



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>

Ciencias económicas y administrativas

Artículo de investigación

Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador

Impact of covid -19 on entrepreneurship in the tourism sector in Ecuador

Impacto da covid -19 no empreendedorismo no setor de turismo do Equador

Jorge Oswaldo Quevedo-Vázquez^I

joquevedov@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-6480-2270>

Leydy Tatiana Pinzón-Prado^{II}

leidy.pinzon@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6758-3058>

Lourdes Maribel Vásquez-Lafebre^{III}

lvazquezl@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2382-0346>

Manuel Rafael Quevedo-Barros^{IV}

mrquevedob@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8853-9550>

Correspondencia: joquevedov@ucacue.edu.ec

***Recibido:** 05 de mayo de 2020 ***Aceptado:** 20 de junio de 2020 * **Publicado:** 20 de junio de 2020

I. Magíster en Administración de Negocios, Diploma Superior en Práctica Docente Universitaria, Economista, Docente de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues, Cuenca, Ecuador.

II. Magíster en Gestión Empresarial, Ingeniero en Banca y Finanzas, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, Sede, Macas, Responsable del Departamento de Seguimiento a Graduados, Cuenca, Ecuador.

III. Magíster en Gestión Empresarial, Ingeniera en Empresas, Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica de Cuenca Sede Macas, Cuenca, Ecuador.

IV. Contador Público Autorizado, Máster en Contabilidad y Auditoría, Docente de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Católica de Cuenca, Sede Azogues, Ecuador.

Resumen

El objetivo de este ensayo fue analizar el impacto del COVID-19 en el emprendimiento del sector turístico en Ecuador, para lo cual se consultaron fuentes bibliográficas reconocidas en la materia tal como es el caso de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), así como investigaciones realizadas en el contexto internacional y nacional. El proceso de análisis ha permitido evidenciar que, la existencia de los emprendimientos en Ecuador está mediada por numerosos factores como la dinámica económica del país, el apoyo económico a través de créditos. Es en el sector comercio y servicios en el que predominan las iniciativas de negocios, las cuales son lideradas por mujeres con algún estudio superior. Del mismo modo se ha encontrado en toda la literatura que el sector turismo es el más afectado, siendo el primero en cerrarse y el último en abrirse. Según la CEPAL este sector se contraerá cercano al 20%-30%, sobre todo en las mipyme y se calcula que para regresar al momento antes de la pandemia se tardaría alrededor de 70 meses. Se encontró que como promedio acumulado de pérdida total en el sector turismo en Ecuador asciende a los 32716, 35 USD, son los alojamientos, con 68005.59 USD, y el transporte turístico, con 32716.34, los más afectados. Los emprendimientos turísticos son los más rezagados en incorporarse a las actividades. Se señalaron aspectos como invertir en publicidad en redes sociales; bajar precios para competir y salir a buscar nuevos clientes y segmentos de mercado como estrategias para retomar las actividades en el sector turístico.

Palabras claves: emprendimiento; pérdidas; covid-19; turismo

Abstract

Respect for diversity and non-discrimination are human rights that should be guaranteed in the educational system, thereby ensuring didactic attention to each of the children and young people, respecting their personal qualities and characteristics, contributing to their comprehensive training through inclusive education, which implies modifying concepts about people with educational needs and assuming the commitment to continuous training in favor of quality education. The

