo, las Pymes enfrentan barreras significativas para implementar innovaciones y estrategias creativas que les permitan recuperarse y prosperar en un mercado cada vez más competitivo y exigente. La innovación en el turismo implica no solo la adopción de tecnologías emergentes, como la realidad aumentada o la inteligencia artificial, sino también la capacidad de crear experiencias únicas y personalizadas que atraigan a los turistas.

La innovación se considera actualmente un instrumento crucial para mantener la viabilidad en el mercado mundial. Las empresas que demuestran innovación y aprovechan las oportunidades medioambientales tienen más probabilidades de mostrar una mayor competitividad. En consecuencia, las actividades de investigación y desarrollo son vitales para identificar soluciones que promuevan un rendimiento empresarial cada vez más eficaz.

En el sector turístico, la innovación es un atributo esencial, dado que su función principal consiste en generar ingresos mediante la comercialización de experiencias turísticas. Aunque una comprensión global requiere

perspectivas de disciplinas como la economía, la geografía, la sociología y la psicología, es innegable que estos campos tienen una influencia significativa. Reconocer el valor de los elementos intangibles en la creación de productos turísticos es fundamental para satisfacer las expectativas de los consumidores contemporáneos.

La creatividad es esencial en este proceso, ya que permite a las empresas desarrollar productos y servicios turísticos que no solo satisfacen las necesidades actuales de los viajeros, sino que también anticipan sus futuras expectativas. En un entorno post pandemia, donde la seguridad y la sostenibilidad son primordiales, las Pymes deben ser capaces de innovar y adaptarse rápidamente para mantener su competitividad.

Dentro de las PYMES la creatividad es punto clave al iniciarlo, ya que a través de lo que ofrece se demuestra tu ingenio y habilidad de impresionar a un grupo de personas ofreciendo una solución al problema en común de una zona geográfica específica.

En este sentido, varios estudios han analizado estrategias exitosas en distintos países que pueden servir como referencia para las PYMES del cantón Salinas. Por ejemplo, el caso de México, estudiado por (Nava & María, 2020), resalta la importancia de las redes colaborativas con stakeholders en la generación de innovaciones sustentables. En este modelo, la comunidad local, los proveedores y los clientes desempeñan un papel crucial en la identificación de oportunidades para el desarrollo turístico sostenible.

Por otro lado, en Costa Rica, (Shirley & Fiorella, 2024) proponen un enfoque basado en la modernización tecnológica y la capacitación de la mano de obra. Su análisis demuestra cómo la incorporación de herramientas digitales y estrategias de marketing innovadoras ha sido clave en la reactivación del sector turístico costarricense.

Finalmente, el caso de Tungurahua en Ecuador, investigado por (Villacís, 2021), destaca

la relevancia de las políticas gubernamentales en la reactivación turística. La asignación de fondos de emergencia y la implementación de protocolos sanitarios han sido medidas fundamentales para la recuperación de las PYMES en esta provincia ecuatoriana.

La resiliencia empresarial también es fundamental en este contexto. Las empresas que pueden resistir y recuperarse de las adversidades tienen más probabilidades de prosperar a largo plazo. Esto implica no solo la implementación de protocolos de bioseguridad, sino también la capacidad de diversificar sus ofertas y mejorar su gestión de riesgos

En este sentido, la presente investigación sobre innovación y creatividad en las Pymes turísticas es crucial para entender cómo estas empresas pueden prosperar en un entorno dinámico y desafiante. Al analizar las estrategias innovadoras y creativas implementadas por las Pymes, se pueden identificar oportunidades para mejorar su competitividad y contribuir al desarrollo sostenible del turismo.

Este estudio busca explorar cómo las Pymes del sector turístico están utilizando la innovación y la creatividad para recuperarse y prosperar en la era post pandemia. Al hacerlo, se pretende ofrecer recomendaciones prácticas que puedan ayudar a estas empresas a mejorar su posición en el mercado y contribuir al crecimiento económico local.

