



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO
EN LA ISLA SANTAY POST COVID-19

AUTOR:

LUIS ENRIQUE SUÁREZ CHAGLIA

TUTORA DE TESIS:

ECON. JUDITH GENOVEVA QUELAL MORA

GUAYAQUIL, OCTUBRE 2020



ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:		“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA SANTAY POST COVID-19”	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):		SUÁREZ CHAGLIA LUIS ENRIQUE	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):		EC. QUELAL MORA JUDITH GENOVEVA (TUTORA) ING. JORGE MONTECEL SHIGUANGO, MBA (REVISOR)	
INSTITUCIÓN:		UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:		FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:		INGENIERÍA COMERCIAL DV	
GRADO OBTENIDO:		INGENIERO COMERCIAL	
FECHA DE PUBLICACIÓN:		OCTUBRE 2020	No. DE PÁGINAS: 112
ÁREAS TEMÁTICAS:		PLAN ESTRATÉGICO	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:		TURISMO, ECONOMÍA, DESARROLLO ECOLÓGICO, EPIDEMIA, ESTRATEGIA DE DESARROLLO	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Este trabajo se ha realizado para establecer las estrategias adecuadas que permitan a los emprendimientos actuales prosperar, de artesanías, restauración, alquiler de yates, esto para que la isla Santay se pueda mantener, resolviendo previamente la problemática que radica en aumentar el emprendimiento. Esto podría contribuir a disminuir los efectos negativos en el ámbito económicos generados por el COVID-19 y se propone el proceso de planificación estratégica, para determinar la dirección que se debería llevar. Para darle solución al problema se ha empleado la metodología de tipo mixto; es decir, se emplearán herramientas cualitativas y cuantitativas, que se refiere a un análisis numérico de la información, en la cual se emplean herramientas como la encuesta bajo una prueba piloto y una entrevista. Todo con la finalidad de mejorar la actividad turística en la isla Santay, única, una vez que se autorice nuevamente poder visitarla, por medio de la implementación de nuevas estrategias en el sector que incentiven el emprendimiento y mejoren su economía, ya que los habitantes de este sector perciben un abandono por parte de las autoridades gubernamentales y a su vez el nivel de ingresos se ha visto limitado debido a la pandemia COVID-19 que está atravesando el mundo.			
ADJUNTO PDF:		SI (X)	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:		Teléfono: 042-477561 0987237087	E-mail: luis.suarezch@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:		Nombre: Ab. Elizabeth coronel Castillo	
		Teléfono: (04) 2848487 Ext-123	
		E-mail: fca.secretariageneral@ug.edu.ec	



Universidad de Guayaquil

**ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

Yo, **Luis Enrique Suárez Chaglia**, con C.I. No.0930606207, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA SANTAY POST COVID-19”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

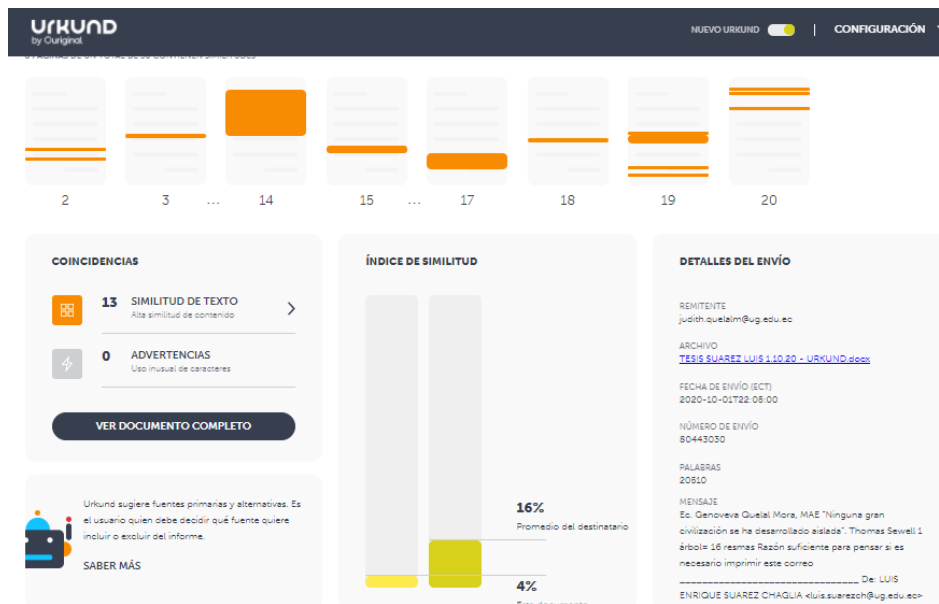
LUIS ENRIQUE SUAREZ CHAGLIA

C.I.No. 0930606207

ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Econ. Quelal Mora Judith Genoveva**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Luis Enrique Suárez Chaglia**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniero Comercial**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA SANTAY POST-COVID-19”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio **URKUND** quedando el 4 % de coincidencia.



<https://secure.urkund.com/view/76965250-861223-621552#/>



Econ. Quelal Mora Judith Genoveva
C.I. 0919127324
FECHA:



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 3 de octubre de 2020

Economista:

Jorge Chabusa Vargas, MgS

DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación (título) **PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA SANTAY POST COVID-19** del estudiante **SUAREZ CHAGLIA LIUIS ENRIQUE**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Eco. Quelal Mora Judith Genoveva.

C.I. 0919127324

FECHA: 03 DE OCTUBRE 2020



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 15 de Octubre de 2020

Economista:

Jorge Chabusa Vargas, MgS

DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **Plan Estratégico para mejorar el emprendimiento en la Isla Santay post-covid19** del estudiante **Luis Enrique Suárez Chaglia**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 11 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. 092335399-9

FECHA: 15/10/2020

DEDICATORIA

Al creador de los cielos y la tierra, al ser más importantes en la vida del hombre, aquel que otorga de sabiduría e inteligencia humana, ¡Ah ti Oh DIOS! te dedico esta tesis.

A mis padres que por su confianza y amor incondicional, su enseñanza, consejos me han permitido luchar tenazmente para alcanzar mi sueño.

En especial a mi madre y abuelo que desde el cielo son mi guía y mi fortaleza.

A mi esposa y mi hija que son parte fundamental para llenarme de fuerza y culminar esta etapa de mi vida.

A toda mi familia en general que me ha brindado su apoyo incondicional, gracias de todo corazón a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la fuerza y la sabiduría necesaria para poder llevar a cabo este trabajo de investigación.

A mis padres Enrique Suárez Montero y María Beatriz Chaglia porque gracias a ellos y a su apoyo incondicional estoy cumpliendo una de mis metas planteadas, por sus consejos y apoyo incondicional para terminar mi carrera. A mis hermanos que han sido de soporte fundamental

A mi esposa y mi hija que con su apoyo en los momentos difíciles han sido mi fortaleza y ahora mis sacrificios diarios se ven reflejado en este proyecto.

Por último, pero sin ser menos importante agradezco a la Economista. Queral Mora Judith Genoveva por compartirme sus conocimientos y guiarme en esta última etapa de mi carrera.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA
SANTAY POST COVID-19”**

Autor: Luis Enrique Suárez Chaglia
Tutora: Econ. Quelal Mora Judith Genoveva

RESUMEN

Este trabajo se ha realizado para establecer las estrategias adecuadas que permitan a los emprendimientos actuales prosperar, de artesanías, restauración, alquiler de yates, esto para que la isla Santay se pueda mantener, resolviendo previamente la problemática que radica en aumentar el emprendimiento. Esto podría contribuir a disminuir los efectos negativos en el ámbito económicos generados por el COVID-19 y se propone el proceso de planificación estratégica, para determinar la dirección que se debería llevar. Para darle solución al problema se ha empleado la metodología de tipo mixto; es decir, se emplearán herramientas cualitativas y cuantitativas, que se refiere a un análisis numérico de la información, en la cual se emplean herramientas como la encuesta bajo una prueba piloto y una entrevista. Todo con la finalidad de mejorar la actividad turística en la isla Santay, única, una vez que se autorice nuevamente poder visitarla, por medio de la implementación de nuevas estrategias en el sector que incentiven el emprendimiento y mejoren su economía, ya que los habitantes de este sector perciben un abandono por parte de las autoridades gubernamentales y a su vez el nivel de ingresos se ha visto limitado debido a la pandemia COVID-19 que está atravesando el mundo.

Palabras claves: Turismo – Economía – Desarrollo ecológico – Epidemia – Estrategia de Desarrollo



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“STRATEGIC PLAN TO IMPROVE ENTREPRENEURSHIP ON SANTAY
ISLAND POST COVID-19”**

Autor: Luis Enrique Suárez Chaglia
Tutor: Econ. Quelal Mora Judith Genoveva

ABSTRACT

This work has been carried out to establish the appropriate strategies that allow current enterprises to prosper, of crafts, restoration, yacht rental, this so that Santay Island can be maintained, previously solving the problems that lies in increasing the enterprise. This could contribute to reducing the negative effects in the economic field generated by COVID-19 and the strategic planning is proposed, to determine the direction that should be take. To solve the problem, the mixed-type methodology has been used; that is, qualitative and quantitative tools will be used, which refers to a numerical analysis of the information, in which tools such as the survey under a pilot test and an interview are used. All with the purpose of improving tourist activity on Santay Island, unique, once it is authorized again to visit it, through the implementation of new strategies in the sector that encourage entrepreneurship and improve its economy, since the inhabitants of This sector perceives abandonment by government authorities and in turn the level of income has been limited due to the COVID-19 pandemic that is going through the world.

Keywords: Tourism - Economy - Ecological development - Epidemic - Strategy

Developing

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
TABLA DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
Anexos.....	xv
Introducción.....	1
Capítulo 1	2
El problema	2
1.1 Antecedente del problema.....	2
1.2 Planteamiento del problema	5
1.3 Sistematización del problema.....	6
1.3.1 Planteamiento de hipótesis de investigación	6
1.3.2 Objetivo general	6
1.3.3 Objetivos específicos.....	6

1.3.4	Justificación de la investigación	7
1.3.5	Viabilidad del estudio	8
Capítulo 2		10
Marco teórico.....		10
2.1	Antecedentes teóricos.....	10
2.1.1	Afectaciones COVID-19	10
2.1.2	El significado del emprendimiento.....	10
2.1.3	Características del emprendedor exitoso	14
2.1.4	Proceso de emprendimiento.....	16
2.1.5	Plan estratégico.....	22
2.1.6	Análisis FODA	25
2.1.7	Análisis PEST.....	27
2.1.8	Plan de marketing	35
2.2	Marco contextual.....	37
2.2.1	Breve reseña histórica de la isla Santay.....	37
2.2.2	Geografía de la isla Santay	38
2.2.3	¿Cómo llegar a la isla Santay?.....	39

