

LAS TICS DENTRO DEL MARCO DE LA ECONOMÍA NARANJA PARA POTENCIALIZAR LA INNOVACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR TURISMO EN HUÁNUCO, PERÚ

Alexander Pasquel Cajas¹

Verónica Cajas Bravo²

Lorenzo Pasquel Loarte³

Resumen:

En el escenario actual de pandemia por el Covid 19, el sector turismo se ha visto afectado por el cierre de fronteras y restricciones de viajes impuestas alrededor del mundo. El estudio busca analizar el impacto de la aplicación de las TICs dentro del marco de la economía naranja, para potencializar la innovación de las Mypes del sector turismo en la región Huánuco. Esta investigación es de tipo básica, nivel descriptivo, diseño no experimental, transeccional, con una muestra de 20 Mypes del sector turismo. Los resultados muestran que un 90% de las Mypes ha experimentado impacto económico producto de la pandemia, han sufrido caídas en sus ventas, un 55% tuvo limitaciones para abastecerse y 40% presentó problemas para abrir. A partir de agosto un 85% de empresas han reanudado sus operaciones, siendo reactivadas en un 90% por medio del uso de las tecnologías. Se concluye que la transformación digital en el turismo cobra relevancia en estos tiempos y se convierte en un proceso estratégico donde la empresa aprovecha las ventajas competitivas a través de las herramientas tecnológicas, desempeñando un papel importante para convertir esta crisis en una nueva oportunidad de desarrollo, generando un despertar de la economía naranja.

Palabras Clave: pandemia, Mypes, TICs y economía naranja

ICTs WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ORANGE ECONOMY TO POTENTIALIZE INNOVATION OF MYPES IN THE TOURISM SECTOR IN THE HUÁNUCO, PERÚ

Abstract:

In the current scenario of a Covid 19 pandemic, the tourism sector has been affected by the closure of borders and travel restrictions imposed around the world. The study seeks

¹ Pontificia Universidad Católica del Perú, apasquel@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0603-0329>

² Universidad Nacional Hermilio Valdizán, veronica.cajas64@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8939-3733>

³ Universidad Nacional Hermilio Valdizán, lpasquel@unheval.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0002-7740-2329>

to analyze the impact of the application of ICTs within the framework of the orange economy, to potentiate the innovation of MSEs in the tourism sector in the Huánuco region. This research is of a basic type, descriptive level, non-experimental design, transectional, with a sample of 20 Mypes from the tourism sector. The results show that 90% of the Mypes have experienced an economic impact as a result of the pandemic, they have suffered drops in their sales, 55% had limitations to supply themselves and 40% had problems opening. As of August, 85% of companies have resumed their operations, 90% being reactivated through the use of technologies. It is concluded that the digital transformation in tourism becomes relevant in these times and becomes a strategic process where the company takes advantage of competitive advantages through technological tools, playing an important role in turning this crisis into a new development opportunity. generating an awakening of the orange economy.

Keywords: pandemic, MSEs, ICTs and orange economy

1. INTRODUCCIÓN

Muchas ciudades a lo largo de la historia, se han visto afectadas por brotes epidémicos, que avanzan a un ritmo muy apresurado dentro y entre las poblaciones llegando a convertirse en pandemias, siendo este último término entendido como una enfermedad que afecta a gran parte de la población y que se extiende a países de los diversos continentes (Martínez, 2016). A nivel mundial, desde inicios de año se escuchó hablar de la COVID-19 por primera vez. Según la Organización de Naciones Unidas (ONU, 2020) esta pandemia ha cobrado la vida de más de un millón de personas y ha infectado a más de 30 millones en 190 países.

Los reportes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2020) a nivel mundial indican que en los pequeños negocios se han reflejado efectos negativos y caídas en sus ingresos, a causa del coronavirus, en países como Estados Unidos (62%), Reino Unido (41%), Canadá (60%) y Alemania (58%). Como señala la OCDE (2020 b), existe el riesgo de que empresas solventes, en particular las PYME, quiebren mientras estén en vigor las medidas de contención.