objective of this review article was to analyze inclusive education and its contributions in the pedagogical practice of teachers in Portoviejo Ecuador. The methodology used was based on the positivist paradigm, the method was bibliographic-descriptive documentary. The objective of this essay was to analyze the impact of COVID-19 on entrepreneurship in the tourism sector in Ecuador, for which recognized bibliographic sources on the matter were consulted, such as the World Tourism Organization (UNWTO), the Commission Economics for Latin America and the Caribbean (ECLAC), as well as research carried out in the international and national context. The analysis process has made it possible to show that the existence of entrepreneurship in Ecuador is mediated by numerous factors such as the country's economic dynamics, economic support through credits. It is in the commerce and services sector that initiatives of businesses, which are led by women with some higher education. In the same way, it has been found in all the literature that the tourism sector is the most affected, being the first to close and the last to open. According to ECLAC, this sector will contract by around 20% -30%, especially in MSMEs and it is estimated that to return to the moment before the pandemic it would take about 70 months. It was found that the accumulated average of total loss in the tourism sector in Ecuador amounts to 32,716.35 USD, accommodation, with 68,005.59 USD, and tourist transport, with 32,716.34, the most affected. Tourism enterprises are the furthest behind in joining activities. Aspects such as investing in advertising on social networks were pointed out; lower prices to compete and go out to find new customers and market segments as strategies to resume activities in the tourism sector.

Keywords: entrepreneurship; losses; covid-19; tourism

Resumo

O objetivo deste ensaio foi analisar o impacto do COVID-19 sobre o empreendedorismo no setor turístico do Equador, para o qual foram consultadas fontes bibliográficas reconhecidas sobre o assunto, como a Organização Mundial do Turismo (OMT), a Comissão Economia para a América Latina e o Caribe (CEPAL), bem como pesquisas realizadas no âmbito internacional e nacional. O processo de análise permitiu mostrar que a existência do empreendedorismo no Equador é mediada por numerosos fatores, como a dinâmica econômica do país, o apoio econômico por meio de crédito, é no setor de comércio e serviços que as iniciativas de empresas, que são lideradas por

mulheres com algum ensino superior. Da mesma forma, constatou-se em toda a literatura que o setor do turismo é o mais afetado, sendo o primeiro a fechar e o último a abrir. Segundo a CEPAL, esse setor sofrerá uma contração em torno de 20% a 30%, principalmente nas MPMEs e estima-se que para voltar ao momento anterior à pandemia levaria cerca de 70 meses. Verificou-se que a média acumulada de perdas totais no setor de turismo no Equador é de 32.716,35 USD, alojamento, com 68.005,59 USD, e transporte turístico, com 32.716,34, os mais afetados. As empresas de turismo são as que mais atrasam a adesão. Aspectos como investimento em publicidade nas redes sociais foram apontados; baixar preços para competir e sair à procura de novos clientes e segmentos de mercado como estratégias para retomar as atividades no setor do turismo.

Palavras-Chave: empreendedorismo; perdas; covid19; turismo

Introducción

La actividad turística, ha sido considerada desde hace mucho tiempo un recurso con el que cuentan los países para generar ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los habitantes. La literatura señala que, de acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas (Briceño, 2000). La actividad turística tiene potencial para impulsar el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se convierte en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Arrillaga, 1955).

Al realizar un análisis de la evolución del turismo en los últimos veinte años, la Organización Mundial del Turismo (2006) ha señalado el crecimiento fundamental de la actividad turística convirtiéndola en uno de los fenómenos económicos y sociales más notables de los últimos siglos (OMT, 2006). En cuanto a las perspectivas, autores como (Mochon, 2004) señalan que esta actividad continuaría con una fuerte dinámica expansiva atendiendo a aspectos como la globalización, aparición de nuevos destinos, disminución de las distancias, incorporación y abaratamiento de las tecnologías.

En la actualidad, la OMT ha señalado que antes del brote mundial de la COVID-19, el crecimiento turístico esperado para el año 2020 era del 3-4%, lo que implica una movilización de casi dos millones más de turistas internacionales con respecto al año anterior (OMT, 2020).

Sin embargo, en la actualidad se está en presencia de un fenómeno de salud, la pandemia del COVID-19, que ha generado enormes consecuencias mundiales sobre todo a nivel sanitario, social y económico, y dentro de éste, el sector turismo. Los efectos han repercutido en un estancamiento severo de la actividad económica de diversos países, debido, entre otros aspectos, a la interrupción o disminución de las cadenas de suministro de los productos, la disminución en la producción de las principales economías, el deterioro en los precios de las materias primas; todo lo antes señalado ha sido el resultado en primera instancia por las medidas de confinamiento y restricciones de desplazamiento establecidas por los gobiernos como forma de aplanar las curvas de contagio de este virus.

