

## Impacto de la economía China en el turismo de Ecuador y El Cono Sur

Mackay Veliz Rubén Alberto\*  
Carrillo Gurumendi Omar Teodoro\*  
Sánchez Manzaba Solanda Esmeralda\*  
Zambrano Proaño Paola Beatriz\*

### Resumen

La presente investigación tiene como objetivo la realización del análisis del impacto de la economía China en el turismo del Ecuador y el cono sur. El turismo es una industria en crecimiento y que a la vez está en procesos de cambios constantes, esto por las nuevas tendencias que surgen, teniendo un vertiginoso crecimiento y diversificación de este, así como una sofisticación creciente de la demanda, que demanda experiencias personalizadas bajo los parámetros de percepción demandando mayor calidad. De acuerdo con el informe del 2015 de la vicepresidencia del Ecuador y el CEPAL, establece que en la actualidad el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. La llegada de turistas internacionales ha aumentado de 436 millones a 1.087 millones de personas entre 1990 y 2013, generando ingresos que se incrementaron de 262 millones a 1.159 millones de dólares en igual periodo.

**Palabra clave:** Economía China, Turismo, Impacto, turismo, economía ecuatoriana.

## Impact of the Chinese economy on tourism in Ecuador and the Southern Cone

\* Universidad de Guayaquil, ruben\_mackay@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0001-9272-3991>

\* Universidad de Guayaquil, omar.carrillog72@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-7911-4902>

\* Universidad de Guayaquil, solsanchez\_28@yahoo.es, <https://orcid.org/0000-0003-1738-8817>

\* Universidad de Guayaquil, paola.zambranopro@ug.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-5697-9252>

**Recibido:** 2021-03-18. **Aceptado:** 2021-05-12

**Como citar APA:** Mackay R., Carrillo O., Sánchez S., Zambrano P. (2021) Impacto de la economía China en el turismo de Ecuador y El Cono Sur. *Repique*, 3(2), 62-78

## **Abstract**

The objective of this research is to carry out the analysis of the impact of the Chinese economy on tourism in Ecuador and the southern cone. Tourism is a growing industry and at the same time it is in constant change processes, this due to the new trends that arise, having a vertiginous growth and diversification of this, as well as a growing sophistication of the demand, which demands personalized experiences under the parameters of perception demanding higher quality. According to the 2015 report of the vice presidency of Ecuador and ECLAC, it establishes that tourism has currently become one of the largest and fastest growing economic sectors in the world. The arrival of international tourists has increased from 436 million to 1,087 million people between 1990 and 2013, generating income that increased from 262 million to 1,159 million dollars in the same period.

**Key word:** Chinese Economy, Tourism, Impact, tourism, Ecuadorian economy.

## **INTRODUCCIÓN**

Turpo, Aguaded, Barros (2022) El turismo es una industria en crecimiento y que a la vez está en procesos de cambios constantes, esto por las nuevas tendencias que surgen, teniendo un vertiginoso crecimiento y diversificación de este, así como una sofisticación creciente de la demanda, que demanda experiencias personalizadas bajo los parámetros de percepción demandando mayor calidad. De acuerdo con el informe del 2015 de la vicepresidencia del Ecuador y el CEPAL, establece que en la actualidad el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. La llegada de turistas internacionales ha aumentado de 436 millones a 1.087 millones de personas entre 1990 y 2013, generando ingresos que se incrementaron de 262 millones a 1.159 millones de dólares en igual periodo. Por tanto, el turismo se encuentra en el punto de ser tomado como la industria ya no solo creciente, si no, el dinamo de progreso socioeconómico que los países en vías de desarrollo deberán apostar, lo que repercutirá en la creación de empleo, empresas, emprendimientos, infraestructura y divisas de exportación.

El MINTUR revela cifras del 2005, donde el Ecuador recibía alrededor de 840 000 turistas internacionales, donde el gasto promedio por cada uno de estos no superaba los 800 dólares, es decir, los ingresos totales por

turismo internacional en el 2005 eran aproximadamente de 672 millones de dólares, muy inferior a la media mundial. Además, Ecuador registró un decrecimiento en la tasa de arribos internacionales de un 2.2% con respecto al año anterior. En el año 2016 la demanda turística se mantuvo con solidez y se alcanzó la cifra de 1235 millones de turistas a nivel mundial, equivalente a 46 millones más que en el año 2015. El año 2016 fue el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido del turismo después de las crisis económica y financiera a escala global del año 2009. Al igual que el crecimiento experimentado en el volumen de turistas, los ingresos por turismo internacional crecieron con respecto al año anterior, lo cual consolida los resultados de este importante sector económico.