En América Latina, la pandemia de la enfermedad del COVID-19 ha resultado estresante para las personas, se ha afectado la economía de todo el mundo, y particularmente, a pequeñas y medianas empresas, sobre todo en el sector turismo, que sufren actualmente tiempos de incertidumbre y la reducción de sus ingresos. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) advirtió que la pandemia COVID-19 podría reducir 50 millones de empleos en todo el mundo en la industria de viajes y turismo, tardando al menos 10 meses en recuperarse, contando que el turismo supone el 10% del PIB mundial (La República, 2020).

Esta pandemia por Covid-19 ha afectado al Perú. El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (CCL, 2020) señala que el PBI caería 3,7% para este año producto del COVID-19 fundamentado en la contracción de la demanda interna privada. Las micro y pequeñas empresas (Mypes) ante este nuevo escenario son las más afectadas. El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio han hecho que la demanda de sus productos caiga notoriamente. Las medidas de restricción les impiden contar con la mano de obra necesaria para trabajar con normalidad, lo cual

ocasiona un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufactureros y de servicios.

Según el INEI (2013) en el Perú existe 1 millón 713 mil 272 unidades empresariales, de las cuales de 99,6% son micro, pequeñas y medianas empresas. Las Mypes desempeñan un papel importante en el desarrollo de la economía nacional. De acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno (El Peruano, 2020). Los retos que ha representado esta pandemia, ha tenido sus bases en las lecciones aprendidas de la pandemia de SARS en 2003; no obstante, los parecidos, hay muchas preguntas aun por responder y muchos los efectos causados en varios ámbitos de la esfera social y económica (Valero, et al., 2020).

Específicamente en el sector turismo, el confinamiento ha generado una crisis económica global en economías avanzadas y en desarrollo y redujo drásticamente la llegada de turistas desde todos los mercados emisores hacia el Perú: Chile (-55,3%), EEUU (-67,8%), Ecuador (-59,3%), Bolivia (-46%) y Colombia (-61,1%), entre otros. A nivel de regiones, la llegada de turistas residentes en América del Sur se contrajo 58,4%, desde Norteamérica (-66,4%), Europa (-63,1%), Asia (-63,1%) y Oceanía (-68,6%) en comparación con similar periodo del año anterior; por tanto se estima que al cierre del 2020 la actividad turística disminuirá 42%, al pasar de un flujo de viajes de 48,6 millones a 28,3 millones (Mincetur, 2020).

La pandemia y los avances en materia de digitalización han llevado a muchas empresas en nuestro país a afrontar una serie de nuevos desafíos. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la CAF- Banco de Desarrollo de América Latina y la Unión Europea (UE), señalan que la transformación digital está generando cambios en todo el mundo y que se presenta como una oportunidad para superar los desafíos estructurales, acelerar el desarrollo y lograr un crecimiento incluyente y sostenible en los países (CEPAL, 2020). Los cuatro organismos internacionales destacan cómo las nuevas tecnologías han ayudado a hacer frente a la pandemia conectando a las personas, las empresas, los mercados y las instituciones durante el confinamiento. Pero más allá de esta situación, consideran que pueden contribuir a mejorar la productividad, ayudar a mitigar el cambio climático, fomentar la inclusión y transformar las instituciones públicas.

La reunión anual del Foro Económico Mundial, enfatizó la Cuarta Revolución Industrial como una de las técnicas innovadoras más avanzadas que se verán en la próxima era, ya que combina los espacios físicos, digitales y biológicos (Jayanthi, et al., 2020), estas nuevas formas de hacer las cosas están cambiando todos los sectores económicos y las empresas nivel mundial, tanto las empresas de vieja data como las emergentes. Lo que se está presentando en el mundo, como son los avances tecnológicos, las actuaciones de la humanidad, determinan transformaciones de gran impacto a nivel global, lo que da pie a nuevas formas de hacer las cosas acompañado con el desmesurado desarrollo de las TIC dan como resultado cambios en la industria y la sociedad; asumiendo así nuevos retos.