La paralización de la actividad turística como consecuencia de esta situación ha ocasionado que en menos de dos meses, se ha pasado de una situación de crecimiento a otra bien distinta de colapso (Vargas, 2020), Esta misma situación de colapso no solo están presente en las grandes industrias del turismo, su transversalidad supone que la caída del sector tenga un efecto dominó que no sólo afecta al sistema turístico, sino a todos aquellos elementos dependientes directa o indirectamente, incluyendo territorios y economía locales y nacionales, por lo tanto ,está tocando las puertas de los emprendimientos turísticos. (Menchero, 2020).

En términos prácticos, una pandemia tiene dos consecuencias importantes, tal y como destaca (Blackman., y otros, 2020) referido al informe del Banco Interamericano de Desarrollo (2020) por una parte, la consecuencia sanitaria de una pandemia, le sucede su consecuencia económica en el corto y mediano plazos. Además de lo anterior, este mismo informe señala las implicaciones particulares no sólo en términos de la reducción de las actividades productivas de carácter formal sino, y, sobre todo, la reducción drástica de las actividades económicas conducidas por los sectores informales de las economías regionales. Sumado a lo anterior se ha señalado que esta situación incidirla en la merma del acceso a créditos y mecanismos de financiación a corto plazo, por efecto de la contracción general en las actividades productivas de la región; y de esta situación no escapa el turismo (Petrizzo, 2020).

Contextualizando se tiene que de los países de la región de las américas más afectados en este momento por la pandemia por el SARS-COVID2, países como Brasil tuvo una (variación de -5 con respecto al informe del 2017) y Ecuador (variación de -12 con respecto al informe del 2017),

otros dos de los más afectados por la pandemia, ya venían registrado un descenso significativo en su competitividad turística y de viajes.

Partiendo de lo anterior, resulta oportuno analizar el impacto del COVID-19 en el emprendimiento del sector turístico en Ecuador, el cual será realizado a través del análisis bibliográfico de fuentes reconocidas en la materia tal como es el caso de la OMT la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Desarrollo

La pandemia del COVID-19 según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) impactó a América Latina y el Caribe en un momento de debilidad de su economía y de vulnerabilidad macroeconómica. Esto debido a que según sus consideraciones el decenio posterior a la crisis financiera mundial (2010-2019), la tasa de crecimiento del PIB regional disminuyó del 6% al 0,2%; más aún, el período 2014-2019 fue el de menor crecimiento desde la década de 1950 (0,4%) (CEPAL, 2020).

Esta realidad de la pandemia de la covid -19 ha afectado en iguales condiciones al sector turismo con pérdida de empleos a escala internacional en general y en Ecuador en particular. (Arsuaga, 2020). Al respecto, algunos expertos señalan que la recuperación turística puede tardar 70 meses; es decir a mediano plazo, hasta llegar a alcanzar los niveles previos a la pandemia, siendo la principal razón el riesgo de nuevos rebrotes y una eventual recuperación gradual en años posteriores (Aguirre, 2020).

Emprendimientos en Ecuador

En Ecuador, se ha estimado según (Guaipatin & Schwartz, 2014) que con respecto a las empresas, éstas realizan menos innovaciones que sus pares en otros países de la región. Dado que son las empresas las que mueven la economía en este país es necesario incentivar una mayor innovación, especialmente en el sector de servicios en el que se encuentra el turismo, debido a que este concentra la mayor parte del empleo y del valor agregado de la economía.

En este proceso de crecimiento económico, las empresas que son capaces de responder a las nuevas oportunidades que el mercado ofrece son las que logran crecer exitosamente. Esta capacidad de

respuesta está íntimamente relacionada con la innovación de productos y servicios (Guaipatin & Schwartz, 2014).