2.2.4	Principales atractivos turísticos de la isla Santay	39
2.2.5	Gastronomía en la Isla	41
2.2.6	Actividades permitidas	41
2.2.7	Ubicación de la isla Santay.....	42
2.2.8	Evolución y crecimiento de la isla Santay.....	42
2.3	Marco legal.....	47
2.3.1	Constitución de la República del Ecuador.....	47
2.3.2	Reconocimiento de isla Santay como Área Protegida dentro del SNAP	
	Acuerdo Ministerial No. 21 del 20 de febrero de 2010	49
2.3.3	Declaración RAMSAR – isla Santay.....	49
2.3.4	Declaración de emergencia sanitaria Ecuador marzo 2020	52
2.3.5	Declaración de emergencia Ecuador junio 2020	52
2.3.6	Resoluciones de COE nacional 21 de agosto 2020	53
	CAPÍTULO 3	55
	Metodología.....	55
3.1	Diseño.....	55
3.2	Enfoque	55
3.3	Alcance.....	56

3.4	Tipos de investigación.....	56
3.4.1	De campo.....	56
3.4.2	Documental.....	56
3.4.3	Exploratoria	57
3.4.4	Descriptiva.....	57
3.5	Población.....	58
3.6	Muestra.....	58
3.6.1	<i>Instrumento de recopilación de información:</i>	58
Capítulo IV		62
4	Resultados.....	62
4.1	Análisis de entrevista	62
4.2	Análisis de la encuesta	68
4.3	Propuesta	84
4.3.1	Introducción.....	84
4.3.2	Objetivo	84
4.3.3	Objetivo específico.....	85
4.3.4	Justificación.....	85

4.3.5	Diseño del plan estratégico mediante análisis interno y externo de la isla Santay año 2020 mediante FODA Y PEST	85
4.3.6	Estrategias – Marketing – Emprendimiento	90
4.3.7	Viabilidad de la propuesta	92
	Conclusiones.....	93
	Recomendaciones.....	95
	BIBLIOGRAFÍA.....	96
	ANEXOS.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Nivel de ingresos en dólares vs. Nivel de gasto en salida a la isla Santay	27
Tabla 2	Nivel de visitas isla Santay.....	28
Tabla 3	Reporte de visitas isla Santay	28
Tabla 4	Entrevista a realizar	59
Tabla 5	Resultados pregunta 1	68
Tabla 6	Resultados pregunta 2	69
Tabla 7	Resultados pregunta 3	70
Tabla 8	Resultados pregunta 4	71

Tabla 9 Resultados pregunta 5	72
Tabla 10 Resultados pregunta 6	73
Tabla 11 <i>Resultados pregunta 7</i>	74
Tabla 12 Resultados pregunta 8	75
Tabla 13 Resultados pregunta 9	76
Tabla 14 Resultados pregunta 10	77
Tabla 15 Resultados pregunta 11	78
Tabla 16 Resultados pregunta 12	79
Tabla 17 Resultados pregunta 13	80
Tabla 18 Resultados pregunta 14	81
Tabla 19 Resultados pregunta 15	82
Tabla 20 Resultados pregunta 16	83
Tabla 21 <i>Análisis FODA de la isla Santay</i>	85
Tabla 22 Análisis PEST	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Elementos del análisis FODA	26
Figura 2. Árbol del problema	33
Figura 3. Ishikawa	34
<i>Figura 4. Flora y Fauna en la isla Santay.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 6 Platos Típicos en la isla Santay</i>	<i>41</i>
<i>Figura 5 Gastronomía en la isla Santay</i>	<i>41</i>
<i>Figura 7 Ubicación de la isla Santay</i>	<i>42</i>
<i>Figura 8 Remodelación de espacios.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 9 Espacios antes de remodelación</i>	<i>43</i>
<i>Figura 10 Espacios antes de remodelación 2</i>	<i>44</i>
<i>Figura 11 Espacios antes de remodelación 3</i>	<i>44</i>
<i>Figura 12 Espacios antes de remodelación 4</i>	<i>45</i>
<i>Figura 13 Espacios remodelados 1</i>	<i>45</i>
<i>Figura 14 Espacios remodelados 2</i>	<i>46</i>
<i>Figura 15 Espacios remodelados 3</i>	<i>46</i>
<i>Figura 16 Muelle remodelado isla Santay</i>	<i>47</i>

<i>Figura 17. Resultados pregunta 1</i>	<i>68</i>
<i>Figura 18. Resultados pregunta 2</i>	<i>69</i>
<i>Figura 19. Resultados pregunta 3</i>	<i>70</i>
<i>Figura 20. Resultados pregunta 4</i>	<i>71</i>
<i>Figura 21. Resultados pregunta 5</i>	<i>72</i>
<i>Figura 22. Resultados pregunta 6</i>	<i>73</i>
<i>Figura 23. Resultados pregunta 7</i>	<i>74</i>
<i>Figura 24. Resultados pregunta 8</i>	<i>75</i>
<i>Figura 25. Resultados pregunta 9</i>	<i>76</i>
<i>Figura 26. Resultados pregunta 10</i>	<i>77</i>
<i>Figura 27. Resultados pregunta 11</i>	<i>78</i>
<i>Figura 28. Resultados pregunta 12</i>	<i>79</i>
<i>Figura 29. Resultados pregunta 13</i>	<i>80</i>
<i>Figura 30. Resultados pregunta 14</i>	<i>81</i>
<i>Figura 31. Resultados pregunta 15</i>	<i>82</i>
<i>Figura 32. Resultados pregunta 16</i>	<i>83</i>

Anexos

Anexo 1. Declaración de la isla Santay como Área Protegida.....	106
Anexo 2. Evidencia de entrevistas al Biólogo Andrés Morán Cedeño, Administrador de áreas protegida y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay.	109
Anexo 3. Preguntas de encuesta.....	111

Introducción

El siguiente trabajo tiene por objetivo principal desarrollar un Plan estratégico para mejorar el emprendimiento en la isla Santay post COVID-19; como hipótesis central se plantea comprobar si el diseño de un plan estratégico para aumentar el emprendimiento en la isla Santay contribuye a disminuir los efectos económicos y sociales generados por el COVID-19. La metodología de investigación se desarrolló a través de una investigación de campo, documental, exploratoria con un enfoque descriptivo. Se reunió toda la información del lugar de estudio, se analizó el FODA de la isla Santay y se realizó un análisis PEST, que permitió conocer el entorno de la isla. Se llevó a cabo una encuesta como plan piloto realizada a 30 personas habitantes de la isla Santay y una entrevista al Biólogo Andrés Morán Cedeño, Administrador de áreas protegida y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay con la finalidad de conocer sus opiniones y expectativas respecto al mencionado lugar turístico. Se consultaron documentos legales que permitieron conocer un poco más acerca de las decisiones gubernamentales con respecto a las áreas protegidas en el Ecuador, incluyendo la isla Santay.

Se realiza la investigación con la finalidad de brindar una alternativa al crecimiento de la isla Santay, como lugar turístico de gran importancia en la región y el país. Las consecuencias del COVID-19 han generado situaciones negativas en muchos sectores económicos incluyendo el turístico, por tanto, esta investigación ofrece una propuesta valiosa para ser aplicada por la Isla. La investigación se justifica porque brinda información actualizada y suma conocimiento para futuras investigaciones relacionadas. La investigación se divide en cuatro capítulos, que presentan en forma ordenada el problema, el marco teórico, la metodología y los análisis de resultado.

Capítulo 1

El problema

1.1 Antecedente del problema

Es un hecho innegable que la creación de nuevas empresas contribuya a la prosperidad de una sociedad. Esto significa que ayuda al crecimiento económico de un país y a la vez permite que las personas aprovechen las oportunidades que se presentan para crear algo único e innovador. Sin embargo, según Cuadrado (2018) al crear un emprendimiento, se debe tener en cuenta que existen diversos factores que pueden afectar su éxito. Además, se considera que, para conseguir éxito con una nueva empresa, se requieren características empresariales específicas. Como el entorno empresarial, el cual cada vez es más competitivo, estos factores tienden a cambiar, motivo por el cual estas características deben adaptarse a la nueva realidad.

Al mismo tiempo, durante las últimas décadas, se han establecido numerosos programas y políticas para ayudar a las familias de bajos ingresos. Algunos de estos esfuerzos, especialmente aquellos dirigidos a los muy pobres, tienen mejoras sustanciales en la vida de aquellos a quienes han tocado. Sin embargo, la mayoría de estos esfuerzos para ayudar a este grupo de personas han tenido poco impacto más allá de la provisión de necesidades básicas, como alimentos, ropa y refugio. Los defensores lo han reconocido y, cada vez más, se están haciendo esfuerzos para generar mejoras más sostenibles en el bienestar financiero de las personas ayudándoles a crear y mantener la riqueza (Pico, Trujillo, Cortina, & Rodríguez, 2017). Ejemplos de estos esfuerzos incluyen programas de propiedad de vivienda y cuentas de desarrollo individual. Otra forma importante de crear riqueza es a través del emprendimiento.

Dentro de los programas establecidos se encuentra el proyecto de investigación internacional GEM Global Entrepreneurship Monitor, 2019-2020 el cual se encarga de mapear la actividad emprendedora mostrando las características, actitudes y actividades del emprendimiento en sus diferentes fases, con el objetivo de ofrecer información útil para que los interesados tengan un conocimiento claro de la actividad y desarrollen sus habilidades dentro de un sólido ecosistema emprendedor. De acuerdo con el reporte de este programa, la actividad emprendedora ha aumentado durante el período 2010-2019, la TEA – Actividad Emprendedora Temprana ha tenido niveles superiores al 20%; es decir, la proporción de nuevos emprendedores ha aumentado en el año. (ESPAE, 2019).

Ecuador ha sido catalogado como un país emprendedor debido a sus altos niveles de superación, a pesar de ello con la presente situación de la pandemia por COVID-19 el sector ha sido revolucionado completamente con la paralización de la economía obligando a cerrar negocios y reduciendo empleos, impactando negativamente en el emprendimiento aun cuando antes de esta, trajo oportunidades para algunos emprendedores formales e informales motivo por el cual se toman los resultados del 2019 como informe base para evaluar los efectos de la pandemia en la acción emprendedora.

Aunque no existe una definición de consenso, la mayoría estaría de acuerdo en que un emprendedor es aquel que inicia un negocio y acepta (la mayor parte) del riesgo asociado con la posesión de ese negocio. Algunos creen que uno debe llevar un producto o servicio innovador al mercado para ser considerado un emprendedor, pero otros considerarían que cualquier persona que trabaja por cuenta propia es un emprendedor. La evidencia sugiere que el emprendimiento es una alternativa viable al desempleo para muchas personas con bajos recursos o comunidades aisladas.

El emprendimiento puede generar un doble dividendo en estas comunidades. Por lo que es esencial investigar los diversos factores que se supone que afectan el proceso de creación de empresas como los rasgos de personalidad del emprendedor, las características de los productos, las estrategias que implementan las nuevas empresas, el impacto del medio ambiente, las características especiales de cada empresa (basada en la muestra del estudio), el proceso de incubación y demás, que afectan el desempeño de una nueva empresa, porque "el éxito de la nueva empresa no está influenciado únicamente por un solo tipo de factor", sino por una variedad de factores.

Uno de los factores más importantes que afectan el éxito de una nueva empresa es el papel destacado del emprendedor. Aunque no existe un consenso por parte de académicos anteriores, si el empresario desempeña un papel crítico en el desarrollo de una nueva empresa, se puede asegurar que existe un fuerte efecto positivo para el éxito de la empresa. Específicamente, los rasgos de personalidad del emprendedor, como la toma de decisiones y la capacidad de resolución de problemas lo hacen capaz de superar obstáculos y ser flexible.