### **METODOLOGÍA**

Los años posteriores a la entrada de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en el 2001 marcaron una época dorada en el comercio entre ambos territorios. En menos de una década, China se convirtió en el segundo socio comercial de la zona, solo superado por Estados Unidos, un socio natural para Latinoamérica debido a su cercanía geográfica. Entre 2001 y 2013, las exportaciones de América Latina a China tuvieron un incremento constante, impulsado en gran parte por el aumento de la demanda de materias primas, de las cuales algunos países latinoamericanos son importantes proveedores. La mayor demanda de China por materias primas también benefició a los exportadores de estos productos en terceros mercados, debido al crecimiento de sus precios en los mercados internacionales. Esta situación favoreció a ciertos países de América Latina, en especial aquellos que cuentan con sectores de hidrocarburos, minería y agricultura orientados hacia la exportación, y fue instrumental para que la región pudiera navegar por la crisis financiera global sin mayores dificultades. (Roldan y Otros, 2016, p. 25)

El fortalecimiento de las relaciones comerciales entre China y América Latina provocó que se diera a nivel de todos los países involucrados una sincronización de sus ciclos económicos, esto comprende que de la mano de china la economía del resto de los integrantes crecía a niveles superiores al promedio mundial. Ahora dentro del contexto de desaceleración de la economía china, salta una fundamental pregunta que se asienta en las perspectivas económicas de Latinoamérica: ¿Cuál será efecto que generara un menor crecimiento de China en las exportaciones del cono sur? en el 2015 se ofrecían datos sobre varias posibles escenas que se Darian sobre los cambios en las tendencias de comercio,

esto provocado por los factores de la caída en las exportaciones a China, de todos de los países de la región, esto sucedía por primera vez en más de una década de crecimiento de las mismas.

Los vínculos comerciales entre las dos regiones han sido analizados en diversos estudios de autores de ambos lados del Pacífico, como Gustavo Bittencourt, Enrique Dussel Peters, Rebecca Ray, José Durán, Bárbara Kotschwar, Marcos Cordeiro y Gustavo Santillán, así como de diversas instituciones, como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Para Roldan y Otros (2016), la mayoría de estos estudios exaltan el aumento constante del comercio durante la última década, la importancia que tuvo China en el crecimiento de las exportaciones de América Latina, incluso durante la recesión económica del 2008-2009, en particular debido al aumento de la demanda china por alimentos y recursos naturales que se producen en la región.

Sin embargo, coinciden al mencionar la existencia de tres desafíos en las relaciones comerciales entre China y América Latina: 1) la naturaleza interindustrial del comercio entre China y la mayoría de los países de la zona; 2) la falta de diversificación en los productos que las economías de América Latina exportan al mercado chino, y 3) la existencia de un déficit en la balanza comercial de la mayoría de los países de la región con China (Bittencourt, 2012; Durán Lima y Pellandra, 2013; Dussel Peters, 2013; Cordeiro Pires y Santillán, 2014; Kotschwar, 2014; Ray, 2014; cepal, 2015a; cepal, 2015b; Dussel Peters, 2015; ocde/cepal/caf, 2015).

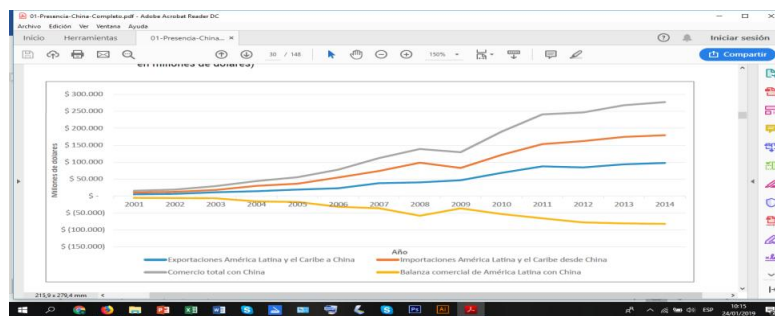
La consolidación de China como el segundo socio comercial de Latinoamérica y sus implicaciones estratégicas han sido temas abordados por Bittencourt (2012) y Dussel Peters (2013), y más recientemente por Ray (2014), quienes han resaltado el hecho de que algunas de las economías más relevantes de la zona, en particular Brasil, Chile y Perú, tienen en la actualidad una relación comercial más fuerte con China que con Estados Unidos, su socio tradicional. La reprimarización de las exportaciones de América Latina ha sido también un tema de constante análisis por diversos autores, como Durán Lima y Pellandra (2013), Dussel Peters (2015), Kotschwar (2014) y por instituciones como la ocde, cepal y caf (2015), quienes han dedicado una parte importante de su labor a caracterizar esta relación. Estos autores coinciden en afirmar que la concentración de las exportaciones de la región en materias primas, la