En este sentido, los emprendedores crean nuevas empresas, las cuales a su vez crean nuevos puestos de trabajo, impulsan la competencia e incrementan la productividad mediante la promoción de cambios tecnológicos y de servicios. Especialmente en tiempos de crisis económica, la actividad emprendedora debe ser el motor que impulse y dinamice el sector económico (OCDE., 2013).

Las principales características de las actividades emprendedoras observadas en el reporte elaborado por (OCDE., 2013) muestran que Ecuador presenta un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) definida “como el porcentaje de adultos que están iniciando un negocio (emprendedores nacies) más los individuos que tienen un negocio de menos de 42 meses (emprendedores nuevos)” de un 21,3%, con un aumento de 5,5 puntos porcentuales. Esto significa que cada cinco adultos, uno se encontraba comenzando un negocio o poseía uno hace menos de dos años. En el caso ecuatoriano, un 72% de los emprendedores manifestó que una oportunidad motivo la creación del negocio y solo un 28% lo hizo por necesidad (Lasio, Arteaga, & Caicedo., 2010).

Puede señalarse que partiendo de lo presentado en el informe (Guaipatin & Schwartz, 2014) en Ecuador la tasa de creación de empresas se mantuvo constante en alrededor del 10% hasta el 2014. Además, la gran mayoría de las empresas nuevas en ese período pertenece al sector del comercio y servicios, en el cual se encuentra las actividades turísticas, mientras que solo el 7% de las empresas nuevas pertenecen al sector manufacturero. Este mismo autor señala que aproximadamente el 32% de los emprendedores nuevos son mujeres y un poco más del 40% tiene estudios superiores y estas empresas se mantiene activas luego de 10 años de operación. Toda esta información es relevante al momento de diseñar políticas que incentiven el emprendimiento, pues al conocer la dinámica de la vida de las empresas ecuatorianas y el perfil del emprendedor es posible enfocar mejor las políticas.

Ahora bien, el turismo para la (CEPAL, 2020) es uno de los sectores más afectados como consecuencia de la Pandemia del COVID-19 y su recuperación depende de la apertura de las fronteras a nivel mundial. En 2020 se registraría según esta Comisión, una reducción de entre un 20% y un 30% en el número de llegadas de turistas en el mundo, una caída mucho mayor que la

observada en 2009 (4%) (OMT, 2020). Los efectos de la retracción del turismo se sentirán en particular a las micro y pequeñas empresas, y dentro de ellas los emprendimientos turísticos, cuyo peso en el sector de hoteles y restaurantes es enorme: el 99% de las empresas y el 77% del empleo (CEPAL, 2020). Particularmente actividades como restaurantes, economía creativa, para los cuales el choque de demanda fue casi absoluto

Partiendo de lo señalado en torno a la elevada participación de las pequeñas y medianas empresas en la creación del empleo (más del 50% del empleo formal) a nivel de Latinoamérica, realidad que comparte Ecuador, aumenta los impactos negativos, pues este sector ha sido duramente afectado por la crisis.

A nivel internacional emprendimientos turísticos han declarado una caída sustancial de sus operaciones, tal es el caso de México, país en el cual, en lo que respecta a los restaurantes, la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) señaló que el cierre total o parcial de estos establecimientos generan mermas en los ingresos de las familias dependientes de dicha labor (Canirac, 2020). Otra de las actividades turísticas que han tenido un fuerte impacto en este país es el sector hotelero que el sector caerá cerca del 4% este año a causa del coronavirus” (Insider, 2020) (Bussines Insider, 2020).

Lo antes expuesto se evidencia también en Ecuador, donde una investigación realizada por (Félix & García, 2020) denominada “Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta-Ecuador” se encontró que los resultados muestran pérdidas de ingresos importantes por no facturación e incapacidad para solventar los pagos a proveedores de servicios. Este mismo autor señala que uno de los factores que más preocupa es el problema del desempleo en el sector, ya que con varios meses de ocupación cero en los alojamientos turísticos y sin apenas clientes en todas las ofertas de servicios, solo las grandes cadenas multinacionales y turoperadores pueden subsistir o recuperarse a corto plazo.