Otro factor que juega un papel destacado para el éxito o el fracaso de una nueva empresa es el entorno externo / macro. Algunas oportunidades existentes se derivan de la crisis económica, que hace que los emprendedores piensen de una manera más innovadora y diferente para crear algo único con respecto a las necesidades de los clientes, el mercado global que ofrece oportunidades a nuevas empresas para expandir sus negocios y el campo de la tecnología. Con respecto a las amenazas, las nuevas empresas deben hacer frente a las condiciones económicas no favorables, la falta de financiación e inversiones, la fuerte competencia tanto en el escenario global como local y los constantes cambios de tecnología.

1.2 Planteamiento del problema

Ubicada a 800 metros del borde fluvial de Guayaquil se encuentra la isla Santay, considerada como pulmón de la perla del Pacífico. Este sitio se ha convertido en un importante sector turístico puesto que cuenta con una gran diversidad de especies de flora y fauna. Este sector tuvo sus inicios con un espacio desordenado y poco atendido por las autoridades. Sus habitantes inicialmente ocupaban casas de caña en los cuales existían escasez de servicios básicos; sin embargo, la isla fue sometida a una transformación y en palabras de uno de sus habitantes, la vida de aquellos ha sufrido un cambio total.

El 12 de octubre del 2017 una embarcación que navegaba por el río Guayas impactó al punto que une la isla con el sector continental provocando su caída y de esta manera perjudicando el comercio. Afectando principalmente el flujo de turistas, puesto que no contaban con el medio para llegar a la isla. Por otro lado, el transporte fluvial no tiene un orden formal, por lo que esto dificulta las actividades de la población en la adquisición de suministros que le permitan cubrir sus necesidades y los requerimientos de los visitantes.

Por otro lado, la isla se enfrenta a problemas de seguridad, medio ambiente y al deterioro de sus instalaciones. La caminera que conecta la isla Santay con Guayaquil ha presentado serios desgastes que dificultan el paso hacia la isla. Se tiene la presencia alrededor de 80 huecos de diversos tamaños en el sendero, por lo que dificulta la circulación de los visitantes y limita el uso de las bicicletas, que es un atractivo y una fuente de ingresos para los residentes (El Universo, 2019).

Finalmente, de acuerdo con Freire (2018) los habitantes de este sector perciben un abandono por parte de las autoridades gubernamentales, por lo que no se han presentado programas de emprendimiento para impulsar el crecimiento económico de los habitantes de la isla, limitando

los ingresos que perciben los habitantes e incidiendo directamente en el flujo de efectivo de los mismos. Este factor ha aumentado por la pandemia generada por el COVID-19, puesto que se ha reducido la actividad comercial, aumentado el índice de desempleo y disminuido el estilo de vida de sus habitantes.

1.3 Sistematización del problema

¿De qué manera el diseño de un plan estratégico incide en la mejora del emprendimiento en la isla Santay POST- COVID-19?

1.3.1 Planteamiento de hipótesis de investigación

El diseño de un plan estratégico para aumentar el emprendimiento en la isla Santay contribuye a disminuir los efectos económicos y sociales generados por el COVID-19

1.3.2 Objetivo general

Desarrollar un plan estratégico para la mejora del emprendimiento en la isla Santay POST COVID-19.

1.3.3 Objetivos específicos

- Evaluar la situación actual de los factores del entorno que influye en el flujo turístico en la isla Santay POST COVID-19.
- Comprobar las teorías referentes al diseño de un plan estratégico y bases teóricas del emprendimiento.
- Realizar una evaluación del nivel de emprendimiento en los habitantes de la isla Santay con el fin de identificar las principales áreas de trabajo y las oportunidades de innovar.

- Definir estrategias que permitan incentivar el emprendimiento en los habitantes de la isla Santay.

1.3.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica: El presente trabajo se realiza porque es necesario establecer las estrategias adecuadas que permitan al negocio prosperar, esto para que la empresa se mantenga. El propósito de la planificación estratégica es establecer objetivos generales para el negocio y desarrollar un plan estratégico para alcanzarlos. Implica preguntarse a dónde se dirige el negocio y cuáles deberían ser las prioridades. Por qué la planificación estratégica es más importante para las empresas en crecimiento. Tomar la decisión activamente de hacer crecer un negocio significa aceptar los riesgos que conlleva el crecimiento. Dedicar tiempo a identificar exactamente dónde se lleva el negocio, y cómo llegará allí.

El proceso de planificación estratégica se trata de determinar la dirección en la que desea llevar el negocio. Implica establecer objetivos generales. Por el contrario, el propósito del plan de negocios es proporcionar la hoja de ruta detallada que lo llevará en la dirección deseada. Esta teoría será abordada en la investigación a desarrollar para realizar el respectivo análisis de las prácticas relacionadas con la planificación estratégica dentro de la isla Santay.

Justificación práctica: Investigar sobre los beneficios de un plan estratégico en la mejora de los emprendimientos contribuirá a reducir los efectos económicos y sociales que se generaron por la pandemia del COVID-19. Adicionalmente con la aplicación del presente proyecto se obtendrá como resultado el otorgar una solución efectiva con la aplicación de métodos adecuados para mejorar la actividad emprendedora de la isla Santay. El presente trabajo de investigación permitirá incentivar e incrementar la actividad emprendedora del sector

comprendido en la isla Santay consiguiendo que el nivel económico también aumente y al mismo tiempo mejore la calidad de vida de los habitantes.

Justificación metodológica: para el adecuado desarrollo del estudio se plantea una investigación de diseño no experimental, con enfoque mixto, es decir, se emplearán aspectos cualitativos y cuantitativos para el levantamiento y procesamiento de la información, ya que la implementación de estrategias es necesaria para fomentar el incremento del turismo en la isla Santay y con la metodología adecuada se plantearán teorías o hipótesis que serán probadas con el objetivo de mejorar la actividad turística en el sector. Además de emplear tipos de técnicas e investigación de soporte como la de campo, descriptiva y documental que aportarán una guía metodológica para el desarrollo de la investigación, para el presente caso la técnica de investigación a aplicar para recolectar información es la encuesta.

Adicionalmente, con lo propuesto por el autor se pondrá en práctica los conocimientos adquiridos durante su preparación profesional, consiguiendo el máximo objetivo de su misión académica, siendo el título de tercer nivel como Ingeniero Comercial

1.3.5 Viabilidad del estudio

El presente proyecto de investigación propone la factibilidad de desarrollar la actividad emprendedora en la isla Santay POST COVID-19 para lograr que la economía del sector incremente por medio de incentivar el turismo. La factibilidad se centra en que la actividad emprendedora de este sector demuestra que puede mantenerse y continuar a pesar de la situación por la pandemia, ya que los turistas se encuentran interesados en visitar la isla.

El proyecto será factible ya que se cuenta con los recursos financieros, humanos y materiales necesarios para llevar a cabo la investigación; además de tener acceso ilimitado a la

fuentes de estudio, evidenciando que es una alternativa favorable para el sector porque ayudará a aumentar los ingresos económicos.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1 Antecedentes teóricos

2.1.1 Afectaciones COVID-19

Con la pandemia, las principales afectaciones que se han presentado en el sector económico han sido cuantiosas, resaltando que durante los 76 días de confinamiento se consiguió tener una gran afectación a la economía del país. Desde el 16 de marzo que inició la emergencia sanitaria hasta el mes de mayo, en el Ecuador se han registrado pérdidas aproximadamente por USD 15.863 millones, según datos oficiales. Gran parte de este rubro fue representado por el sector productivo, que se paralizó en un 70%. Las actividades con mayores pérdidas fueron el comercio, seguido de servicios y la industria manufacturera (BCE, 2020).

El 80% de los emprendimientos han sido impactados por el COVID-19, a pesar de la situación, los emprendedores poseen altas expectativas de volver a nivelar la situación económica previa a la pandemia (Cámara de Comercio Quito, 2020). Con esto se evidenció que 8 de cada 10 emprendedores están afectados por la crisis, atribuyendo la responsabilidad a factores como la disminución de demanda en bienes y servicios, así como la poca disponibilidad de materia prima y mano de obra.

2.1.2 El significado del emprendimiento

La Escuela Clásica de Economía afirmó que hay tres factores que son necesarios para la producción de bienes; trabajo, tierra y capital. Hoy en día, economistas y analistas han

identificado otro factor básico, el emprendimiento. Por eso, este estudio se ha centrado en este campo de investigación como nivel / área de análisis (Briasco, 2014).

El espíritu emprendedor se define como la capacidad de un individuo o un grupo colaborador de personas para tomar todo tipo de actividades y decisiones económicas con el fin de garantizar ganancias privadas, al tiempo que contribuye a fortalecer la competitividad de la economía de un país, aumentar el empleo y mejorar la economía. El espíritu empresarial es uno de los principales componentes para lograr una economía doméstica sostenible que pueda hacer frente a la competencia económica internacional.

El emprendedor es capaz de combinar los otros tres factores de producción de una manera tan eficiente para asegurar la creación de ganancias. Sin embargo, para que el empresario tenga éxito, se requieren habilidades esenciales. Esta persona también debe tener habilidades y calificaciones, mientras que, al mismo tiempo, debe asegurarse de que el entorno en el que decide iniciar su empresa respalde el crecimiento del negocio (Pico, Trujillo, Cortina, & Rodríguez, 2017).

En los últimos años, los términos emprendimiento e internacionalización han penetrado en el vocabulario empresarial moderno para describir las funciones de la corporación moderna en el entorno del mercado nacional e internacional. Según Pico & Trujillo, (2017) dado que la globalización está presente en todos los sectores de la economía, hoy en día se considera que el espíritu empresarial internacional es la nueva tendencia para las economías modernas. En particular, este término está asociado con la expansión del emprendimiento más allá de las fronteras nacionales hacia los mercados internacionales.

El término emprendimiento se refiere a las personas, a sus elecciones y a sus acciones realizadas al iniciar, hacerse cargo o administrar un negocio, o su participación en la toma de

decisiones estratégicas de una empresa. Los emprendedores no siempre provienen de los mismos sectores o países, o no siempre tienen las mismas características, habilidades y conocimientos. Sin embargo, las teorías económicas modernas sugieren que hay algunas características comunes del comportamiento empresarial, como se analizará más adelante, incluida la voluntad de asumir riesgos y el deseo de independencia y autorrealización (Dormuz, 2017).

El espíritu empresarial puede aparecer en cualquier sector y tipo de negocio. Se puede asociar con empresas independientes o empresas de cualquier tamaño, sin importar en qué fase del ciclo de vida empresarial se encuentren, con empresas que ni siquiera se han iniciado, que están listas para expandirse e incluso empresas que discuten la posibilidad de cerrar. El emprendimiento también puede asociarse con empresas que cotizan en bolsa, empresas sociales y organizaciones sin fines de lucro, que a menudo tienen actividades económicas significativas (Mendoza, 2017).

El espíritu empresarial es el medio para crear y desarrollar actividad económica combinando la toma de riesgos, la creatividad, innovación con la gestión, dentro de una organización nueva o existente. Hay muchas razones por las cuales se debe promover el emprendimiento. Los más básicos son:

El espíritu empresarial contribuye a la creación de empleo. Las empresas nuevas y pequeñas pueden crear más y más puestos de trabajo si los propietarios-gerentes son empresarios eficientes. Es un hecho que los países con un gran aumento en las tasas de emprendimiento tienden a exhibir niveles más bajos de desempleo (Horowitz, 2017).