expone a choques externos por cambios en los precios y la demanda. En este sentido, varios de los estudios mencionados afirman que la demanda de las materias primas por China ha influido en las exportaciones de la región, no solo directamente, a través de un mayor volumen de exportaciones, sino también por el efecto que esta ha tenido en el precio de los recursos naturales, lo cual también se ve reflejado en las cifras reportadas como exportaciones (Roldan y Otros, 2016)

Esta sinergia ha permitido tener un beneficio mutuo entre todos los participantes, China y la región, esto a partir de la organización de los países productores latinoamericanos y la diversificar de sus destinos de exportación, redundando para China en la obtención de fuentes confiables de alimentos y recursos primarios necesarios para su desarrollo vertiginoso.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), el comercio bilateral pasó de USD 15.765 millones en el 2001 a USD 277.175 millones en el 2014. Esto representa un crecimiento promedio de 26% anual, una cifra considerable si se tiene en cuenta que el comercio de América Latina y el Caribe con el mundo creció a razón de 10% durante el mismo período. Por estimaciones del FMI realizadas para el mismo año de mantenerse esta tendencia, el comercio de América Latina y el Caribe con China podría alcanzar una cifra cercana a los USD 500.000 millones hacia el 2024 (FMI, 2015). Si se toma como referencia el comercio que mantenían para ese entonces China y Estados Unidos, su principal socio comercial, está en torno a los USD 556.000 millones. En la figura 1 se muestra la evolución del comercio de América Latina y el Caribe con China, en el período 2001-2014.

**Figura 1.**



**Fuente:** CEAP-EAFIT a partir de datos estadísticos Comtrade (2015).

## RESULTADOS

En los últimos años, el turismo mundial y regional ha mantenido un crecimiento constante e importante. Algunos datos relevantes, así lo confirman: constituye el 9% del Producto Interno Bruto Mundial (directo e indirecto); uno de cada once trabajos se encuentra en el sector turismo; genera US\$ 1,5 billones de exportaciones; constituye el 6% de las exportaciones mundiales; si en 1950 se registraron 25 millones de turistas internacionales, en 2014 la cifra superó los 1133 millones y para el 2030 se esperan 1800 millones de turistas internacionales (Organización Mundial de Turismo, 2015).

Se debe establecer que la UNASUR (Unión de Naciones Sudamericanas) nace para fortalecer al cono sur como un bloque y de esta manera hacer frente a economías de los países desarrollados y, poder apoyarse, competir como bloque a nivel mundial. Para Castillo (2015), UNASUR nace como una necesidad imperiosa de construir un espacio de integración regional en lo cultural, económico, social, salud, seguridad, energía, ambiente, infraestructura y también en el ámbito político, considerando la realidad de cada uno de los países que lo conforman. Sus principales retos se ven reflejados en la necesidad de eliminar la desigualdad socioeconómica, alcanzar la inclusión social, aumentar la participación ciudadana, fortalecer la democracia y reducir las asimetrías existentes, considerando la soberanía e independencia de los Estados que lo conforman.

El turismo ha experimentado en las últimas décadas un crecimiento vertiginoso y diversificado, que lo ha convertido en uno de los sectores de la economía con mayor proyección y con mayores oportunidades para el desarrollo económico de muchos países y de diferentes regiones, enfrentadas a importantes problemas, como el despoblamiento o el envejecimiento de la población (Martínez-Roget y Tavares, 2013). El turismo internacional se ha mostrado, además como un sector con una mayor resistencia que otros en un contexto de crisis económica como el que se ha registrado en los últimos años (Flores et al. 2012).