En cuanto al monto de las pérdidas totales encontradas de los negocios o establecimientos en dólares norteamericanos, según la investigación señalada, estimadas para estos tres primeros meses de la crisis (marzo, abril y mayo), los gerentes de los establecimientos señalaron unos montos que como promedio acumulado total asciende a los 32716, 35 USD. De manera particular, por cada

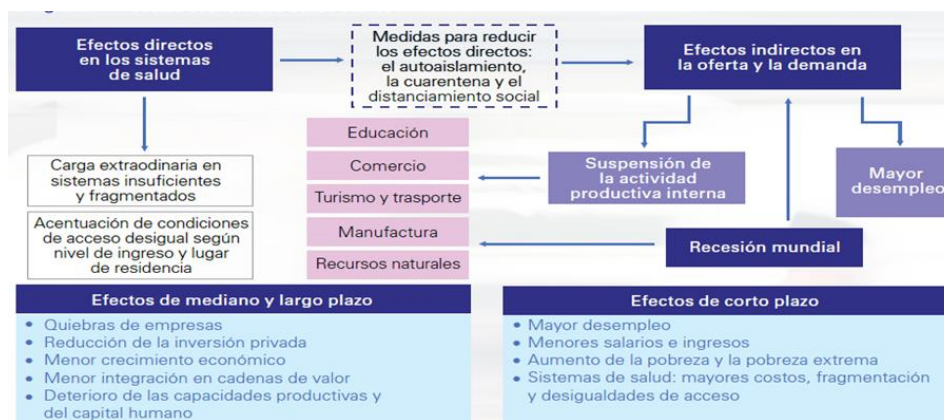
establecimiento estas pérdidas totales muestran que son los alojamientos, con 68005.59 USD, y el transporte turístico, con 32716.34, los más afectados.

Efectos estructurales de la pandemia en el sector turístico en materia de emprendimiento: el mundo posterior al COVID-19

La pandemia ha sido un fenómeno mundial que ha alterado las relaciones económicas y sociales de un modo radical y sus consecuencias trascenderán su duración, alcanzando incluso hasta cinco años siendo optimistas en las estimaciones (Ver ilustración 1).

Sumado a lo anterior se tiene que, la crisis ha venido obligado a las empresas a adecuar su funcionamiento interno a las medidas de distanciamiento social y con ellas el apoyo de las tecnologías de la información y comunicación, a las cuales deberán adaptarse tanto las grandes empresas, como las medianas, pequeñas empresas y microempresas.

Ilustración 1 Impacto del COVID-19 en América Latina y el Caribe



Fuente CEPAL (2020)

Por otro lado, evaluar el impacto en la demanda de los servicios turísticos, implica estimar el impacto no sólo que las restricciones de movilidad puedan imponer al desplazamiento de turistas sino también estimar la contracción en la demanda de servicios turísticos, como consecuencia de las repercusiones, producto de las acciones preventivas de distanciamiento que asuman los turistas para proteger su salud aún después de la pandemia (WTTC., 2020).





Por lo que, hoy por hoy, entonces, la competitividad turística que habrá de tenerse en cuenta por parte de aquellas empresas instaladas en el sector, pero también los nuevos emprendimientos está

signada por la interacción de un conjunto de factores, en muchos casos, independientes de la promoción de dicho territorio y sus atractivos turísticos.

Como estrategia de mejorar la situación presente, se discute la necesidad de implementar políticas fiscales y monetarias de corte expansivas para generar programas de apoyo a sectores vulnerables, capas medias, pequeñas y medianas empresas. Apuntan a limitar el impacto negativo en la situación de hogares, empresas e instituciones financieras y a apoyar la recuperación. Del mismo modo señala como principales estrategias de reactivación la bajada de precios de los servicios turísticos, la promoción en redes sociales y la migración de empresas a la gestión y comercialización mediante modelos on line más efectivos e innovadores.

Instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo ha señalado que, para avanzar en la recuperación de los sectores productivos y con ello el sector turístico, particularmente los emprendimientos, serán necesarias medidas adicionales innovadoras. Las siguientes recomendaciones, agrupadas en cuatro grandes áreas y resumidas en el siguiente cuadro, pretenden ser un aporte en esa dirección (BID, 2020).

Tabla 1 Medidas para impulsar la innovación y la producción

| Área | Medidas específicas |
|---|--|
|  PROTOCOLOS Y DATOS | <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración público-privada para establecer, comunicar, implementar y fiscalizar protocolos de sanidad y seguridad para los diferentes sectores productivos • Administración de pruebas diagnósticas y de anticuerpos a escala masiva • Establecimiento de un sistema de certificación del riesgo de individuos |
|  DIGITALIZACIÓN Y APOYO A PYMES | <ul style="list-style-type: none"> • Crédito, subsidios y cofinanciamiento para adopción tecnológica (software, aplicaciones y plataformas digitales, hardware, etc) • Cofinanciamiento de servicios de extensionismo digital (medición de madurez digital, asesorías expertas, estrategias, formación de competencias digitales) • Servicios de apoyo empresarial con enfoque de oferta a través de plataformas digitales • Revisión y actualización del marco regulatorio para apoyar el teletrabajo y la transformación digital de las pymes (firma electrónica, medios de pago y comercio electrónico) • Apoyo a la construcción de capacidades e infraestructura para la ciberseguridad de las pymes |
|  CADENAS DE VALOR | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de cadenas de valor estratégicas • Captura de oportunidades de nuevos negocios sostenibles a partir de la reestructuración de las cadenas globales de valor • Reconversión sectorial para la producción de los bienes necesarios para enfrentar las demandas de la crisis |
|  APERTURA Y CIERRE DE EMPRESAS | <ul style="list-style-type: none"> • Compra directa de acciones de las pymes por parte de los gobiernos con un plan de salida claro para los gobiernos después de la crisis, y con reglas de juego claras antes de cualquier compra • Creación de regímenes acelerados de resolución y apertura de empresas |

En el caso de la investigación realizada por (Félix & García, 2020) señala, en correspondencia con el cuadro anterior que, las estrategias de reactivación más demandadas como manera de atender la crisis fueron las siguientes: 1.) invertir en publicidad en redes sociales; 2.) bajar precios para competir y 3.) Salir a buscar nuevos clientes y segmentos de mercado.

Conclusiones

La Pandemia del covid-19 ha venido a impactar en el presente y a futuro cercano en todas las dimensiones de la vida humana, desde los sociales, políticos, educativos, emocionales y económicos. Las medidas implementadas por los gobiernos diseñados para aplanar la curva de contagio tienen y tendrá impactos positivos para la salud. Pero, también afecta a la actividad económica pues el distanciamiento social generalmente implica la desaceleración de la producción o incluso su interrupción total. Esto disminuye las horas de trabajo y los salarios y da lugar a la derivada reducción de la demanda agregada de bienes y servicios.

El desempeño económico de la economía mundial ya era débil antes de la pandemia del COVID-19, con esta irrupción obligó a muchas empresas a realizar procesos de reingeniería acelerada con el objeto de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado, tratando de encontrar en esta realidad ideas que permitiesen posicionarse con nuevos productos y servicios.

La dimensión del conflicto de demanda debido a la reducción del consumo de bienes y servicios (incluidos el turismo y los servicios de entretenimiento) penderá no solo de las medidas impuestas por los gobiernos para el control de la pandemia ,sino también de la respuesta de los clientes y los propios empresarios y su reacción a las circunstancias, en particular con respecto al autoaislamiento y el distanciamiento social o de su interés en innovar o reestructurar incluso hasta su modelo de gerencia .