La economía naranja es un fenómeno que ha venido creciendo durante los últimos años. Las industrias que forman parte de la “Economía Naranja” son aquellas que representan la creatividad, cultura, entretenimiento y propiedad intelectual entre las cuales están la arquitectura, comunicaciones, animación, cine, teatro, gastronomía,

diseño, turismo, entre otros (Gutiérrez, 2018). Esta economía tiene como finalidad buscar la forma de potenciar la economía mediante la cultura y así, darle nuevas oportunidades de innovación y sostenibilidad a las empresas cuya materia prima es la creatividad, esta herramienta ha permitido generar cada vez más empleos y además proteger los bienes y servicios creados por las organizaciones y las personas con los derechos de propiedad intelectual; de esta manera, las libertades creativas se ubican como foco de establecimiento de políticas de desarrollo humano, las cuales se diversifican en las modalidades de literatura, música, bellas artes y demás formas de expresión y práctica cultural de carácter valorativo y significativo en el fomento del bienestar psicológico, social y económico del ser humano (Herrera, et al., 2013).

De esta manera, es claro que no se puede concebir una empresa orientada al éxito creativo sin el apoyo de tecnologías de información y comunicación (TIC) para administrar sus procesos de negocio (Saavedra y Tapia, 2013). El avance tecnológico en el campo informático, computación, y telecomunicaciones, ha introducido en las organizaciones un enfoque diferente para acceder al conocimiento, flexibilidad, interactividad, economía, rapidez, independencia, comunicación y desarrollo (Mujica, 2000). Adicionalmente, el alto crecimiento del turismo a nivel mundial, se ha favorecido, entre otros, por el uso de las TIC (Berné et al., 2011; Clopatofsky, 2013; Jiménez, 2011; Lamsfus et al., 2010; Ramos, 2008; OMT, 2011 y OMT, 2013). Las TIC, constituyen una gran herramienta de gestión empresarial, ayudan favorablemente para el desarrollo creativo y viabilidad de las empresas. Agregan valor a las actividades operacionales y de gestión en general permitiendo a las empresas obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio (De Jesús, 2013). Representan un aporte significativo en los procesos de producción, gestión y gerencia dentro de las organizaciones (Murelaga, 2001).

En este artículo se busca analizar el impacto de la aplicación de las TICs dentro del marco de la economía naranja, para potencializar la innovación de las Mypes del sector turismo en la región Huánuco. El trabajo se estructura del siguiente modo: Un primer apartado de introducción al tema, un segundo apartado en el que abordamos la metodología empleada, en el tercero se realiza un análisis de los resultados en nuestra región y finalmente en el cuarto apartado presentamos las conclusiones.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue básica (Hernández, et al., 2010), ya que se buscó conocer y entender mejor el problema expuesto. Abarcó un nivel descriptivo ya que buscó especificar las propiedades, características y aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis (Gómez, 2006); en este sentido se analizó el impacto de la aplicación de las TICs dentro del marco de la economía naranja, para potencializar la innovación de las Mypes del sector turismo en la región Huánuco.

En cuanto a su diseño, fue un estudio no experimental de tipo transeccional recopilando datos en un solo momento y tiempo único (Tamayo, 2003). No se han manipulado variables, únicamente se ha limitado a la revisión, descripción e interpretación de la información obtenida. La población y muestra estuvo conformada por 20 Mypes del sector turismo en la Región Huánuco, tomadas de la base de datos de la

Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco – 2019 y seleccionadas por muestreo no probabilístico de tipo intencional.

Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario con preguntas tipo escala empleado para medir el impacto de la aplicación de las TICs para potencializar la innovación de las Mypes del sector turismo en la región Huánuco, todo ello dentro del marco de la economía naranja. El instrumento fue validado mediante el juicio de expertos. Su confiabilidad se determinó mediante el Alfa de Cronbach, obteniendo un índice de 0,896, con lo cual fue muy confiable. Los datos fueron procesados a través del software estadístico SPSS versión 20.0

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La crisis sanitaria, ha propiciado una paralización sin precedentes del sector turismo. La magnitud de la caída de la actividad puede reflejarse en la cantidad de vuelos diarios y llegada de pasajeros desde el cierre de las fronteras internacionales a raíz de la declaratoria de emergencia, que han pasado prácticamente a cero. El impacto es abismal; si bien aún no se cuentan con estimaciones de empresas en quiebra y empleos perdidos, se visualiza que la crisis está afectando irreversiblemente a negocios basados en la prestación de servicios turísticos, alquiler de habitaciones a turistas, restaurantes, entre otros.