Las nuevas empresas comerciales, que se refieren a comenzar una nueva empresa o reorientar una existente (por ejemplo, después de cambiar de propietario), aumentan la

productividad. Las nuevas empresas aumentan la competitividad a medida que obligan a otras empresas a reaccionar mejorando la eficiencia o introduciendo innovaciones. Esto aumenta la eficiencia y la innovación empresarial en organizaciones, procesos, productos, servicios o mercados, mejora la competitividad de la economía en su conjunto. El resultado de este hecho es que a los consumidores se les ofrecen muchos beneficios a través de más opciones y precios más bajos (Horowitz, 2017).

Ser emprendedor no es solo una forma de ganar dinero. Hay otros factores que influyen en las elecciones profesionales, como la seguridad, el nivel de independencia, la variedad de tareas y el interés en el puesto de trabajo. Los niveles de ingresos más altos pueden llevar a las personas a satisfacer 'necesidades más altas', como la autorrealización y la independencia a través del emprendimiento. La Pirámide de Necesidades de Maslow afirma que, entre todos los tipos de necesidades, hay un grupo de necesidades asociadas con la realización personal. Por lo tanto, hay personas que eligen convertirse en emprendedores porque esperan poder mejorar su posición y estilo de vida. La satisfacción laboral entre los empresarios es mayor que entre los empleados.

La actividad emprendedora en la isla Santay se basa en tres puntos estratégicos, los cuales son: la comercialización de artesanía, traslado en yates y restauración.

Artesanías

La comercialización de artesanías es una fuente principal de ingresos en la isla que muestra la habilidad de los habitantes de esta zona, son generalmente ofertadas a los turistas como objeto de recuerdo de su visita a la isla, los artesanos venden variedad de productos como pulseras, collares, tallados en madera, figuras referenciales a las especies endémicas del lugar, entre otros.

Traslado en yates

Para incentivar la visita a la isla Santay se han establecidos convenios en los muelles ubicados en el Mercado Municipal Caraguay y en el Malecón 2000 (a la altura de la calle Tomás Martínez) y en el Yacht Club se han establecido puntos de embarque para turistas, mientras que el de Caraguay será usado para alguna emergencia por quedar al frente del muelle de la isla. El servicio de transporte de ida y retorno desde los muelles turísticos tiene un costo para adultos de \$ 5, niños a \$ 2.50 y adultos mayores, \$ 3 (El Universo, 2019).

Restauración

En la isla Santay existe una diversa gama de platillos que se ofrecen a los turistas, entre los que se destacan como típicos en desayuno a los patacones con queso, bolones o en la hora del almuerzo al típico seco de gallina, ceviches, entre otros, variando los precios desde \$3,50 hasta \$7. Además de ofertar bebidas como agua, jugos naturales y gaseosas (El Universo, 2019).

2.1.3 Características del emprendedor exitoso

Las características personales del emprendedor juegan un papel importante en la supervivencia, el desempeño y el éxito del negocio. La calidad de las características personales del emprendimiento afecta el destino de la empresa, ya que pueden, por un lado, llevar a la empresa al éxito o, por otro lado, al fracaso. Es bastante racional que cuando las características del gerente son inadecuadas y conducen a una gestión ineficiente, tienden a debilitar a la empresa y a crear las condiciones que pueden conducir al fracaso (Pereira, 2017). La literatura sugiere que se considera que una persona tiene la capacidad de hacer

negocios, o, en otras palabras, es un empresario exitoso, cuando tiene características específicas y habilidades sociales. Los más necesarios son:

Asunción de riesgos: la capacidad de asumir riesgos es un factor básico que distingue al emprendedor del gerente, como muchos estudios respaldan. El emprendimiento exitoso se asocia con la toma racional de riesgos en situaciones desafiantes donde existe una probabilidad razonable de éxito y ganancia (Puchol, 2013).

Control interno: las personas que comienzan su propio negocio tienden a tener un mayor nivel de control interno y pueden identificar y controlar más fácilmente los factores del entorno externo.

Capacidad para la toma de decisiones y la resolución de problemas: el emprendimiento se vincula clásicamente con las habilidades para la resolución de problemas y las capacidades responsables y rápidas para la toma de decisiones que conducen a la rentabilidad y evitan los fracasos. El emprendedor tiene que tomar decisiones de manera eficiente, dado que a menudo carece de información que garantice el éxito. Como las economías actuales son competitivas, se ve obligado a tomar decisiones que, en muchos casos, se considerarán duras. Además, el emprendedor también debe ser creativo al resolver cualquier problema, ya que la creatividad puede conducir al descubrimiento de nuevas oportunidades (Palacios, 2015).

Necesidad de logro: las personas con un alto nivel de esta necesidad tienden a estar más ansiosas de asumir responsabilidades personales, liderar tareas difíciles y lograr objetivos desafiantes.

Confianza: los empresarios exitosos tienen determinación y un buen sentido de autoeficacia. Los emprendedores que se caracterizan por ser seguros no abandonan los proyectos difíciles, incluso si luchan con empresas nuevas y desafiantes. Para que un

individuo se convierta en un empresario exitoso, uno debe aumentar su confianza en sí mismo.

Capacidad para organizar y gestionar: el emprendimiento se asocia con la búsqueda, organización y gestión general de los recursos necesarios (capital, maquinaria, tecnología, materias primas, recursos humanos), con el objetivo final de "recompensa". La capacidad de percepción que permite al emprendedor estar siempre listo para administrar y organizar, es lo que eventualmente lo convertirá en un exitoso hombre de negocios (Puchol, 2013).

Habilidades sociales: el emprendedor exitoso tiene la capacidad de cooperar y comunicarse con otras personas, conectarse fácilmente en redes sociales, negociar y asumir una variedad de roles en cada circunstancia. Además, el empresario exitoso debe encontrar tiempo para desarrollar contactos con personas que puedan contribuir al desarrollo de la empresa (clientes, bancos, consultores, analistas, socios, etc.) (Palacios, 2015). Las relaciones públicas empresariales modernas son probablemente los factores más importantes del éxito, y por lo tanto, el empresario debe prestar mucha atención a este factor.

Flexibilidad: un emprendedor tiene que lidiar con situaciones diferentes y a menudo impredecibles que requieren una resolución inmediata con resultados a menudo inciertos. La flexibilidad para manejar tales situaciones es una característica necesaria de un empresario exitoso. La tolerancia a la ambigüedad y la resistencia bajo presión son características que facilitan al individuo el manejo de la incertidumbre (Velasco, 2007).

2.1.4 Proceso de emprendimiento

Los procesos en los que la idea de negocio se convierte en negocio se denominan procesos empresariales. El emprendimiento debe considerarse como un conjunto de procesos en el que diversas actividades se extienden a lo largo del tiempo. La motivación de los emprendedores,

el deseo de correr riesgos y el hecho de que aprender de los errores se encuentran en el nivel deseado garantiza la aplicación exitosa de los procesos empresariales (Palacios, 2015). Los procesos empresariales incluyen:

1. Buscar y encontrar ideas de negocios.
2. Elegir una idea de negocio.
3. Preparar la aplicación de la idea de negocio.
4. Aplicar la idea de negocio (inversión, salida del mercado, medición, evaluación, aprendizaje, redescubrimiento).

La búsqueda de ideas, el primer paso del emprendimiento implica percibir señales que se originan a partir de cambios internos y externos para negocios existentes o nuevos. Estas señales son alimentadas por el cambio en la tecnología, la demanda del cliente y el mercado. Cuando se reconocen estas señales, surgen ideas de negocios. También es el primer paso en el proceso de innovación. Las ideas de negocios son el período en el que las habilidades creativas de búsqueda y descubrimiento se utilizan al máximo (Mendoza, 2017).

- Este proceso es la fase en la cual se activa el espíritu emprendedor. En el emprendimiento, la creatividad es la etapa más utilizada. Durante la fase de empresa comercial, la idea comercial producida por una persona generalmente se usa mientras se utilizan la empresa y las personas que trabajan en la empresa, además de los sueños y las opiniones de la empresa. Las técnicas que los administradores necesitarán para buscar y encontrar ideas de negocios en una empresa se mencionan a continuación:
- Análisis FODA. El análisis FODA describe las fortalezas y debilidades del negocio e inmediatamente evalúa oportunidades y amenazas en el medio ambiente.

- PEST. El análisis PEST describe los factores políticos, económicos sociales y tecnológicos del entorno al que pertenece la empresa.
- Análisis de escenarios y procesos, con esta técnica se tendrá información referencial para predecir lo que puede ocurrir con la empresa.
- Análisis básico de aptitud, permite conocer las principales ventajas que dispone la empresa y las capacidades que dispone la misma.

Selección de una de idea de negocio: Las búsquedas se seleccionan de aquellas ideas que son factibles. Los emprendedores no pueden correr riesgos interminables. Esta idea no debe aplicarse si alguna idea de negocio implica un riesgo mayor que la capacidad del empleador para sobrevivir (Ibarra, González, & Demunder, 2017). A veces, ninguna idea encontrada es aplicable. Luego volverá al proceso de búsqueda de empleo nuevamente.

El filtrado de ideas debe basarse en personas con diferentes disciplinas, funciones y perspectivas diferentes. El objetivo aquí es evaluar y probar todas las ideas que se encuentran utilizando las diferencias y finalmente concentrarse en las ideas más prometedoras, de alto potencial. Al hacerlo, también se evalúan los riesgos. Las empresas exitosas se han centrado en las ideas correctas, el equilibrio de recompensa de riesgo correcto, para que los productos y servicios correctos puedan convertirse en comerciales (Palacios, 2015).

Al evaluar la idea de negocio, Palacios (2015) sugirió lo siguiente:

- ¿Se consideran los aspectos positivos y negativos de la idea de negocio?
- ¿Se evalúan completamente los problemas o dificultades reales que resuelve la idea de negocio?
- ¿Es la idea de negocio única y personalizada?

- Inmediato y a corto plazo, ¿cuáles son los resultados? ¿Los resultados son satisfactorios? ¿Son aceptables los elementos de riesgo?
- ¿Serán suficientes los retornos a largo plazo?
- ¿Las ideas de negocios tienen restricciones?
- ¿La idea de negocio creará un problema?
- ¿Se examinan las otras opciones de la idea de negocio?
- ¿Está el producto/servicio en la idea de negocio, encontrará mercado, está listo el bazar?
- ¿Se comprará? ¿Cuándo se puede comprar?
- ¿Existen productos o servicios competitivos relacionados con ideas de negocios? ¿Será competitivo?
- ¿La idea de negocio satisfará una necesidad que ha surgido o la necesidad de crearse más adelante?
- ¿Cuán rápido se dará cuenta de su idea de negocio?

Dependiendo de estas preguntas, las ideas de negocios se clasifican de acuerdo con ciertos criterios. Esta clasificación generalmente se realiza de acuerdo con la más adecuada y no la más adecuada. Los criterios utilizados en el orden son generalmente grado de riesgo, necesidad de financiación, rentabilidad a corto plazo, competencia, etc. Después de esta secuencia, se busca la viabilidad para descubrir las ideas de negocios más factibles (Sainz, 2017).