En este marco, la innovación y creatividad representa una etapa indispensable para prolongar el ciclo de vida de los productos turísticos. La revitalización de la oferta es clave para conservar la clientela existente y penetrar en nuevos mercados

Para el desarrollo de esta investigación se plantea la siguiente interrogante. ¿La innovación y creatividad incide en el desarrollo turístico post pandemia de las PYMES del Cantón Salinas”

El desafío que enfrentan las empresas turísticas requiere la implementación de estrategias que impliquen la adaptación de

sus recursos, procesos y, en algunos casos, sus valores. En este contexto, la adopción de prácticas innovadoras puede ser clave para abordar los retos actuales del sector, como recuperar la confianza de los clientes, solventar los problemas de liquidez, mejorar la gestión de los recursos humanos y tecnológicos disponibles, maximizar el aprovechamiento del capital relacional y aumentar la eficiencia de los procesos operativos. (De la Cruz & Erika, 2021).

Para abordar las cuestiones planteadas, las revisiones de literatura pueden ser una excelente fuente inicial, ya que permiten identificar posibles inconsistencias en el conocimiento existente, integran resultados variados y, en términos generales, proporcionan a otros investigadores una visión clara sobre el estado actual de un área de estudio (Palmatier y otros, 2018).

El término innovación se relaciona con “crear algo nuevo”. Sin embargo, está más cercano a “hacer un cambio”. La innovación es una fuente de ventajas competitivas. Guarda relación con el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos; incluso, en modelos que generen características que sean de valor y de diferenciación. Todo proceso de innovación debe añadir un valor relevante para el cliente o consumidor, el cual percibirá la ventaja que se ofrece frente a la de la competencia. (Monsalvea y otros, 2021)

Según las empresas que innovan tienen la capacidad de poder aumentar la cuota de mercado, reducir los costos de producción y generar mayor rentabilidad. En ese sentido, es vital que las empresas aprovechen los recursos locales endógenos (culturales, institucionales, económicos, sociales, ambientales y políticos). Con ello, podrán desarrollar sistemas innovadores que las conviertan en empresas competitivas dentro de la región y el mercado mundial. (Fuentes & Mojica, 2017 )

(Aguirre y otros, 2020) manifiesta que el sector turismo de negocios en Ecuador perteneciente a las Pymes requieren financiamiento para poder retomar las funciones tras el COVID-19, ya que las mismas están

pasando por un problema crítico para el desarrollo de sus operaciones de manera adecuada. Por ese motivo, el acceso al financiamiento es fundamental para la recuperación y crecimiento de la actividad económica, debido a que aproximadamente el 60% de las empresas de la industria requerirán no solo de préstamos, sino de condiciones favorables en las líneas de crédito

A partir de lo antes mencionado podemos decir que post pandemia, las pymes se vieron obligadas a realizar cambios con la finalidad de promover el desarrollo turístico, obtener rentabilidades, y llegar a nuevos mercados que les permitan seguir operando de manera sostenible.

Por lo tanto, se puede sostener que innovar requiere la integración de conocimientos, habilidades, tecnología, personas y recursos para generar valor agregado a un producto o servicio. Esto permitirá su relevancia dentro del mercado y su competitividad; por otro lado, la innovación debe ir alineada con las preferencias de los consumidores. Por ende, tiene que aportar a satisfacer sus necesidades.

Por lo anteriormente mencionado, se determina que las organizaciones del sector comercial del Cantón Salinas, estudiadas, implementaron planes de innovación y estrategias de creatividad para enfrentar los cambios a causa del COVID-19; muchas de ellas fueron tomadas por sorpresa y sus pérdidas económicas fueron considerables, a tal punto que estuvieron a punto de cerrar, pero la creación de estrategias permitió que, pese a las restricciones sigan laborando, y mantengan abiertos sus negocios en la actualidad.

## Método

### Enfoque de Investigación

Este estudio se enmarca en una investigación de enfoque mixto, que combino **métodos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de comprender y analizar la situación actual de la innovación y creatividad en el desarrollo turístico del cantón Salinas**, a partir de los efectos de la pandemia de COVID-19.

Dicho enfoque permite obtener una visión más holística, integrando datos estadísticos y numéricos, junto con una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de los actores involucrados en el sector turístico (John & David, 2018).

Según (Otero-Ortega, 2018) en base a la información receptada la investigación se clasifica en enfoques, donde asegura que se inicia una tercera opción que venía siendo aprobada, demostrada la cual consiste en un enfoque mixto, un híbrido de estudios cuantitativos y cualitativos de la investigación.