En cuanto al impacto de la pandemia en el emprendimiento turístico puede decirse que todas las empresas, independientemente de su tamaño, se han visto afectadas. Muchas de ellas actualmente enfrentan una significativa merma de sus ingresos, el aumento de la deuda y la pérdida de puestos de trabajo en sectores específicos, lo que repercutirá directamente en el mercado laboral, sobre todo en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme). El impacto que tienen los promedios de ingresos por facturación no percibidos por cada tipo de establecimientos es ciertamente significativo, sobresaliendo los ingresos no percibidos en las agencias de viajes con 42387,50 USD y los restaurantes, con 31306 USD. (Félix & García, 2020)

Las estimaciones realizadas por la CEPAL 2020 señalan que si los mayores efectos del COVID-19 se sienten a mediados de 2020 y se concretan en prohibiciones o autorrestricciones de viajar de tres meses de duración, la actividad turística en el Caribe se contraería un 25%, situación que no es distinta a la que se experimentará en Ecuador.

Como forma de mitigar las repercusiones de esta pandemia en el sector turístico se ha sugerido que en una primera instancia deben evaluarse los riesgos a los que está expuesto el destino y gestionar en consecuencia los planes de gestión para las situaciones de desastre potenciales. Además, los responsables turísticos tendrían que auditar estos planes, diseñar acciones de respuesta a la crisis y adquirir habilidades para enfrentarse a ésta.

Referencias

1. Aguirre, J. (2020). Caída del turismo por la covid-19. Desafío para México y experiencias internacionales. DIRECCIÓN GENERAL DE ANÁLISIS LEGISLATIVO.
2. Arrillaga, J. (1955). El Turismo en la Economía Nacional. Madrid.: Editora Nacional.
3. Arsuaga, B. (2020). covid-19 y su efectos sobre el turismo (entrevista con Valeria. Peras y Manzanas . (V. Moy, Entrevistador) Obtenido de <https://peras-y-manzanas.simplecast.com/episodes/covid-19-y-su-efecto-sobre-turismo-n8dci2gE>
4. BID. (2020). Respuestas al COVID desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo (1 era ed.). BID.
5. Blackman, A., Ibañez, A., Izquierdo, A., Philip, K., Mesquita, M., Norbert, S., & Serebrisky, T. (2020). “La política pública frente al Covid-19: recomendaciones para América Latina y el Caribe. . Banco Interamericano de Desarrollo. [. Obtenido de <https://publications.iadb.org/>
6. Briceño, F. (2000). Turismo 2020. . Caracas: Ediciones IESA.
7. Canirac. (2020). Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados . Sirviendo a México. México . Obtenido de <https://canirac.org.mx/articulos/index.php?id=1516>
8. CEPAL . (2020). Dimensionar los efectos del COVID-19 para pensar en la reactivación. CEPAL .
9. Félix, A., & García, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). , 4 (1), 79-103. Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio. doi:<https://doi.org>
10. Guaipatin, A., & Schwartz, K. (2014). Ecuador Análisis del Sistema Nacional de Innovación Hacia la consolidación de una cultura innovadora. BID.
11. Insider, B. (2020). Cientos de hoteles cierran en todo México mientras el coronavirus sigue afectando al sector turístico — y ni la Semana Santa los salvará esta vez. 6 de abril. Obtenido de <https://businessinsider.mx/cientos-de-h>
12. Lasio, V., Arteaga, M., & Caicedo, G. (2010). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2009. Quito.: ESPAE-ESPOL.

13. Menchero, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas. Geopolítica(s) Revista de estudios sobre espacio y poder. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/geop.69249>
14. Mochon, F. (2004). Economía y Turismo. . Madrid.: McGraw Hill.
15. OCDE. (2013). Perspectivas económicas de América Latina 2013: políticas de pymes para el cambio estructural. . París.: doi:doi: 10.1787/leo-2013-es.
16. OMT. (2006). 2007 to be fourth year of sustained growth. Obtenido de <http://www.unwto.org/newsroom/Releases/2006/november/barometer06.htm>
17. OMT. (2020). (Organización Mundial del Turismo) (2020), “Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism”,. Obtenido de <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fspublic/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>.
18. OMT. (2020). Turismo y COVID–19. Madrid.: Organización.
19. Petrizzo, M. (2020). El impacto de la COVID-19 en el sector turismo. Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos y Centro Internacional Miranda.
20. Vargas, A. (2020). El turismo postcoronavirus (III). Hosteltur.
21. WTTC. (2020). World Travel & Tourism Council. (2020). Containing the spread of panic is as important as stopping the coronavirus itself, says.