La viabilidad significa que el empresario no tiene obstáculos frente a él para alcanzar sus objetivos. Se hace para concluir que la idea de negocio puede o no pasar a través de la prueba. Es una especie de idea de negocio aprobar el examen. En general, las siguientes investigaciones son factibles (Sainz, 2017):

- Tecnológico
- Financiero / Económico
- Organizacional
- Legal

En la investigación de mercado se investiga la situación del mercado del producto o servicio en la idea de negocio. Esta investigación también dice dónde se fundará el negocio.

Investigación tecnológica: La selección de hardware y tecnología relacionada con la producción del producto en idea de negocio, licencia, posibilidades de patente, selección del sitio de producción, instalación de tecnología, investigación de mantenimiento, servicio y posibilidades de reparación, cuenta de costos detallada y recursos críticos.

Investigación financiera y económica: La viabilidad financiera de cuál es el monto de financiamiento requerido para realizar una idea de negocio, qué recursos proporcionará y cuál será el índice de rentabilidad.

Investigación organizacional: análisis de negocios, especialización, distribución de autoridad y responsabilidades, procedimientos, recursos humanos críticos, salarios. Se trata de averiguar si hay obstáculos en estos asuntos. Si hay un obstáculo, la idea de negocio ya está adjunta aquí y da como resultado que no se puede hacer.

Investigaciones legales: se realiza para investigar si la idea de negocio es coherente con la estructura legal actual del contenido del producto y servicio. En todos los países, la producción y venta de cada producto o servicio no es gratuita. Se han introducido limitaciones a este respecto mediante normas. La idea de negocio puede parecer muy rentable, pero puede no ser legal. Entonces esta idea de negocio no puede hacerse (factible. Entonces, la elección y

la decisión serán después del proyecto preliminar. Al final de este proceso, también se configura el modelo de negocio. Las siguientes opciones aparecen como decisión:

- Se puede seleccionar la idea de negocio más apropiada.
- No se hizo ninguna elección porque no había una idea comercial adecuada.
- Es posible que se requiera trabajo adicional en varias ideas que son difíciles de realizar.
- Se pueden tomar decisiones para buscar y encontrar nuevas ideas.

Proceso de preparación de ideas de negocio: en esta etapa, primero se elabora un plan de negocios sobre una idea de negocio seleccionada. El establecimiento de negocios en el plan de negocios se lleva a cabo sistemáticamente para implementar la idea de negocio. Al final del plan de trabajo hay un plan de acción (Martínez, 2005). Este es un calendario comercial que muestra cuándo, por quién, cuánto trabajo hacer en el plan de trabajo se realiza antes y después de qué trabajo. Estos dos planes están listos para implementar la idea de negocio. El plan de negocios permite el establecimiento de un operador en papel, permite ver los riesgos y los errores en papel antes de la vida real.

El plan de negocios ayuda al iniciador a comunicarse con inversores externos y ayuda a centrarse. El plan de trabajo incluye todas las operaciones destinadas a capturar los objetivos identificados. Es una plataforma que se dirige a los recursos financieros y humanos, incluido el análisis de mercado, la estructura organizativa y de producción, y forma un modelo de negocio. Mientras se prepara el plan de negocios, se puede aplicar un método diferente. Se pueden diseñar diferentes pasos para cada método. En el sentido más general, se aplican los siguientes pasos;

- Preparación del plan de negocios, documento de estrategia comercial,
- Ejercicios de preparación del plan de trabajo.

- Establecer el sistema del plan de negocios, determinar los principales y subtítulos,
- Escribir el plan de negocios después de los titulares,
- Evaluar el plan de negocios y dar la situación final de acuerdo con las sugerencias.

En este proceso, el negocio y el plan de acción para la idea de negocio se ponen en práctica. Se comienzan a realizar gastos de inversión. El emprendedor que intenta establecer el negocio y transformar la idea de negocio en un inversor, aplica el negocio continuo y el plan de acción al hacerlo. La construcción de los edificios, la instalación de los equipos, la realización de contratos y la organización de los entrenamientos se realizan en este proceso.

El empresario comienza a gastar dinero por primera vez en su idea de negocio.

Implementación del plan de acción laboral tal como está escrito. El cronograma de monitoreo y tiempo, monitoreará si los gastos se han realizado o no según lo planeado. Este proceso es la mayor cantidad de tiempo y dinero gastado. La última etapa de este proceso es la producción de prueba del producto a partir de la idea de negocio. El objetivo es encontrar una idoneidad en términos de calidad, cantidad y costo de acuerdo con el plan de negocios (Rubio & Calderón, 2017). Este proceso incluye análisis y técnicas como lluvia de ideas, análisis de cinco razones, mapeo de conceptos, evaluación comparativa y valoración posterior al proyecto para el aprendizaje y la evaluación.

2.1.5 Plan estratégico

La planificación estratégica es una forma de tener en cuenta las crecientes incertidumbres del mercado actual. Consiste en analizar cuidadosamente el entorno externo junto con las posibilidades y fortalezas internas de la empresa. Sobre la base de este análisis interno y externo, una empresa debe formular una lista de objetivos y una estrategia para alcanzarlos. Esta estrategia debe ser flexible, ya que cuando sea necesario, la empresa puede cambiar de

dirección, por ejemplo, cuando un competidor toma una acción no anticipada. En realidad, una empresa debe, como mínimo, evaluar sus estrategias a largo plazo anualmente y ajustarlas según sea necesario (Zorita, 2015).

Hay que tener en cuenta que las empresas se enfrentan a una competencia cada vez mayor y como resultado, deben responder al entorno que se encuentre en un cambio constante con mayor velocidad y planes estratégicos más desarrollados. La planificación estratégica también puede desempeñar un papel interno importante en una empresa creando alineación (Moreno, 2018).

La gestión estratégica es relevante para todas las áreas funcionales de una empresa, incluyendo marketing, finanzas, personal, compras y producción. Es importante que la gestión en las diversas áreas funcionales esté completamente coordinada. La coordinación y la integración de las decisiones entre las diferentes áreas funcionales de una empresa es la tarea principal de la gestión estratégica (Amador, 2018). Es una herramienta para ayudar a la organización a trabajar mejor y comprender cómo competir para el futuro, tratándose de un proceso orientador para los miembros de una organización que les desarrolla procedimientos y operaciones necesarios.

Una estrategia de decisiones para el proceso de la organización es el proceso de crecimiento y mantenimiento de un ajuste que se da entre el objetivo de la organización, la capacidad y las oportunidades de marketing cambiantes. Esto implica que la empresa debe establecer una misión clara, establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera comercial sólida y coordinar estrategias funcionales (Davis, 2018).

Una de las decisiones más básicas y fundamentales de una empresa es la selección del mercado para ingresar y para ello tienen que planificar y ejecutar las estrategias de marketing

para los clientes específicos del mercado objetivo, el desarrollo de una estrategia de marketing se puede desarrollar en los siguientes tres pasos: el establecimiento de una estrategia central, el desarrollo del posicionamiento competitivo de la empresa y la implementación de la estrategia de marketing (Marketing, Global, 2020).

Restricciones de la empresa

Existen tres características del ambiente de una empresa que limitan los beneficios máximos que pueden obtener estas son:

- Tecnología
- Información
- Mercado

Restricciones Tecnológicas

Ofrecen diversas definiciones de la tecnología. Una tecnología es cualquier método para producir un bien o servicio. La tecnología incluye los diseños detallados de las máquinas, así como la distribución del lugar de trabajo y la organización de la empresa. (Parkin, Loria, 2010)

Restricciones de información

Nunca contamos con toda la información que nos gustaría tener para tomar decisiones. Carecemos de información tanto del futuro como del presente. Para resolver estos problemas, las empresas crean sistemas de incentivos para aumentar el esfuerzo que realizan sus trabajadores. (Parkin, Loria, 2010)

Restricciones de Mercado

Qué puede vender cada empresa y a qué precio puede venderlo, son variables que se ven limitadas por la disposición de sus clientes a pagar y por los precios y esfuerzos de marketing de las demás empresas. De manera similar, los recursos que una empresa puede adquirir y los precios que debe pagar por ellos se ven limitados por la disposición de las personas a trabajar para la empresa y a invertir en ella (Parkin, Loria, 2010)

2.1.6 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta estratégica de marketing para el análisis de la competencia y el monitoreo de los entornos internos y externos de una empresa. Proporciona un mapa general de la situación interna de la empresa de casos y define el entorno competitivo de manera atenta. FODA significa: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Las fortalezas y las debilidades en este análisis están relacionadas con la competencia. La fortaleza define la ventaja de la empresa que tiene un estatus de liderazgo en comparación con los candidatos. En otras palabras, a la fortaleza se le denomina ventaja competitiva y a las debilidades como la falta de condición en la competencia (Muñiz, 2020).

Por lo tanto, se consideran factores internos vistos como fortalezas y debilidades internas de la organización, las referidas en las siguientes áreas:

- Cultura de la empresa
- Estructura organizativa
- Acceso a los recursos naturales.
- Conocimiento de la marca
- Cuota de mercado
- Suficiencia operacional
- Contratos exclusivos

Según las herramientas de análisis FODA, el uso de este análisis puede ser una oportunidad realista de la fortaleza y reducir el impacto de las amenazas. Lo más importante es que pueden reducir la amenaza potencial y mejorar su debilidad al mismo tiempo.

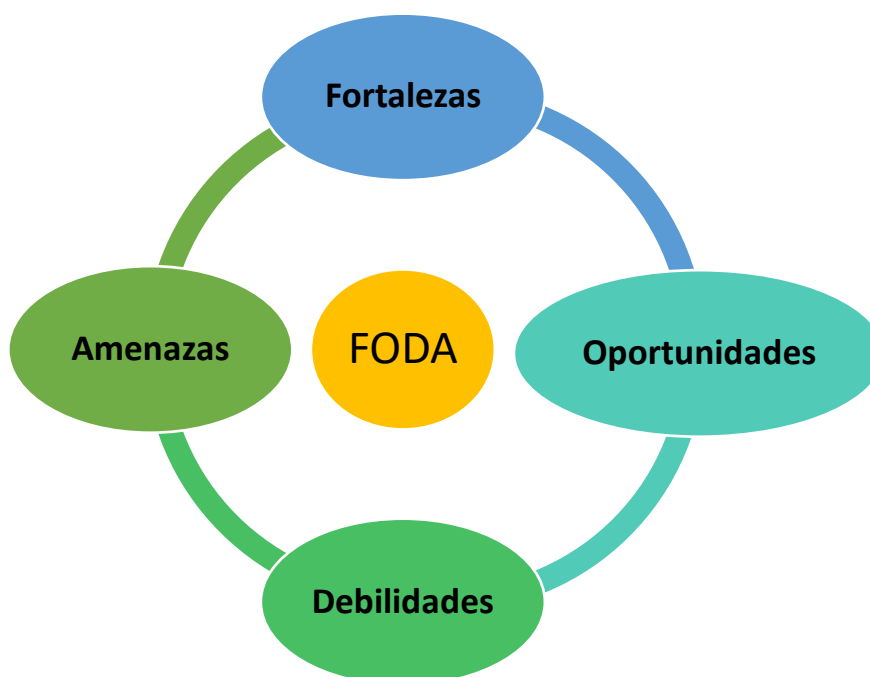


Figura 1. Elementos del análisis FODA

Nota: componentes del análisis FODA, tomado de Álvarez (2017)

Un buen proceso de análisis FODA debe incluir una ubicación precisa de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa, comprender los tipos de ventajas y desventajas para la empresa, también llegar a pronosticar oportunidades de análisis y amenazas en entornos de marketing. Convirtiéndose en una de las mejores y más utilizadas herramientas en este proceso. Debe aplicarse en relación con la competencia para ofrecer un análisis comparativo de la organización y los competidores.