Es innegable que las TICs juegan un papel importante en este contexto, ya que se han introducido no sólo en la esfera social de las personas, sino también en la vida económica de las naciones. Las micro y pequeñas empresas (MYPES) necesitan alinearse a este crecimiento y los gerentes necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia. Sobre todo en los tiempos actuales, donde el estado de emergencia producto de la pandemia del COVID-19 viene generando grandes retos al sector turismo, el cual ha sido uno de los más afectados por esta crisis sanitaria.

Según el estudio del Banco Mundial y la OCDE, la imposición de bloqueos para reducir la propagación de Covid-19 ha obligado a muchas empresas a cesar sus operaciones. Este estudio encontró que entre marzo a julio de 2020, el 86 % de las pymes dedicadas al sector turismo en la región de Huánuco cerró. Las cifras reflejan que en nuestra región, el flujo de visitantes recibidos al Parque Nacional de Tingo María, entre los meses de enero a junio del año 2019, fue de un total de 45037, entre turistas nacionales (44691) y extranjeros (346), para el año 2020 se observa una disminución significativa de 23657 turistas (23531 turistas nacionales y 126 extranjeros) representando una disminución de -48.3% visitantes. Situación similar se evidenció en el flujo turístico del Complejo Arqueológico de Kotosh en Huánuco, donde en el año 2019 se registró un flujo de 29201 turistas y para el 2020 disminuyó a 15085 (Mincetur, 2020).

Experiencias similares fueron reportadas en Estados Unidos, al conocer la afectación de COVID-19 en las pymes americanas. El 75% de los encuestados reportaron que COVID-19 los está impactando negativamente; el 60% anticipa una reducción de sus ingresos en un 30% en los próximos seis meses; el 3% ya cerró definitivamente y un 43% reportó que han cerrado temporalmente con la expectativa de reabrir. El 34% de las pymes ya iniciaron la reducción de sueldos y de horas de trabajo; el 24% planea despedir y / o

reducir las horas de los empleados asalariados, y el 22% tiene la intención de hacerlo para los contratistas (Maraboto, 2020).

Nuestros resultados muestran que un 90% de las Mypes dedicadas al turismo en la región Huánuco ha experimentado un gran impacto económico producto de la pandemia que aún se mantiene; manifiestan que los primeros meses desde que se inició la emergencia sanitaria, han venido sufriendo caídas en sus ventas, un 55% tuvo limitaciones y dificultades para abastecerse y 40% presentó problemas para abrir. Estos hallazgos coinciden con los reportados en otros países, como en el caso de Chile donde 300 Mypes sufrieron caídas de 81% en sus ventas entre los meses de abril a octubre de 2019 y febrero de 2020 (Libertad y Desarrollo, 2020).

Al analizar el impacto de la aplicación de las TICs para potencializar la innovación de las Mypes del sector turismo en esta región, se obtuvo que a partir de agosto un 85% de empresas del sector turismo han reanudado sus operaciones, siendo reactivadas en un 90% por medio del uso de las tecnologías. En este sentido, puede apreciarse que una manera fácil y rápida de acceder a información relacionada con el turismo es el uso de las TIC. A través del turismo online se puede hacer que los clientes o los turistas puedan tener una buena visión del destino que van a visitar. Ante la crisis sanitaria que aún se mantiene, es una de las fuentes más utilizadas para estar bien informados sobre este sector.

La transformación digital puede desempeñar un papel importante para convertir esta crisis en una nueva oportunidad de desarrollo, generando un despertar de la economía naranja; así lo expresa el 95% de las Mypes de la Región Huánuco, señalando que han considerado el uso de canales digitales para potenciar la innovación de su empresa. Los canales digitales son fundamentales para ayudar a las pequeñas empresas de América Latina a mantenerse a flote y a recuperarse. Experiencias similares han reportado las Mypes colombianas, donde el 54 % de las pequeñas empresas vieron que el 25% o más de sus ventas provenían de canales digitales en los últimos meses, siendo los principales Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp, afirmando estos resultados que las Mypes son uno de los cimientos más importantes de la economía y deben mantenerse motivadas al saber que disponen de herramientas y recursos para apoyar y promover su transformación digital (Luzardo, 2020).