Hasta mayo del 2015 tanto para los arribos e ingresos de los turistas internacionales, con datos preliminares hasta la fecha la Organización

Mundial de Turismo, establece que, la región de las Américas alcanzó resultados importantes, con 181 millones de arribos de turistas internacionales, lo que supone un 16% del total mundial, y unos ingresos de 274.000 millones de dólares americanos, que representan el 22%, lo cual es indicativo de que el gasto medio por turista internacional que llega a ese continente está por encima de la media mundial. Estas llegadas de turistas internacionales se repartieron de la siguiente forma dentro de la región: un 66,5% a América del Norte; un 15,8% a América del Sur - UNASUR, región de interés del estudio; un 12,4% a El Caribe; y un 5,3% a América Central. En lo referente a los ingresos por turismo internacional en las Américas en 2014, la cuota de mercado se distribuyó como sigue: América del Norte el 77.0%, El Caribe el 9,9%, América del Sur el 9,4% y América Central el 3,7% restante.

Para UNASUR la cuota de ingresos es sensiblemente inferior a la de entrada de turistas internacionales, por lo cual uno de los objetivos para el sector en esta región debería ser el incremento del gasto medio por turista internacional, de hecho, en el último año el incremento de los ingresos por este concepto fue algo superior al de los arribos (Araguz-Lara et al., 2022).

Efectivamente, según la OMT, el incremento de 2014 respecto al año anterior, de los arribos de turistas internacionales en las Américas fue de un 8%, registrando el mayor crecimiento mundial, mientras que los ingresos crecieron un 3,1%. Por áreas geográficas, el mayor crecimiento de entrada de turistas se produjo en América del Norte (9,2%), mientras que América del Sur – UNASUR se situó en un 5,4%, siendo los porcentajes para El Caribe y América Central del 6,2% y 5,6% respectivamente. En cuanto a crecimiento en los ingresos, América Central registró el mayor crecimiento con un 7,5%; mientras que América del Sur – UNASUR se incrementó un 5,7% y América del Norte un 2,2%. (Vazquez, Castillo, & Martínez, 2016).

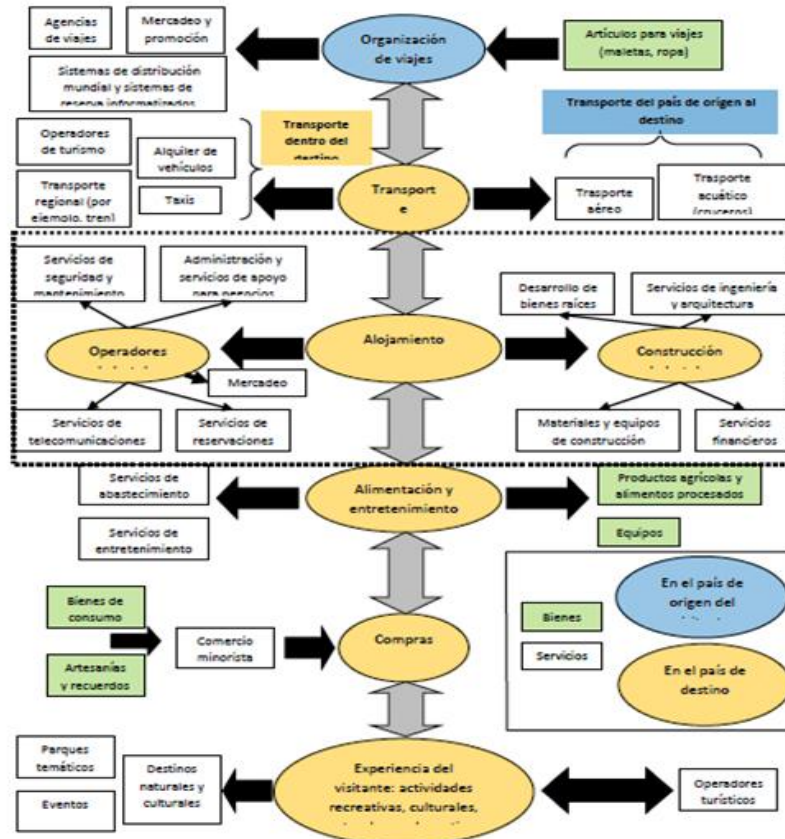
**Figura 2.** Dimensionamiento de la cadena del turismo en miles de visitantes, millones de dólares y porcentaje.