### Diseño de la Investigación

El diseño adoptado es no experimental, dado que no se manipularon ni modificaron las variables del estudio durante el proceso de recolección de datos. En este caso, la innovación y creatividad en el desarrollo turístico, como variable independiente, fueron observadas en su estado natural, sin intervención directa del investigador. Este tipo de diseño es adecuado para investigar la relación entre diferentes factores de forma descriptiva y sin alteración de las condiciones preexistentes (Roberto & Mendoza, 2018)

Se opta por un diseño transversal descriptivo, ya que los datos se recolectaron en un momento específico sin realizar seguimiento a largo plazo. El objetivo principal de este diseño es observar y describir las características actuales de la innovación y creatividad en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas del **cantón Salinas, en un contexto post** pandemia, y cómo estas empresas han manejado los desafíos impuestos por la crisis sanitaria.

### Población y Muestra

El objeto de estudio está compuesto por las PYMES del sector turístico en el cantón Salinas, ya que este grupo fue uno de los más afectados por los cambios derivados de la pandemia. La población está conformada por los emprendedores y responsables de las PYMES que prestan servicios turísticos en la región.

La muestra de este estudio se seleccionó de forma no probabilística basándose en criterios de accesibilidad y disponibilidad, debido a las características específicas del sector turístico en el Cantón Salinas. (Hall & Allan, 2019).

### **Instrumentos de Recolección de Datos**

Para la recolección de datos, se diseñó una encuesta estructurada utilizando preguntas a través de la escala de Likert, con el propósito de captar las percepciones y actitudes de los responsables de las PYMES sobre la innovación y creatividad en el desarrollo turístico post pandemia. Este instrumento permitió medir las opiniones sobre diversas afirmaciones relacionadas con la adaptación tecnológica, las estrategias creativas, y la competitividad del sector, (Ratten, 2021) subraya que el emprendimiento en el sector turístico ha tenido que abrazar la innovación como una respuesta fundamental a los cambios provocados por la pandemia. Este fenómeno es relevante para las PYMES turísticas en Salinas, que han tenido que adaptarse rápidamente para sobrevivir y prosperar en un contexto post pandemia.

La escala de Likert utilizada consta de cinco puntos de respuesta, que permitieron a los participantes expresar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada declaración. Las opciones de respuesta serán las siguientes:

Definitivamente no

Probablemente no

Indeciso

Probablemente sí

Definitivamente sí

Este formato facilitó la obtención de datos cuantitativos que proporcionaron información detallada sobre las actitudes y opiniones de los emprendedores turísticos, permitiendo identificar patrones y tendencias en la adopción de prácticas innovadoras y creativas en el desarrollo de sus servicios post-pandemia.

### **Análisis de Datos**

Los datos recolectados mediante la escala de Likert fueron procesados utilizando técnicas estadísticas como el IBM SPSS Statistics que incluyen el cálculo de frecuencias de respuesta y el análisis de tendencias. A partir de estos resultados, se identificaron los promedios de las respuestas de cada pregunta y se realizaron comparaciones entre las respuestas de los participantes, permitiendo observar las áreas donde la innovación y creatividad se están implementando de manera más exitosa o donde existen dificultades en su adopción (Field, 2020).

### **Consideraciones Éticas**

Se garantizó el cumplimiento de los principios éticos durante el proceso de recolección de datos, asegurando la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes. Además, se solicitó el consentimiento informado para garantizar que los encuestados comprendieran el propósito de la investigación y el uso de sus respuestas (Resnik, 2020).

### **Resultados**

Los resultados obtenidos evidencian que las pymes turísticas del cantón Salinas han logrado implementar con éxito diversas estrategias innovadoras y creativas como parte de su proceso de recuperación post pandemia. Sin embargo, también se identificaron desafíos importantes, como las limitaciones financieras y la falta de un apoyo institucional robusto. A pesar de estos obstáculos, las perspectivas para el futuro son optimistas, con un fuerte compromiso hacia la adopción de nuevas tecnologías y la continua búsqueda de soluciones creativas que fortalezcan la competitividad del sector turístico en el cantón.