En el mismo orden de ideas, 85% de las Mypes dedicadas al sector turismo en la región Huánuco señalan que, producto de la emergencia sanitaria y ante la necesidad de buscar nuevas estrategias para mantener su actividad económica, han tenido que incrementar sus conocimientos acerca de las TICs, lo cual ha implicado conocer diversas aplicaciones como comercio electrónico y redes sociales (75%), página web (55%), banca electrónica (75%), correo electrónico (60%) y facturación electrónica (85%). Estos resultados confirman que las TICs vienen incursionando y generando grandes transformaciones al turismo, en cuanto a prácticas de negocio y la estructura de la industria (Porter, 2001), inciden en toda la cadena turística, desde el momento en que el posible cliente inicia la búsqueda de información sobre el producto turístico hasta el servicio posventa (Torres & Murrero, 2014).

Otro aspecto importante para dar impulso al uso de las TICs en el marco de la actividad turística dentro de las Mypes, es que éstas cuenten con los equipos necesarios que hagan viable su aplicación. Al respecto, las empresas señalan que cuentan con los siguientes equipos: telefonía fija (95%), computadoras (100%), impresoras (100%),

escáner (85%), web cam (100%) y fax (55%). La revolución digital debería ser la fuerza que impulse el aumento de la productividad, en especial en el caso de las micro y pequeñas empresas que se están quedando rezagadas. Actualmente, se requiere del uso de nuevas herramientas digitales que desencadenen innovaciones en los modelos de negocio y los sistemas de producción, la reorganización de los sectores económicos, nuevas dinámicas en el mundo del trabajo, la oferta de bienes y servicios inteligentes y nuevas condiciones de competitividad. Para sacar provecho de la revolución digital, en el contexto de la economía naranja, son necesarias dimensiones indispensables y complementarias, como un ecosistema digital integral, unido a infraestructuras y competencias digitales generalizadas. En base a esto, Garrido (2003) sostiene, que el factor clave consistirá en determinar la tecnología apropiada, económica y culturalmente, con relación a los recursos disponibles de la empresa.

Desde antes del inicio de la emergencia sanitaria, las MYPES dedicadas a la actividad turística en la ciudad de Huánuco ya contaban con el servicio de internet; no obstante, producto del proceso de activación económica, se ha incrementado su uso para algunas actividades específicas como compras y ventas por este medio (90%), comunicación por medio de e-mail y chats (85%), publicidad (95%), correo electrónico y búsqueda de servicios o productos (75%) y operaciones de banca electrónica (85%). Se prevé que las tecnologías digitales pueden contribuir de manera importante a la recuperación de la región, dando respuesta a sus retos persistentes. Con las políticas adecuadas, las nuevas tecnologías pueden contribuir a la mejora de la calidad del empleo y las competencias, y a la creación de nuevos puestos de trabajo en el mercado formal. Las nuevas herramientas digitales pueden ser una fuente de productividad y mayor competitividad. Será fundamental garantizar la existencia de las condiciones subyacentes adecuadas en cuanto a acceso y uso de Internet, así como competencias básicas y digitales para todos, junto con una estrategia digital clara que esté en consonancia con los planes nacionales de desarrollo (CAF, 2020).

Asimismo, el 100% de las Mypes encuestadas concuerdan en señalar que es indispensable, y esta pandemia lo ha demostrado, el avance digital del sector turístico. Este avance implica el desarrollo de capacidades locales digitales, en particular, en emprendimientos emergentes, al igual que la promoción de recorridos virtuales y contenidos de la oferta local del patrimonio alimentario, del arte local, entre otros. Para el caso del turismo, que en su mayoría son servicios, la aplicación de los fundamentos de la economía naranja, a través de la innovación, es un factor diferenciador del mercado y la adopción de las TIC, ha tenido una alta aceptación en todas las etapas del ciclo turístico. En este sentido, Buhalis (2000) señala que aprovechar las nuevas tecnologías e internet permite a los destinos mejorar su competitividad mediante el aumento de su visibilidad, reduciendo los costos y mejorando la cooperación local.