	2006	2010	2013
<b>A. Nivel de actividad</b>			
• Llegadas de turistas internacionales (miles de visitantes)	841	1.047	1.366
• Salidas de turistas hacia el exterior (miles de visitantes)	733	899	1.156
• Turismo interno (miles de visitantes)	---	9.608	---
<b>B. Incidencia en la economía</b>			
• Participación directa en el PIB (%)	1,9	2,0	1,9
• Participación total en el PIB (%)	4,8	5,6	5,3
• Participación en la formación bruta de capital (%)	4,3	4,0	3,8
• Participación en las exportaciones totales de bienes y servicios (%)	3,5	4,0	4,5
• Participación en las exportaciones de servicios (%)	47,5	53,2	60,8
<b>C. Contribución a la balanza de pago</b>			
• Ingresos de divisas por concepto de viajes (millones de dólares)	492,2	786,6	1.251,2
• Egresos de divisas por concepto de viajes (millones de dólares)	706,2	863,4	987,1
• Saldo (millones de dólares)	-214,1	-76,8	264,1
<b>D. Perfil de los agentes</b>			
• Número de establecimientos	13.503	17.778	21.070
• Porcentaje de micro y pequeñas empresas (%)	---	---	90,9
• Porcentaje de empresas extranjeras (%)	---	---	19,4
<b>E. Empleo</b>			
• Número de ocupados	78.500	92.800	114.108
• Tasa de informalidad (%)	---	60,0	---
• Salarios	---	---	---

**Fuente:** CEPAL, sobre la base de información del MINTUR.



**Figura 3. Cadena de Valor del Turismo**



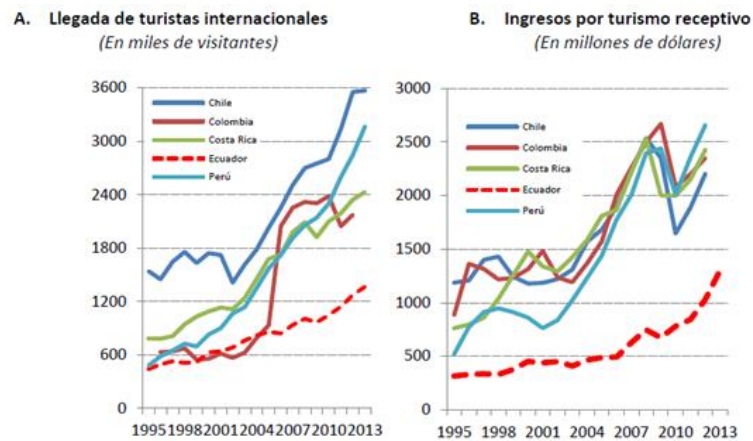
**Fuente:** CEPAL, sobre la base de información del MINTUR, Banco Central de Ecuador, OMT, Superintendencia de Compañía.

En la figura 2 y 3, se tiene la cadena de valor del turismo, este es parte del Análisis de la Cadena del Turismo un informe realizado por el CEPAL y Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva - Vicepresidencia del Ecuador. En donde se realiza un flujo gram y, el dimensionamiento de la cadena del turismo en miles de visitantes, millones de dólares y porcentaje de lo que se debe trabajar por parte del MINTUR a nivel nacional en el Ecuador.

En el Ecuador, entre 2002 y 2013, los visitantes extranjeros aumentaron de 654.400 a 1.366.269, generando ingresos que pasaron de 449 millones a 1.251 millones de dólares. Sin embargo, la dinámica y los

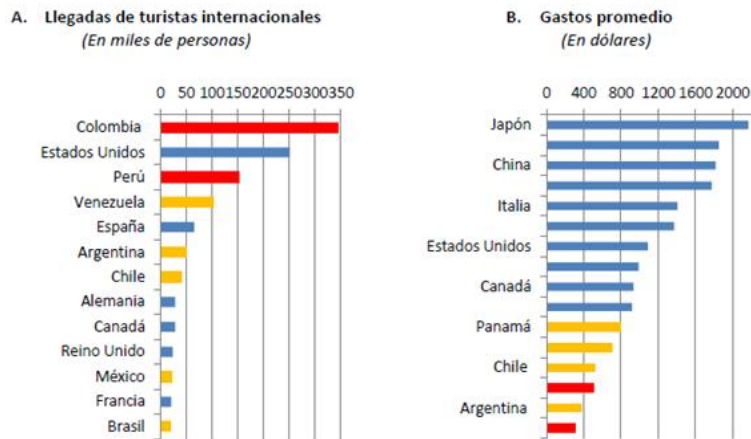
resultados de Ecuador aún están por debajo de sus principales competidores en América Latina (véase la figura 4).

**Figura 4.** Llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo receptivo, varios países, 1995-2013.



Fuente: CEPAL y OMT.