Los resultados de las encuestas determinan como las Pymes del cantón Salinas visualizan la importancia de la innovación tecnológica y las estrategias creativas en el futuro del sector turístico post pandemia

Existe una tendencia positiva en el compromiso con la innovación en tecnología y

la relevancia en la implementación de estrategias innovadoras para atraer turistas

El mayor número de Pymes se encuentran comprometidas con la innovación como un factor clave para asegurar su sostenibilidad y competitividad en el mercado turístico post pandemia

A continuación, se presentan los resultados detallados obtenidos de las encuestas estructuradas, las mismas que proporcionan información clave:

#### Adopción de innovación y creatividad post pandemia

Los resultados del grupo de preguntas relacionadas con Innovación y Creatividad en el Desarrollo Turístico post pandemia demuestran que las Pymes del cantón Salinas visualizan la importancia de la innovación tecnológica y las estrategias creativas en el futuro del sector turístico post pandemia

Uno de los hallazgos más destacados es que una gran mayoría de los empresarios de pymes turísticas aproximadamente el 78% reportaron haber implementado nuevas tecnologías digitales como parte de su estrategia de recuperación post-pandemia. La respuesta más frecuente, de “probablemente sí” y “definitivamente sí”, sugiere que la adopción tecnológica ha sido fundamental para mantener la competitividad y mejorar la oferta de servicios turísticos.

En cuanto a la adaptación de los servicios turísticos a las nuevas demandas del mercado, un 75% de los encuestados indicaron que su empresa ha realizado cambios significativos en la oferta, como la incorporación de actividades o experiencias innovadoras, dirigidas principalmente a satisfacer las expectativas cambiantes de los turistas en el nuevo contexto global. Este dato refleja el esfuerzo por parte de los empresarios para ajustarse a la nueva realidad social y económica derivada de la pandemia.

**Tabla 1**  
*Adopción de innovación y creatividad post pandemia*

	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si
¿La pandemia de COVID-19 impulsó a su empresa a adoptar innovaciones tecnológicas en los servicios turísticos que ofrece?	4.29%	7.14%	11.43%	30%	47.14%
¿Su empresa realizó cambios significativos en su oferta de servicios turísticos para adaptarse a las nuevas demandas del mercado post-pandemia (por ejemplo, nuevas experiencias, servicios híbridos, etc.)?	2.86%	8.57%	14.29%	34.29%	40%

#### **Creatividad como factor clave para la recuperación**

En lo que respecta a la creatividad como factor de recuperación, el 81% de los participantes coincidieron en que la creatividad ha sido un pilar esencial para la reactivación de sus negocios. Muchos mencionaron que la creación de nuevas experiencias personalizadas, la incorporación de elementos culturales y locales, y la innovación en las actividades turísticas, han sido determinantes para captar turistas en la “nueva normalidad”. Este resultado subraya la importancia de las estrategias creativas en la reactivación del sector turístico.

**Tabla 2**  
**Creatividad como factor clave para la recuperación**

	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si
¿La creatividad ha sido fundamental para la recuperación de su empresa turística después de la pandemia, además, ha implementado formas innovadoras de atraer a los turistas?	2.86%	5.71%	10%	27.14%	54.29%

**Desafíos y barreras en la implementación de innovaciones**

A pesar de la creciente adopción de innovaciones tecnológicas y creativas, los empresarios enfrentan importantes barreras. El 71% de los encuestados señalaron que las limitaciones financieras continúan siendo un obstáculo significativo para la implementación de nuevas tecnologías o mejoras en los servicios. La falta de acceso a recursos económicos adecuados limita la capacidad de inversión en innovación, lo que afecta directamente la competitividad de las empresas turísticas en la región.

Además, alrededor del 57% de los participantes indicaron que el apoyo gubernamental e institucional ha sido insuficiente para facilitar la adopción de innovaciones tecnológicas. Aunque algunos mencionaron la existencia de programas de apoyo, en general, consideraron que estos no son lo suficientemente accesibles o específicos para las necesidades del sector turístico.

**Tabla 3**  
**Desafíos y barreras en la implementación de innovaciones**

	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si
¿Considera usted que los recursos financieros son importantes para implementar innovaciones en su empresa turística tras la pandemia?	5.71%	8.57%	14.29%	28.57%	42.86%
¿Considera usted que el apoyo institucional y/o gubernamental es fundamental para poder implementar nuevas ideas y tecnologías en los servicios turísticos de su empresa?	7.14%	14.29%	21.43%	28.57%	28.57%

**Colaboración y capacitación en innovación**

En términos de colaboración, el 69% de los encuestados destacó que la colaboración con otras pymes turísticas ha jugado un papel importante en el intercambio de ideas innovadoras y en la generación de propuestas de valor conjuntas. Las redes de colaboración, tanto a nivel local como regional, han sido vistas como una herramienta útil para superar los desafíos derivados de la pandemia.