Los resultados de este estudio revelan que las Mypes dedicadas al sector turismo perciben una fuerte necesidad de intensificar sus esfuerzos para su digitalización (95%); asimismo, necesitan reforzar su resiliencia (90%) lo cual les permitirá soportar futuras crisis. Con todos sus efectos, esta crisis implica que trabajemos nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten no solo por la recuperación de ingresos sino por la confianza a nivel nacional e internacional. En eso reiteramos el valor de repensar la economía naranja para dar valor al turismo sostenible como un pilar más allá de las etiquetas y de reencontrar en los emprendimientos de turismo una alternativa desmasificada y original, donde la creación de lazos sea el verdadero hecho turístico. Si

se gestiona de manera responsable, el turismo puede salir de esta emergencia más fuerte como un sector que continúe creando oportunidades de desarrollo para millones de personas en el Perú y el mundo. Así, quedan sentadas las bases de prospectiva de un futuro desafiante.

En la actualidad, la implementación de la Economía Naranja en diferentes países, ha evidenciado que este tipo de economías muestra una tendencia de crecimiento en el PIB, mostrando de una forma u otra que dicha propuesta ayuda a la reactivación de los diferentes sectores económicos como también el desarrollo regional y sectorial, como se presenta en algunos países latinoamericanos que han mostrado efectos positivos cuando se implementan actividades favorecen la movilidad social, el patrimonio cultural, las artes, la cultura y la innovación (Triana, et al., 2020)

El uso generalizado de estas tecnologías puede contribuir a impulsar la productividad de las Mypes, promover su inclusión social y el desarrollo de la economía. Sin embargo, no se puede dejar de lado que activar la economía a través de las TIC también entraña importantes riesgos, los cuales son mayores en los países en desarrollo. Si no se canaliza adecuadamente, podría dar lugar a una mayor concentración del mercado, aumento de las desigualdades, pérdida de puestos de trabajo y problemas de privacidad y seguridad. El desarrollo no surge automáticamente por impulso de la transformación digital, sino que se necesita adoptar una serie de políticas públicas que han de coordinarse en el marco de las estrategias nacionales de desarrollo. Asimismo, el contexto actual exige hoy más que nunca, que se creen o se refuercen alianzas internacionales que permitan aprovechar los beneficios de la transformación digital.

4. CONCLUSIONES

La nueva enfermedad por coronavirus, COVID-19, está teniendo graves consecuencias para el comercio mundial y las empresas que lo sustentan. A medida que los países afrontan las distintas fases de confinamiento o los períodos de desescalada, se va comprobando que el virus ha afectado especialmente a las medianas y pequeñas empresas (Mypes).

Estamos ante una crisis sin precedentes, aún con incertidumbre sobre los impactos reales sobre nuestra economía. Sin embargo, estamos ante una gran oportunidad para mejorar y reinventar el sector turístico de nuestro país a través del uso de las TICs. Hoy en día las empresas necesitan la digitalización para optimizar sus procesos y llevar su negocio un paso adelante en el mercado. Aún más en momentos tan difíciles como los que ha traído el COVID-19.

El uso adecuado de las nuevas tecnologías puede proporcionar soluciones innovadoras y eficientes para hacer frente a la pandemia y aliviar así las medidas de confinamiento y distanciamiento social al conectar a las personas, las empresas, los mercados y las instituciones. De esta manera, la economía naranja se convierte en una herramienta importante para la difusión y consolidación del turismo, desarrollando en las empresas el talento creativo con fines comerciales.

La economía naranja aporta grandes beneficios al crecimiento y desarrollo económico ya que involucra diversas funciones necesarias diferenciadas para cada sector de la cadena productiva; especialmente en el turismo, permitiendo que los bienes,

servicios y actividades lleguen al público y al mercado, a través de estrategias enfocadas al fomento de la creatividad, la innovación y el fortalecimiento de la cultura y el desarrollo social.