**Figura 5.** Ecuador: número de visitantes y gasto promedio, por origen, 2013

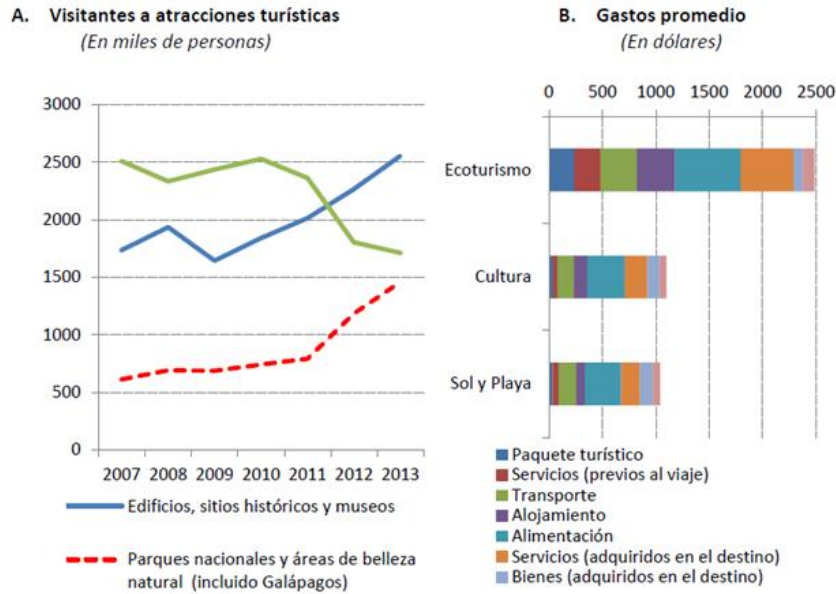


Fuente: CEPAL y OMT. y Euromonitor International (2013), *Travels & Tourism in Ecuador*, Londres, septiembre.

Estos resultados responden al perfil de los visitantes que recibe el Ecuador. En 2013, dos de los tres orígenes más importantes era países vecinos: Colombia (25%) y Perú (11%). De estos, un porcentaje importante viaja a Ecuador para visitar familiares y amigos, así como para realizar actividades comerciales, y no necesariamente para turismo. Además, otros países latinoamericanos, principalmente Argentina y Chile, son importantes emisores de turistas para el Ecuador. Por otro lado, el principal mercado de visitantes con un perfil de mayor gasto corresponde a América del Norte con un 20% de las llegadas de turistas internacionales, principalmente de Estados Unidos (18%).

Le sigue la Unión Europea, que responde por el 14% de las llegadas, en particular de España (5%), Alemania (3%), Reino Unido (2%) y Francia (2%). La alta participación relativa de España responde a la fuerte migración de ecuatorianos a este país durante los años noventa (CEPAL, 2014). Perfilando al turista este es de gastos bajos principalmente, jóvenes independientes que deciden viajar por su cuenta, su ruta está diseñada para visitar: ciudades importantes, playa y sol, parques nacionales guiados hasta por ellos mismos, sierra, donde el precio juega un papel importantísimo a la hora de seleccionar el alojamiento y alimentación. En contra parte con el turismo de naturaleza o ecoturismo y encontrando acogida el turismo comunitario, teniendo en los turistas internacionales, donde predominan asiático, europeos y norteamericanos, los cuales tienen un nivel de gasto alto.

**Figura 6.** Ecuador: número de visitantes y gasto promedio por tipo de atracción.



**Fuente:** CEPAL, sobre la base de información del Ministerio de Turismo (MINTUR).

En Ecuador, las visitas turísticas a áreas protegidas han mostrado un fuerte incremento en los últimos años, especialmente desde que se estableció la gratuidad de acceso en el 2012. Entre 2003 y 2013, las visitas a áreas turísticas protegidas continentales (sin contar las Islas Galápagos) aumentaron de 265.845 a 1.241.834, donde el 28% han sido visitantes extranjeros. En el caso de Galápagos, el crecimiento fue igualmente importante, pasando de 77.580 a 204.395 visitantes entre 2001 y 2013. Aunque se ha mantenido la preponderancia de los visitantes extranjeros (70%), las islas han mostrado una fuerte caída en los turistas que utilizan cruceros (92% a 42%), y el aumento del alojamiento en tierra de 8% a 48% entre 2001 y 2012. Así, las áreas protegidas se han convertido, junto a los edificios y sitios históricos, en los principales destinos turísticos del Ecuador (CEPAL, 2014) véase figura 6.

Establecer que el país está preparado para realizar turismo a gran escala, es mentira, pese a la realización de una pauta comercial internacional de la marca país All You Need is Ecuador.