- **Fortalezas:** Hace referencia a las capacidades y recursos que dispone el sector emprendedor para construir ventajas competitivas.

- **Debilidades:** Son las principales carencias que presenta el sector en comparación con sus principales competidores.
- **Oportunidades:** Se refiere a los factores positivos que ofrece el entorno y pueden ser utilizados para beneficio propio.
- **Amenazas:** Se trata de los aspectos negativos que se presentan alrededor y pueden afectar la situación del estudio.

2.1.7 Análisis PEST

Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos, es una herramienta poderosa y ampliamente utilizada para comprender el riesgo estratégico. Este análisis identifica los cambios y los efectos del macro entorno externo en la posición competitiva de una empresa. Los estrategas buscan comprender los factores externos y evaluar cómo los modelos de negocio tendrán que evolucionar para adaptarse a su entorno. Los impactos de los factores externos se mitigan mediante una estrategia preventiva y se aprovechan las nuevas oportunidades a raíz de las nuevas posiciones competitivas que se pueden crear en el proceso (Sandoval, 2018).

Como parte de los factores económicos se presentan el ingreso promedio de los habitantes de la isla Santay.

Tabla 1

Nivel de ingresos en dólares vs. Nivel de gasto en salida a la isla Santay

Gasto por persona	Nivel de ingresos en dólares								Total
	Menos de 500	De 500 a 750	De 751 a 1000	De 1001 a 1250	De 1251 a 1500	De 1501 a 1750	De 1751 a 2000	Más de 2000	
Menos de \$5	20,40%	6,70%	7,30%	4,60%	2,20%	1,10%	0,50%	0,60%	43,50%
De 5 a 10	9,70%	5,30%	4,90%	1,80%	1,40%	0,40%	0,70%	1,50%	25,70%
De 11 a 15	3,10%	1,40%	1,90%	1,00%	0,30%	0,10%	0,10%	0,20%	8,10%
De 16 a 20	2,20%	1,20%	0,90%	1,30%	0,20%	0,10%	0,00%	0,10%	6,10%

De 21 a 25	1,00%	0,60%	0,80%	0,60%	0,10%	0,00%	0,10%	0,00%	3,20%
De 26 a 30	0,40%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,60%
Más de 30	0,90%	0,20%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%	1,40%
Nada	6,30%	0,80%	1,80%	1,10%	0,50%	0,30%	0,20%	0,50%	11,50%
Total	44,20%	16,30%	17,70%	10,40%	4,70%	2,00%	1,70%	3,00%	100,00%

Nota: información adaptada de Delgado (2017)

Tabla 2
Nivel de visitas isla Santay

MESES	2014	2015	2016	2017	2018
Enero		56.115	36.318	26.622	4.742
Febrero		45.364	31.243	21.983	3.791
Marzo		42.086	35.431	23.091	4.164
Abril		43.377	24.719	28.306	6.334
Mayo		29.630	21.417	25.118	6.008
Junio	108.232	28.508	19.975	24.341	9.164
Julio	134.871	41.404	34.986	39.992	22.154
Agosto	107.615	65.113	36.827	37.308	19.690
Septiembre	91.207	33.017	27.324	25.070	10.655
Octubre	158.066	46.397	35.755	13.726	12.435
Noviembre	64.053	38.554	35.992	6.890	11.106
Diciembre	42.345	22.152	23.218	5.893	8.088
TOTAL	706.389	491.717	363.205	278.340	118.331

Nota: información adaptada de MAE (2018)

Considerando nivel de visitas de enero a diciembre 2018, por 118 mil visitantes y nivel de gasto que ellos realizan en la isla Santay, se obtuvo que los ingresos mensuales estaban en un rango de 104, mil a 203 mil dólares, valores que se están perdiendo en tiempos de pandemia.

A continuación, se presenta un reporte de visitas Al Área Nacional de Recreación isla Santay.

Tabla 3
Reporte de visitas isla Santay

Año de Visita	Mes de Visita	Área	Nacional	Extranjero
2019	Enero	ISLA SANTAY	9.316	1.085
2019	Febrero	ISLA SANTAY	8.602	870
2019	Marzo	ISLA SANTAY	10.691	689
2019	Abril	ISLA SANTAY	8.790	685
2019	Mayo	ISLA SANTAY	9.391	689
2019	Junio	ISLA SANTAY	9.645	1.023
2019	Julio	ISLA SANTAY	13.384	1.229

2019	Agosto	ISLA SANTAY	16.943	1.161
2019	Septiembre	ISLA SANTAY	12.991	999
2019	Octubre	ISLA SANTAY	8.352	767
2019	Noviembre	ISLA SANTAY	11.087	892
2019	Diciembre	ISLA SANTAY	8.185	814
TOTAL		ISLA SANTAY	127.377	10.903

Nota: información adaptada de Delgado MAE (2019)

Según datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente (MAE, 2019) , el número de visitas en la isla Santay fue distribuido de la siguiente manera, de un total de 138.380, 10.903 personas fueron extranjeros y 127.377 fueron visitantes y usuarios locales. Se determina que una vez que se dé reapertura al ingreso a este sitio, se podría recuperar la demanda potencial de los visitantes locales, por la baja de llegadas de turistas extranjeros al país, esto incidiría en mejorar los niveles económicos, que se han visto afectados en el 2020 por la pandemia del COVID-19, generando grandes pérdidas económicas.

A continuación, se presenta un análisis del FODA empleando preguntas guiadoras.

¿Qué aspectos de la situación de la empresa son en particular atractivos?

La isla Santay ofrece la oportunidad de pasar un tiempo en familia en un entorno natural de aire libre, por lo que brinda un atractivo para las personas que prefieren pasar tiempo en familia en la naturaleza y relajarse.

De acuerdo con Zambrano (2019) la isla Santay tiene un potencial turístico gracias a la diversidad de especies de flora y fauna que posee y a la organización de la comunidad. Dentro de las especies de fauna se encuentran los cocodrilos, los cuales son criados dentro de esta isla en su ambiente natural.

¿Qué aspectos generan la mayor preocupación?

La falta de atención que las autoridades han presentado hacia la isla ha disminuido la imagen como atractivo turístico que se proyecta hacia los consumidores más cercanos, como es el caso de las personas de Guayaquil.

Otro punto preocupante es la dificultad para el ingreso masivo de personas a la isla, puesto que no hay rutas específicas para aquello. Solo existe un puente peatonal y los medios fluviales de acceso.

De acuerdo con Zambrano (2019) el problema en la isla Santay es que carece de nuevas expectativas de atracción turística en la infraestructura del lugar. Al no contar con una arquitectura adecuada o alternativas turísticas, se reduce el nivel de visitas lo que permite el mayor ingreso económico para los habitantes y el sitio, ya que al ser un área protegida requiere de mantenimiento para la conservación del mismo para innovar o mejorar el entorno, a su vez los comuneros están en la búsqueda de un medio que contribuya a la economía de su hogar (Zambrano, 2019).

En general, en una escala del 1 al 10 (1 es alarmantemente débil y 10 excepcionalmente fuerte), ¿dónde se ubican la situación y perspectivas de la empresa?

La calificación para esta pregunta es 8, puesto que se considera que existe una buena situación para posicionar a la isla Santay como atractivo turístico y las perspectivas que se tiene son altas.

¿Las fortalezas internas y activos competitivos son lo bastante sólidos para competir con éxito?

Sí. La isla Santay cuenta con flora y fauna única, esto a causa de la presencia de manglar, que ha sido uno de los factores principales para que este lugar se convierta en un refugio natural para especies que son cada vez más raras ver en la ciudad de Guayaquil.

El Área Nacional de Recreación isla Santay es parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) y se enmarca en sus objetivos de manejo y conservación de recursos. Al respecto, el artículo 405 de la Constitución señala: “el SNAP garantiza la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas, fomenta la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente en las áreas protegidas en su administración y gestión (Zambrano, 2019).

¿Las debilidades y deficiencias competitivas carecen en su mayoría de consecuencias y se pueden corregir con facilidad, o sería desastroso no remediar pronto una o más?

Uno de los principales factores a considerar es la falta de presupuesto y atención por parte de las autoridades gubernamentales. Sin embargo, si esta debilidad no se soluciona se espera un impacto medio, puesto que como alternativa se tiene la inversión privada.

Por otro lado, la debilidad de acceso masivo debe ser tomada en cuenta para considerar otras formas de transporte, entre ellas hacer uso de los medios fluviales que se presentarían como un valor agregado de atractivo turístico.

Este hermoso lugar turístico carece de un mirador donde se podría observar la naturaleza del área desde lo alto y donde se pueda apreciar toda la comuna y de esta manera mejorar la estructura en el sitio, teniendo en cuenta que no se permite el ingreso a los turistas y así promover nuevas expectativas de atracción turística (Zambrano, 2019).

¿Las fortalezas y activos competitivos compensan las debilidades y pasivos competitivos por un margen atractivo?

Sí, se tiene un potencial competitivo en el aspecto turístico que posee la isla Santay que compensan a las debilidades analizadas y que pueden ser utilizadas para aumentar el flujo de visitantes en la Isla, de tal manera que los habitantes de la Isla puedan empezar con sus emprendimientos.

La isla Santay se encuentra protegida por la Constitución de la República del Ecuador, puesto que está dentro de las zonas protegidas y, por lo tanto, esto se presenta como una ventaja competitiva para la isla.

¿Tiene la empresa oportunidades comerciales atractivas que se ajusten bien a sus fortalezas internas? ¿Carece de recursos y capacidades para aprovechar cualesquiera oportunidades más atractivas?

La isla posee oportunidades comerciales que han estado siendo utilizadas, pero sin mayores resultados. Al prestar atención al potencial que tiene la empresa y realizar la respectiva inversión para aumentar el flujo de visitantes que alimente a los emprendimientos a desarrollar por parte de los habitantes de la Isla.

Es importante que en un área protegida como la isla Santay, el cual es un lugar turístico, se fomenten ideas ecológicas o puntos atractivos en el sitio, esto ayuda a fortalecer el turismo y le da vida al lugar. Un atractivo turístico ante la ausencia de innovación o mejoramiento en el sitio, los turistas no encontrarían algo novedoso o llamativo lo cual impediría el fortalecimiento del turismo, afectando principalmente a los pequeños negocios de dicha zona. La isla Santay como reserva ecológica goza de una flora y fauna única que merece mantener un turismo fuerte por ser un lugar original (Zambrano, 2019).

¿Las amenazas son alarmantes o algo que la compañía pueda controlar?

De acuerdo con el análisis se considera que las amenazas son moderadas y que pueden ser controladas.