El turismo ha demostrado a lo largo de las últimas décadas una permanente resiliencia; ha experimentado una expansión continua, a pesar de los choques ocasionales, lo que demuestra la fortaleza y resistencia del sector y beneficia a todas las regiones del mundo. Se enfrenta ahora a una nueva realidad posterior a COVID-19 en la que todas las empresas deben asumir nuevas estrategias. No perdamos la oportunidad a pesar de la adversidad que nos ha tocado vivir y esperemos que, una vez superada la pandemia, las Mypes retomen su dinamismo y el lugar preponderante que ocupan en nuestro desarrollo económico.

BIBLIOGRAFÍA

- Berné, C.; García, M.; García, M.E.; Múgica, J.M. (2011). La influencia de las TIC en la estructura del sistema de distribución turístico. *Cuadernos de Turismo*, 28, 9-22.
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- CAF (2020). *El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19*. En: https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/El_estado_de_la_digitalizacion_de_America_Latina_frente_a_la_pandemia_del_COVID-19.pdf?sequence=1.
- Cámara de comercio Lima -CCL (13 de abril del 2020). *Propuestas contra el covid-19. La cámara. Recuperado de: https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion922/la_camara%20922_final.pdf*
- Centro de Comercio Internacional-ITC (2020). *SME Competitiveness Outlook - COVID-19: The Great Lockdown and its Impact on Small Business* (Perspectivas de competitividad de las pymes 2020: el gran confinamiento y su impacto en las pequeñas empresas) En: <http://www.intracen.org/publication/smeco2020/>
- CEPAL (2020). *Perspectivas Económicas de América Latina 2020: transformación digital para una mejor reconstrucción*. En: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46029/3/LEO_2020perspectivas_es.pdf
- Clopatofsky, J. (2013). *Trancones aéreos, reto para los próximos 20 años. El tiempo*. Bogotá D.C., 7 de agosto de 2015. Disponible en: [http:// goo.gl/tUIZ0h](http://goo.gl/tUIZ0h)

Journal of Tourism and Heritage Research (2021), vol.4, nº 2, pp. 113-124, Pasquel, A.; Cajas, V. & Pasquel, L. "Icts within the framework of the orange economy to potentialize innovation of mypes in the tourism sector in the Huánuco, Perú"

- De Jesús, J. (2013). *Las TICs y la Gestión empresarial. Programa Master Executive en Gestión de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información* (On Line) En: <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>
- El Peruano (28 de abril del 2020). *Apuntalando a las mypes*. En: <https://elperuano.pe/noticia-apuntalando-a-mypes-95072.aspx?fbclid=IwAR2JO6ER6eMZtpNP5zpmPkSQcv7CHVSZwgx4yWBzPmN24yLpzR-mE49PUEE>
- Garrido, S. (2003). *Dirección estratégica*. Madrid: McGraw-Hill.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: brujas.
- Gutiérrez, D.P. (2018) *Economía naranja y oportunidades de negocio*. Bogotá. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Herrera, E., Bonilla, H. y Molina, L. (2013). Ciudades creativas ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora Urbano-Territorial*, 22(1), 11-20.
- Jayanthi, P., Iyyanki, M., Mothkuri, A. y Vadakattu, P. (2020). *Cuarta revolución industrial: un impacto en la industria de la salud*. En T. Ahram (Ed.), *Advances in Artificial Intelligence, Software and Systems Engineering - Proceedings of the AHFE International Conference on Human Factors in Artificial Intelligence and Social Computing, the AHFE International Conference on Human Factors, Software, Service and Systems Engineering, y la Conferencia Internacional AHFE de Factores Humanos en Energía, 2019* (págs. 58-69). (Avances en Computación y Sistemas Inteligentes; Vol. 965). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20454-9_6
- Jiménez, R. (2011). *Libro blanco de los viajes sociales: Cómo internet y el protagonismo de los viajeros ha revolucionado el sector turístico*, 6 febrero de 2014. Disponible en: <http://www.minube.com/libroblanco>
- Lamsfus, C.; Grün, C.; Alzua, A. y Werthner, H. (2010). Context-based Matchmaking to enhance Tourist's Experiences. Monograph: Information Technology in the Tourism Industry. *Upgrade*, . XI(2), 14-21.
- La República (13 de marzo de 2020). *Covid-19 podría destruir 50 millones de empleos en turismo según World Travel & Tourism Council*. En: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/covid-19-podria-destruir-50-millones-de-empleos-en-turismo-segun-world-travel-tourism-council-2977288>
- Libertad y Desarrollo (2020) 18-0 y COVID 19: efectos de una crisis sobre otra en las PYMES. *Temas Públicos* N° 1447 - 2 15 de mayo de 2020 ISSN 0717-1528. En: www.lyd.org
- Luzardo, A. (2020). *¿Qué necesita la Economía Naranja en medio de la crisis del Covid-19?* En: <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/economia-naranja-en-la-crisis-del-covid-19/>