Por otro lado, un 71% de los empresarios reconocieron que la capacitación en nuevas tecnologías y enfoques innovadores ha sido clave para su capacidad de adaptación. La actualización constante del personal y la adquisición de nuevos conocimientos fueron señalados como factores críticos para la implementación exitosa de estrategias creativas y tecnológicas.

**Tabla 4**  
*Colaboración y capacitación en innovación*

	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si
¿Ha colaborado, y/o establecido alianzas con otras empresas del sector turístico para la creación de nuevas propuestas de valor y la implementación de ideas innovadoras en su negocio?	4.29%	10%	17.14%	32.86%	35.71%
¿Considera usted que el acceso a formación y capacitación en nuevas tecnologías y métodos de trabajo innovadores son factores determinantes en la capacidad de su empresa para adaptarse a los cambios post-pandemia?	5.71%	8.57%	14.29%	31.43%	40%

**Perspectivas futuras**

Mirando hacia el futuro, la mayoría de los encuestados aproximadamente el 78% indicó que su empresa continuará invirtiendo en innovación tecnológica y en el desarrollo de nuevos servicios turísticos, con el fin de diversificar su oferta y asegurar su competitividad en los próximos años. Esta actitud refleja una disposición clara hacia la modernización del sector y la búsqueda constante de soluciones creativas que respondan a los cambios en los comportamientos y expectativas de los turistas.

Además, un 80% de los responsables de pymes turísticas considera que la creatividad seguirá siendo un factor clave para la atracción de turistas en el futuro cercano, con especial énfasis en la personalización de las experiencias

turísticas y la integración de nuevas tecnologías que mejoren la interacción con los visitantes.

**Tabla 5**  
*Perspectivas futuras*

	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente si	Definitivamente si
¿En el futuro, su empresa continuará invirtiendo en innovación tecnológica (como aplicaciones móviles, inteligencia artificial, o sistemas de gestión digital) para mejorar la experiencia de los turistas?	2.86%	7.14%	11.43%	32.86%	45.71%
¿Considera usted que las estrategias innovadoras y creativas serán clave para la atracción de turistas en los próximos años, en un contexto económico y social post-pandemia?	1.43%	5.71%	12.86%	34.29%	45.71%

**Discusión**

Los resultados obtenidos en esta investigación confirman la importancia de la innovación y la creatividad como motores esenciales para la recuperación del turismo post pandemia en Salinas. La implementación de tecnologías digitales, la diversificación de la oferta turística y el uso de estrategias de marketing innovadoras han sido determinantes para la adaptación de las PYMES al nuevo entorno económico. Estas estrategias han permitido a

muchas empresas mantenerse competitivas y atraer visitantes, a pesar de las adversidades.

Los hallazgos coinciden con estudios realizados en otros destinos turísticos, como México, Costa Rica y Tungurahua en Ecuador, donde la innovación y el trabajo colaborativo han sido clave para la reactivación del sector. Sin embargo, las barreras detectadas en el cantón Salinas, como la falta de financiamiento y el limitado respaldo gubernamental, reflejan desafíos similares a los encontrados en regiones como Lima, donde muchas empresas han tenido que buscar soluciones autónomas para sostener sus operaciones.

Se identificó que las PYMES turísticas más innovadoras pertenecen al sector hotelero, gastronómico y de experiencias turísticas, segmentos que han sabido adaptarse con mayor rapidez a las nuevas exigencias del mercado. Estas empresas han priorizado la digitalización de sus servicios y la personalización de sus experiencias como estrategias fundamentales para atraer y fidelizar a los turistas.

Otro aspecto relevante es el papel de la resiliencia empresarial, que ha permitido a muchas PYMES superar las dificultades mediante la adopción de soluciones creativas. Sin embargo, la sostenibilidad de estas estrategias a largo plazo dependerá de factores como el acceso a financiamiento, la formación en herramientas digitales y el fortalecimiento de la colaboración entre el sector privado y las instituciones gubernamentales.

Las limitaciones de este estudio incluyen la dificultad de medir el impacto a largo plazo de las estrategias implementadas y la heterogeneidad de las empresas analizadas. No obstante, estos resultados proporcionan una base sólida para futuras investigaciones que busquen profundizar en el desarrollo del turismo post pandemia en Salinas y en la identificación de modelos de innovación más efectivos para el sector.