Está, de acuerdo con cifras oficiales dadas por el gobierno del Ecuador, hubo una inversión de \$ 44,17 millones en diferentes espacios y medios.

La Coordinación de Estadísticas del Ministerio de Turismo realizó una evaluación técnica de la campaña en dos partes: la estimación del impacto en exposición digital, y la llegada de visitantes extranjeros, además de una aproximación de los retornos financieros generados en 32 meses, luego del lanzamiento de la campaña, en abril de 2014, en 12 mercados internacionales. En cuanto a exposición digital hubo un incremento del 22% en los mercados en donde se realizó la pauta promocional de Ecuador como destino turístico. Respecto a los visitantes extranjeros, se generó en promedio un incremento del 3% en llegadas mensuales.

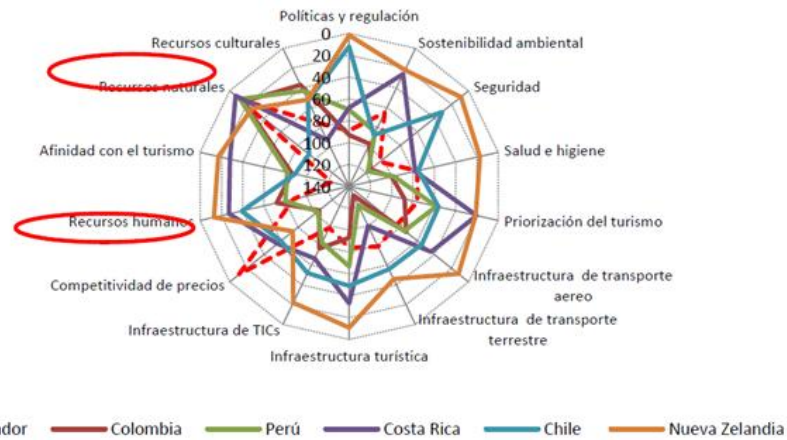
Durante todo el periodo que estuvo vigente la campaña de promoción turística, es decir, desde abril de 2014 hasta noviembre de 2016 (32 meses) llegaron alrededor de 94 mil visitantes motivados por la propia campaña. Con todo esto mencionado se diría que el Ecuador va en vías a convertirse en una potencia del turismo, pero, aún queda mucho por resolver para el gobierno central.

**Figura 7.** Ranking de competitividad del turismo, 2013.



**Fuente:** CEPAL, en base a información de World Economic Forum (2013).

**Figura 8.** Ecuador y algunos competidores: competitividad del turismo, por componentes, 2013.



**Fuente:** CEPAL, en base a información de World Economic Forum (2013).

## CONCLUSIONES

Dentro del análisis realizado vemos que no se conoce cuando empezó el surgimiento de la economía China, la misma como se ha establecido se ha venido fortaleciendo en todo el cono sur, por la necesidad que este país tiene de alimentos y materia prima, y ellos devolviendo tecnificación y comercio. Lo que permite pensar al ya no existir desaceleración de ¿La economía mundial China desplazará a la economía norte americana? ¿sucederá? ¿Cuándo? Convirtiendo en la economía uno en el mundo.

Pese a la desaceleración económica mundial, uno de los productos de consumo a nivel mundial que siempre es buscado por sus consumidores, el turismo, con todas sus variantes, lo que obliga a pensar cuando se implementaran planes de mejoramiento continuos de las infraestructuras hoteleras existente, teniendo en cuenta el crecimiento que el turismo comunitario tiene a nivel mundial.

Ecuador presenta fortalezas que deben ser explotadas, diversidad biológica, cultural y geográfica, el tamaño del país permite conectividad facilita acceso a una oferta turística diversificada de cuatro regiones diferentes (costa, sierra, oriente e insular), buen clima todo el año, costos competitivos con variedad de infraestructura a nivel nacional, reconocimiento mundial de Galápagos, Quito y Cuenca como patrimonio cultural o natural de la humanidad por la UNESCO.

A la inversión publicitaria realizada fue alta, como introducción de producto al mercado, pero, se le debe dar mantenimiento ya que esta sería de menor inversión, haciendo énfasis en que Ecuador como país cuenta con la Mayor biodiversidad por km<sup>2</sup> del mundo para la realización de turismo, singularidad geográfica por la línea equinoccial, el incremento del auge del turismo especializado (ecoturismo y aventura, turismo comunitario) estos nuevos nichos: turismo científico, turismo de salud, provocaran el despegue de economías populares.