Journal of Tourism and Heritage Research (2021), vol.4, nº 2, pp. 113-124, Pasquel, A.; Cajas, V. & Pasquel, L. "Icts within the framework of the orange economy to potentialize innovation of mypes in the tourism sector in the Huánuco, Perú"

Martínez H. J. (2016). *Pandemias y bioamenazas globales del siglo XXI*. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari42-2016-martinezhernandez-pandemiasbioamenazas-globales-siglo-21

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Mincetur (2020). *Perú: impacto del Covid-19 en el sector turismo al primer semestre de 2020* [Informe]. En: <https://www.turiweb.pe/peru-impacto-del-covid-19-en-el-sector-turismo-al-primer-semestre-de-2020-informe/>

Maraboto, M. (2020). *El efecto COVID-19 en las pymes*. En: <https://expansion.mx/opinion/2020/06/12/el-efecto-covid-19-en-las-pymes>

Mujica, M. (2000). *Nuevas estrategias para gerenciar*. Una visión epistemológica. UNESR, 61-76

Murelaga, J. (2001). La Radio frente a la Revolución Digital. *Revista de Periodismo Digital*. Año 1. No. 1. Disponible en: www.coranto.net.

Organización de Naciones Unidas (25 de octubre de 2020). *Informe de políticas sobre Covid-19 y la cobertura sanitaria universal*. En: <https://www.un.org/es/coronavirus/articles/scale-investment-universal-health-coverage-and-stronger-health-systems>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2020a). *Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity*, Tackling Coronavirus Series, https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=126_126496-evgsi2gmj&title=Evaluating_the_initial_impact_of_COVID-19_containment_measures_on_economic_activity (accessed on 1 July 2020)

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2020b). *OECD Economic Outlook, Interim Report March 2020*, OECD Publishing, Paris, <https://dx.doi.org/10.1787/7969896b-en>.

OMT (2013). *El turismo internacional mantendrá un crecimiento fuerte en 2013*. 4 de febrero de 2013. Disponible en: <http://goo.gl/BeFILi>

OMT (2011). *Panorama OMT del turismo internacional*. Edición 2011. Organización Mundial del Turismo, 20 de abril de 2013. Disponible en: <http://goo.gl/N8Aw8u>

Porter, M. E. (2001). *Strategy and the Internet*. Harvard Business Review, 1–20. Retrieved from http://web.uncg.edu/bae/lsiyer/ec_common/articles/strategy_and_internet_porter.pdf

Ramos, D. (2008). *¿Quién viaja en avión? Una aproximación a la caracterización de los usuarios europeos del transporte aéreo según su nivel de renta*. X coloquio internacional de Geocrítica, 28 de febrero de 2015. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/102.htm>

Saavedra, M. y Tapia, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. *Enlace Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10 (1), 85-104

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica. Cuarta edición*. México. Editorial Limusa SA. de CV.

Torres, P. & Merrero, M. (2014). Algunas Consideraciones Sobre La Medición de La Competitividad De Destinos Turísticos. *Retos Turísticos*, 2(2). Retrieved from <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/60>

Triana, L., Triana, J., Díaz, J. y Nauzán, V. (2020). Economía naranja, una aproximación a la cultura y el turismo en Colombia desde la teoría de juegos. *Graduate School of Business*, N° 21. Julio de 2020, p.25-46. En: https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr21/PBR_21_02.pdf

Valero, N., Vélez, M., Duran, A y Torres, M. (2020). Afrontamiento del COVID-19: estrés, miedo, ansiedad y depresión. *Enferm Inv.* 2020;5 (3):63-70. <http://913-110-2157-1-10-20200706.pdf>