References

1. Aguirre, J. (2020). Fall in tourism due to covid-19. Challenge for Mexico and international experiences. GENERAL DIRECTORATE OF LEGISLATIVE ANALYSIS.
2. Arrillaga, J. (1955). Tourism in the National Economy. Madrid .: National Editor.
3. Arsuaga, B. (2020). covid-19 and its effects on tourism (interview with Valeria. Peras y Manzanas. (V. Moy, Interviewer) Obtained from <https://peras-y-manzanas.simplecast.com/episodes/covid-19-y-su-effect-on-tourism-n8dci2gE>
4. BID. (2020). Responses to COVID from science, innovation and productive development (1st ed.). IDB.

5. Blackman ,, A., Ibañez, A., Izquierdo, A., Philip, K., Mesquita, M., Norbert, S., & Serebrisky, T. (2020). "Public policy against Covid-19: recommendations for Latin America and the Caribbean. . Inter-American Development Bank. [. Retrieved from <https://publications.iadb.org/>
6. Briceño, F. (2000). *Tourism 2020..* Caracas: IESA editions.
7. Canirac. (2020). National Chamber of the Restaurant and Seasoned Food Industry. *Serving Mexico*. Mexico . Retrieved from <https://canirac.org.mx/articulos/index.php?id=1516>
8. ECLAC. (2020). *Assess the effects of COVID-19 to think about reactivation*. ECLAC.
9. Félix, A., & García, N. (2020). Study of losses and reactivation strategies for the tourism sector due to the COVID-19 health crisis in the destination Manta (Ecuador). , 4 (1), 79-103. *International Magazine of Tourism, Business and Territory*. doi: <https://doi.org>
10. Guaipatin, A., & Schwartz, K. (2014). *Ecuador Analysis of the National Innovation System Towards the consolidation of an innovative culture*. IDB.
11. Insider, B. (2020). Hundreds of hotels are closing throughout Mexico as the coronavirus continues to affect the tourism sector - and not even Easter will save them this time. April 6. Retrieved from <https://businessinsider.mx/hundred-de-h>
12. Lasio, V., Arteaga, M., & Caicedo., G. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2009*. Quito :: ESPAE-ESPOL.
13. Menchero, M. (2020). Tourist flows, geopolitics and COVID-19: when tourists. *Geopolitics (s) Journal of studies on space and power*. doi: <https://dx.doi.org/10.5209/geop.69249>
14. Mochon, F. (2004). *Economy and Tourism*. . Madrid .: McGraw Hill.
15. OECD. (2013). *Latin American Economic Outlook 2013: SME Policies for Structural Change*. . Paris:. doi: doi: 10.1787 / leo-2013-en.
16. OMT. (2006). 2007 to be the fourth year of sustained growth. Retrieved from [http://www.unwto.org/newsroom/Releases/2006/november / barometer 06.htm](http://www.unwto.org/newsroom/Releases/2006/november/barometer06.htm)
17. OMT. (2020). (World Tourism Organization) (2020), "Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism" ., Retrieved from [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fspublic/2020-03 / 24-03Coronavirus.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fspublic/2020-03/24-03Coronavirus.pdf).
18. OMT. (2020). *Tourism and COVID – 19*. Madrid :: Organization.

19. Petrizzo, M. (2020). The impact of COVID-19 in the tourism sector. Núcleo Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos and Centro Internacional Miranda.
20. Vargas, A. (2020). Post-coronavirus tourism (III). Hosteltur.
21. WTTC. (2020). World Travel & Tourism Council. (2020). Containing the spread of panic is as important as stopping the coronavirus itself, says.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).