## REFERENCIAS

- Aguayo, E., Castellanos, N., & Álvarez, L. (2004). Impacto económico del turismo en las regiones mexicanas.
- Akinboade, O. A., & Braimoh, L. A. (2010). International tourism and economic development in South Africa: A granger causality test. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), p.149-163.
- Atherinos, E. (2003). Tourism in china: Regional distribution and economic impact. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 3(2), p.45-60.
- Balaguer, J., & Cantavella - Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), p.877-884.
- Boz, Mustafa (2011), "Leakages and Value Added in International Tourism Revenues; Tourism Satellite Account as a Measurement Method", *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 24 [The Special Issue on Business, Humanities and Social Science – December 2011], Centre for Promoting Ideas (CPI), Nueva York, Estados Unidos, diciembre [en línea: [http://ijbssnet.com/journals/Vol\\_2\\_No\\_24\\_Special\\_Issue\\_December\\_2011/22.pdf](http://ijbssnet.com/journals/Vol_2_No_24_Special_Issue_December_2011/22.pdf)]
- Brida, J. G., & Monterubbianesi, P. D. (2010). Causality between economic growth and tourism expansion: Empirical evidence from some Colombian Regions. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, (3.1), p.153-164.
- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Devesa, M. J. S., & Aguirre, S. Z. (2008). La contribución del turismo al crecimiento económico. *Cuadernos De Turismo*, (22), p.35-46.



- Castillo, E., Vázquez, E. & Martínez, F. 2015, El “Turismo Consciente” en Ecuador: conceptualización y efectos sobre el crecimiento económico. <br />"Conscious Tourism" in Ecuador: conceptualization and effects on economic growth. Disponible en:  
[https://rem2015.uniovi.es/c/document\\_library/get\\_file?uuid=995676d9-6da6-4350-80ec-5253b58d7f13&groupId=2946418](https://rem2015.uniovi.es/c/document_library/get_file?uuid=995676d9-6da6-4350-80ec-5253b58d7f13&groupId=2946418).
- Castillo, E. (2015). Impacto Económico del Sector Turismo de Ecuador y UNASUR (1995 - 2013).  
<https://www.researchgate.net/publication/286442331>, 3.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe)(2009), La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2008 (LC/G.2406-P), Santiago, junio. Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.09.II.G.24 [en línea:  
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/36091/LCG2406e.pdf>]
- Cernat, Lucian y Julian Gourdon (2007), Is the Concept of Sustainable Tourism Sustainable? Developing the Sustainable Tourism Benchmarking Tool, (UNCTAD/DITC/TNCD/2006/5), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Division on International Trade in Goods and Services, and Commodities, Ginebra [en línea:  
[http://www.unctad.org/en/docs/ditctncd20065\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctncd20065_en.pdf)]
- MINTUR (Ministerio de Turismo) (2012), La experiencia turística en el Ecuador. Cifras esenciales del turismo interno y receptor, Quito
- MINTUR (Ministerio de Turismo) (2014), Principales indicadores de turismo, Boletín No.7, Quito, julio.
- OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos) (2012), OECD Tourism Trends and Policies 2012, OECD Publishing, Paris
- OMT (Organización Mundial de Turismo) (2014a), UNWTO World Tourism Barometer, Volume 12, Madrid, junio.
- OMT (Organización Mundial de Turismo) (2014b), Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2014, Madrid.
- OIT (Oficina Internacional del Trabajo) (2011), Reducción de la pobreza mediante el turismo, Programa de Actividades Sectoriales, Ginebra [en línea: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/publication/wcms\\_163475.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_163475.pdf)].



- Roldan y Otros, (2016). La Presencia China en América Latina - Comercio, INversión y Cooperación Económica. Colombia: Universidad EAFIT.
- SENPLADES (2010a), Agenda Zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial, Zona de Planificación 1, [en línea:  
[http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda\\_1.pdf](http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda_1.pdf)].
- SENPLADES (2010b), Agenda Zonal para el Buen Vivir. Propuestas de Desarrollo y Lineamientos para el Ordenamiento Territorial, Zona de Planificación 2, [en línea:  
[http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda\\_2.pdf](http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/agenda_2.pdf)].
- Turpo Gebera, O., Aguaded Gómez, I., Barros Bastidas, C. Media and information literacy and teacher training in developing countries: the case of Peru, (2022) Universidad y Sociedad, 14 (2), pp. 321-327.  
[rus.ucf.edu.cu/index.php/rus](http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus)
- Vazquez, E., Castillo, E., & Martínez, F. (2016). El sector turístico y su relevancia económica en Ecuador y los. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 7.