La isla Santay es un lugar que al ser turístico pretende ser visitado por familias, amigos, extranjeros o quienes quieran hacer deporte. Se pretende con la creación de un mirador incrementar el número de visitantes, en especial porque al ser implementado se podría apreciar la

isla y toda la comuna donde no se permite el ingreso a turistas, mejorando los pequeños negocios que se encuentran dentro de la Isla (Zambrano, 2019).

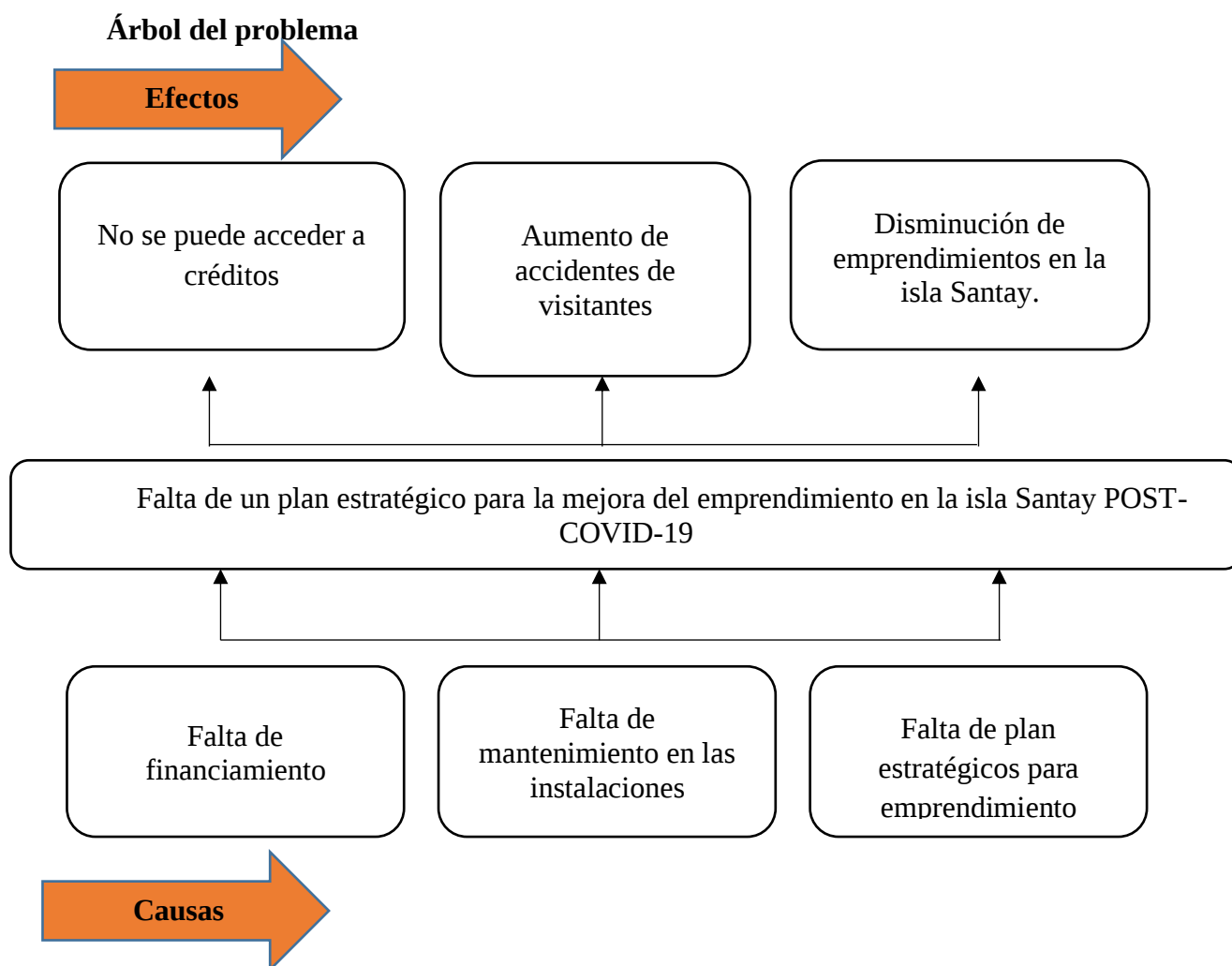


Figura 2. Árbol del problema

Nota: información adaptada de la investigación

Ishikawa

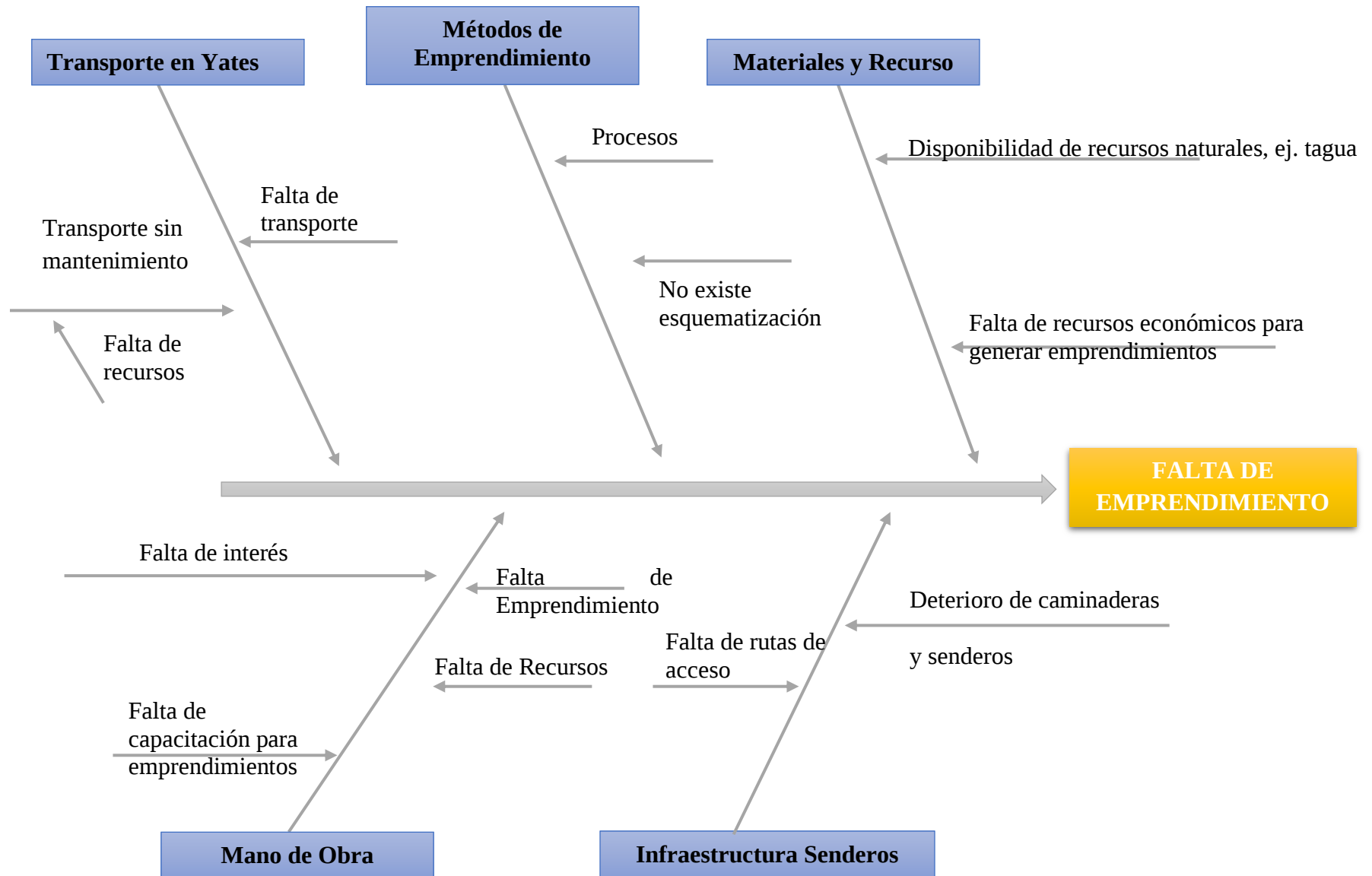


Figura 3. Ishikawa

Nota: información adaptada de la investigación

2.1.8 Plan de marketing

La planificación estratégica de marketing es una herramienta de gestión para ayudar a la organización a mejorar su trabajo y comprender cómo competir para el futuro. Implica definir una misión clara de la empresa, establecer objetivos y coordinar estrategias funcionales (Álvarez, 2017).

A partir del proceso de planificación estratégica, la compañía podrá identificar fácilmente los elementos para el mercado y cómo prevenir o manejarlos a través del análisis interno y externo, con esto la empresa tendrá opciones estratégicas en el mercado. En las empresas la mayoría de los gerentes aceptan que es necesario algún tipo de procedimiento para la planificación de marketing. En consecuencia, necesitan un sistema que les ayude a pensar de manera estructurada y también a hacer explícitos sus modelos económicos intuitivos del negocio.

La combinación de marketing puede definirse como "la combinación de variables de marketing controlables que la empresa utiliza para alcanzar el nivel de ventas buscado en el mercado objetivo, esta une cuatro elementos: producto, precio, promoción y lugar, que cada empresa tiene la opción de sumar, restar o modificar para crear una estrategia de marketing deseada (Olivier, 2020).

La combinación es una herramienta de análisis esencial utilizada en las estrategias de marketing, que considera el entorno empresarial, la capacidad y las condiciones competitivas, anticipando los factores de marketing; se usa para lograr mejores beneficios económicos y sociales.

- **Producto:** Producto se refiere a bienes, personas, servicios o ideas. Incluyendo los factores como calidad, características, estilo, marca, etc. Los métodos utilizados para

mejorar el producto o aumentar las ventas objetivos de manera más efectiva para incrementar la ventaja competitiva. Una estrategia de producto eficaz debería conocer mejor las necesidades de los clientes en marketing. Para la compañía, el primer paso debe comprender claramente qué tipo de producto o servicio será adecuado para la demanda de los consumidores, basándose en las experiencias del mercado para reconocer las necesidades y los deseos de los clientes, estableciendo como estrategias puntos claves centrados en el hábito y el valor del cliente para respaldar productos o servicios.

- **Precio:** el precio es una de las funciones de decisión más críticas de un vendedor. En gran medida, las decisiones de fijación de precios determinan los tipos de clientes que atraerá una organización. El precio es un tema vital no solo para el vendedor sino también para la empresa en su conjunto ya que, la posición financiera de una organización está determinada por su efectividad en el precio de sus bienes y servicios, por lo tanto, para que una organización logre su objetivo de rentabilidad, los precios deben fijarse de tal manera que el mercado objetivo lo considere acorde con el beneficio percibido del producto.
- **Promoción:** La promoción se refiere a actividades para transmitir servicios a los clientes a través de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y campañas de marketing. Es una estrategia de marketing esencial para formar y mantener relaciones con los clientes objetivo, lo que puede influir significativamente en todo el proceso comercial. Después de todo, una estrategia de promoción exitosa está impulsada por una definición clara de la demanda de la compañía, la adquisición efectiva de información

actualizada de compradores potenciales y objetivos claros para el desarrollo futuro, así como su táctica elaborada sobre cómo lograrlos.