## Conclusiones

Esta investigación ha permitido comprender de qué manera la innovación y la creatividad inciden en el desarrollo turístico post pandemia en las PYMES del cantón Salinas. Se evidenció que la capacidad de adaptación de las empresas turísticas ha sido clave para enfrentar los desafíos del nuevo contexto, impulsando estrategias innovadoras y creativas que les han permitido mantenerse en el mercado y fortalecer su competitividad.

La implementación de tecnologías digitales, la diversificación de servicios y la personalización de experiencias han sido factores determinantes en este proceso. Muchas empresas han optado por herramientas innovadoras como plataformas de reservas en línea, marketing digital y nuevas experiencias turísticas que responden a las necesidades cambiantes de los visitantes. Estas acciones han generado un impacto positivo en la recuperación del sector y han abierto nuevas oportunidades para su crecimiento sostenible.

Sin embargo, los hallazgos también reflejan que las PYMES enfrentan barreras importantes, como el acceso limitado a financiamiento y el escaso respaldo institucional. A pesar de estos obstáculos, la creatividad ha sido un elemento diferenciador que ha permitido a muchas empresas innovar en sus modelos de negocio y mejorar la calidad de sus servicios, destacándose en un mercado cada vez más exigente.

Para garantizar un desarrollo sostenible del sector turístico en el cantón Salinas, es fundamental fomentar políticas de apoyo que faciliten la inversión en innovación, brinden acceso a capacitación especializada y promuevan la colaboración entre empresarios y organismos gubernamentales. La resiliencia y el espíritu emprendedor de los actores del sector serán claves para consolidar un turismo más dinámico y sostenible en la región.

Finalmente, esta investigación deja abierta la posibilidad de futuros estudios que

analicen el impacto a largo plazo de las estrategias innovadoras y creativas en la competitividad del turismo local. La innovación y la creatividad no solo han sido elementos esenciales en la recuperación post pandemia, sino que seguirán siendo motores fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento de las PYMES turísticas del cantón Salinas en un entorno en constante evolución.

### Referencias Bibliográficas

- Aguirre, M., Burgos, M., & Ramírez, C. (Marzo de 2020). Publisher Home. Publisher Home: <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/22.2021.05>
- De la Cruz, S., & Erika, M. (2021). Prácticas de innovación implementadas por las mipymes del sector restaurantero ante el COVID-19 en Tabasco, México. *Nova Scientia*, 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2834>
- Field, A. (2020). *Discovering Statistics Using SPSS (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Fuentes, & Mojica. (2017). SCIELO Perú. SCIELO Perú: `javascript:void(0);`
- Hall, M., & Allan, W. (2019). *Tourism and Innovation*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315162836>
- John, C., & David, C. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications India Pvt. Ltd.
- Koury, J., & Hirschhaut, M. (2020). Reseña histórica del COVID-19 ¿Cómo y por qué llegamos a esta pandemia? *Dialnet*, 58(1), 3-4.
- Monsalvea, J., Ramírez, I., & Tarrillo, J. (Junio de 2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *SCIELO Perú*, 12(2). SCIELO Perú: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000200099&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000200099&script=sci_arttext)
- Nava, R., & María, D. (2020). Las redes colaborativas con stakeholders en la innovación y la sostenibilidad de las empresas turísticas. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 68-80.
- Otero-Ortega, A. (Agosto de 2018). ResearchGate. ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION](https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION)
- Palmatier, R., Houston, M., & Hulland, J. (2018). Review articles: purpose, process, and structure. *Springer Nature*, 46, 1-5.
- Ratten, V. (2021). COVID-19 and entrepreneurship: Future research directions. *ResearchGate*, 91-98. <https://doi.org/10.1002/jsc.2392>
- Resnik, D. (23 de Diciembre de 2020). National Institute of Environmental Health Sciences. <https://www.niehs.nih.gov/research/resources/bioethics/whatis>
- Roberto, H., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación - Octava Edición*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Guía universitaria: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Shirley, B., & Fiorella, S. (2024). Una ruta hacia los servicios modernos, creativos e innovadores como aporte al desarrollo sostenible: el caso del turismo en Costa Rica. *Revista Geográfica de América Central*, 234-257.
- Villacís, M. (2021). Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua. *Green World Journal*.