- **Lugar:** Significa por qué los productos y servicios pasan del productor al consumidor y en dónde puede acceder el consumidor a este. El objetivo principal es proporcionar formas convenientes de servicios para los clientes objetivo, tomando en cuenta los canales de distribución, la cobertura del mercado, las ubicaciones y la logística de la cadena de suministro. Considerando que dentro de las actividades de la empresa deben existir métodos de distribución adecuados que faciliten la disposición del producto a los clientes.

2.2 Marco contextual

El proyecto a desarrollar está enfocado en la isla Santay perteneciente al cantón Durán, la cual se encuentra en el río Guayas a una distancia de 800 metros de la ciudad de Guayaquil, esta zona está comprendida por alrededor de 2.179 hectáreas.

2.2.1 Breve reseña histórica de la isla Santay

La isla Santay se encuentra entre las ciudades de Guayaquil y Durán, en medio del gran río Guayas. Se forma originalmente por la acumulación de sedimentos, ahora está rodeada por árboles de manglar. En el interior de la isla Santay, y como testimonio de esa relación permanente con el río, existe una gran planicie que se inunda en épocas de invierno. Este gran humedal es aprovechado por aves acuáticas que encuentran ahí un importante sitio de descanso, refugio y anidación (Ministerio del Ambiente, 2015).

La historia de Santay está íntimamente relacionada con la de la ciudad de Guayaquil. Uno de los acontecimientos más antiguos de los que se tiene referencia tiene que ver con los ataques de piratas y filibusteros que sufrió esta ciudad durante los siglos XVII y XVIII. Como testimonio de esta época existe una descripción de la isla realizada por el pirata William Dampier en 1684. Posteriormente, durante las epidemias que azotaron la ciudad durante los siglos XVIII y XIX, Santay fue sitio de cuarentena para embarcaciones que arribaban al puerto. Más tarde fue utilizada como fondeadero para la limpieza y el mantenimiento de las embarcaciones. Se tiene conocimiento de que su ocupación permanente se produjo hace más de 100 años, cuando se establecieron haciendas ganaderas y productoras de arroz. La mayoría de los pobladores actuales de la Isla son descendientes de los antiguos trabajadores de estas haciendas. En el 2010, la isla Santay y la isla Gallo (un pequeño islote al lado oriental) fueron declaradas Área Nacional de Recreación por el Ministerio del Ambiente (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.2.2 Geografía de la isla Santay

Las islas son el resultado de miles de años de acumulación de sedimentos traídos por los ríos Daule y Babahoyo. Como todas las islas sedimentarias, Santay y Gallo son planas; en época de invierno, durante las crecidas importantes del río Guayas, se inundan de manera temporal. La riqueza de sus suelos fue una de las razones para que en el pasado se establecieran varias haciendas agrícolas y se desarrollaran extensos campos de cultivo de arroz (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.2.3 ¿Cómo llegar a la isla Santay?

El viaje de Guayaquil hasta la isla Santay en bote es una transición emocionante. La lancha se aleja del paisaje del Malecón 2000. Avanza hacia el sur de Guayaquil como recorriendo una "galería" real de embarcaciones y piezas barcos. Son los tradicionales astilleros guayaquileños que junto con pequeñas canoas guiadas por pescadores acompañan el paisaje. A ese ritmo, la agradable brisa del Río Guayas, el verdor del manglar y el canto de las aves dan la bienvenida a la isla considerada como el "pulmón de Guayaquil" (Diario El Universo, 2017). La isla Santay fue declarada como sitio RAMSAR en el año 2000. Para llegar a la isla Santay desde Guayaquil es necesario hacerlo desde el muelle Simón Bolívar del Yacht Club Naval; la Cooperativa encargada de transporte hace un recorrido que dura aproximadamente 25 minutos sobre el río Guayas. También puede hacerse desde el Muelle Municipal del mercado Caraguay, donde se puede alquilar un bote o panga para acceder a las islas; el recorrido dura hasta 40 minutos aproximadamente (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.2.4 Principales atractivos turísticos de la isla Santay

- Flora y fauna de manglar: Los manglares de las islas se pueden admirar navegando por los esteros Huaquillas, Del Amor y Matilde, y por el canal frente a la isla Gallo. En las orillas de las islas y esteros se pueden ver varias colonias de aves marino – costeras. Cerca del estero Matilde se localizan los restos de una de las antiguas haciendas.
- Mirador natural de Guayaquil: Desde la comunidad de San Jacinto de Santay se pueden apreciar el río, el centro de la ciudad, los cerros Santa Ana y el barrio Las Peñas.
- Ecoaldeas: Al momento están abiertas al público la Ecoaldeas y un centro de crianza del cocodrilo de la Costa, especie en peligro de extinción (Ministerio del Ambiente, 2015).

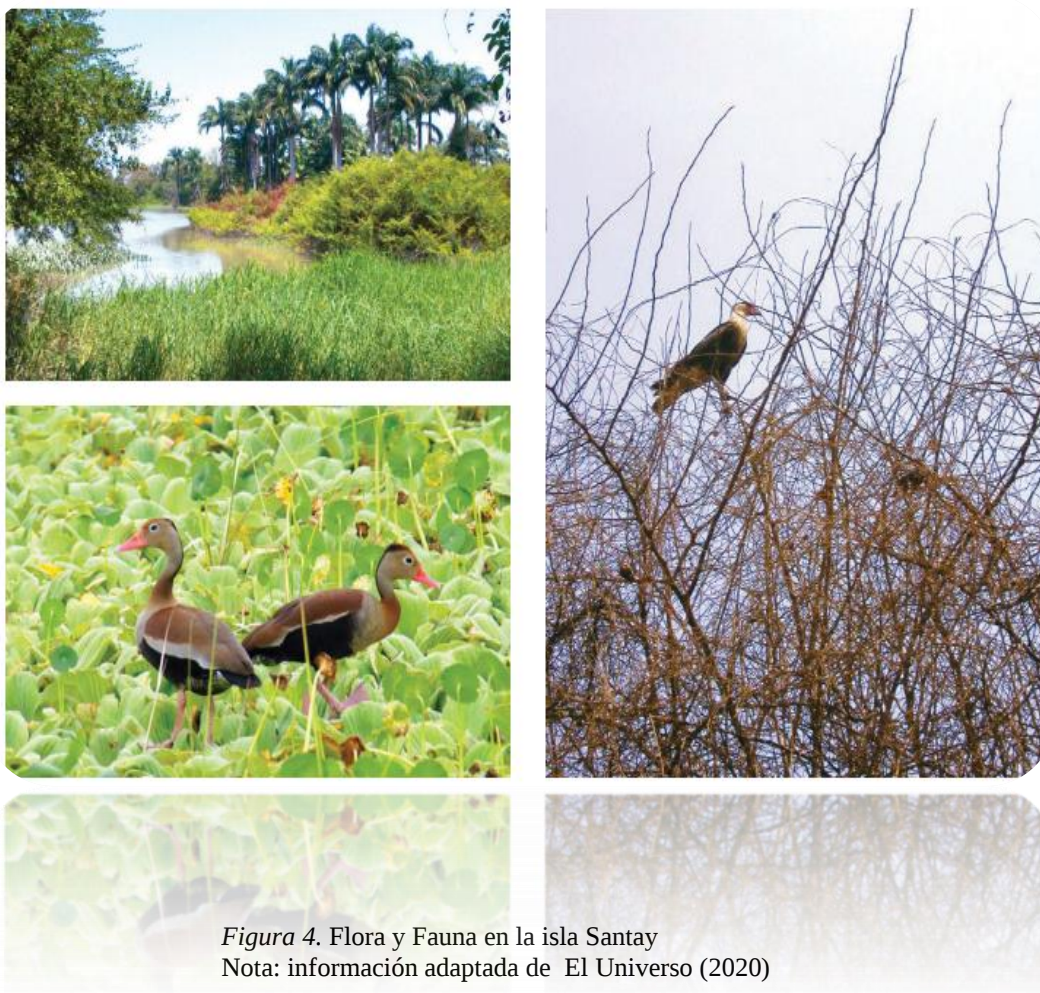


Figura 4. Flora y Fauna en la isla Santay
Nota: información adaptada de El Universo (2020)

La Isla tiene un sendero de recorrido mixto, es decir, terrestre y fluvial y un restaurante para los visitantes; es importante contar con un guía turístico que explique todo sobre la zona durante el recorrido. En el transitar, una parte atraviesa una trocha natural, sendero afirmado y otra parte se recorre de forma fluvial (isla Gallo). Se transita por zonas de bosque seco, y se puede observar el manglar, aves y reptiles propios de la zona (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.2.5 Gastronomía en la Isla

En la Isla se destaca la comida típica, se ofrecen platos típicos como desayunos de patacones con queso y bolones, así como platos típicos de Seco de gallina, chivo o chanco; el plato estrella de arroz con menestra y corvina frita, cuyos precios varían dependiendo del tamaño del pescado; y el cebiche de pescado o camarón. También hay bebidas como jugos naturales, gaseosas, y agua (El Universo, 2020). El pescado y todos los ingredientes son frescos por lo que brindan un sabor excepcional a la comida. Además, los precios son económicos para que las familias lleguen sin problemas de tener mucho presupuesto.



Figura 6 Gastronomía en la isla Santay
Nota: información adaptada de El Universo (2020)



Figura 5 Platos Típicos en la isla Santay
Nota: información adaptada de El Universo (2020)

2.2.6 Actividades permitidas

Se permite tomar fotografías, la actividad de caminatas y el paseo en canoas, el ciclismo, la observación de la fauna y el descanso. No se permiten bebidas alcohólicas, ni drogas, ni realizar fogatas en el lugar, arrojar desperdicios en los espacios ni la caza.

2.2.7 Ubicación de la isla Santay

La isla Santay está ubicada en el cantón Durán y a 800 metros de la ciudad de Guayaquil.



Figura 7 Ubicación de la isla Santay

Nota: información adaptada de La Revista (2019)

2.2.8 Evolución y crecimiento de la isla Santay

La isla Santay se ha convertido en un lugar muy visitado por personas de la ciudad y turistas. Se acercan con fines deportivos o para compartir en familia y con amigos, contactar con la naturaleza y conocer un poco más de la fauna y flora que caracteriza al lugar. Aunque actualmente carece de nuevas alternativas de atracción turística, sigue siendo un lugar con gran potencial natural.

En la siguiente galería de fotos se observa el antes y después de la isla Santay, como parte de la evolución y crecimiento durante los últimos años.

Antes:



Figura 8 Remodelación de espacios
Nota: Información adaptada de Lozano (2018)



Figura 9 Espacios antes de remodelación
Nota: Información adaptada de (Ministerio del Ambiente, 2015)



Figura 10 Espacios antes de remodelación 2
Nota: Información adaptada de Ministerio del Ambiente (2015)



Figura 11 Espacios antes de remodelación 3
Nota: información adaptada de Ministerio del Ambiente (2015)



Figura 12 Espacios antes de remodelación 4
 Nota: información adaptada de Ministerio del Ambiente (2015)

Después:



Figura 13 Espacios remodelados 1
 Nota: información adaptada de Ministerio del Ambiente (2020)



Figura 14 Espacios remodelados 2
 Nota: información adaptada de Lozano (2018)

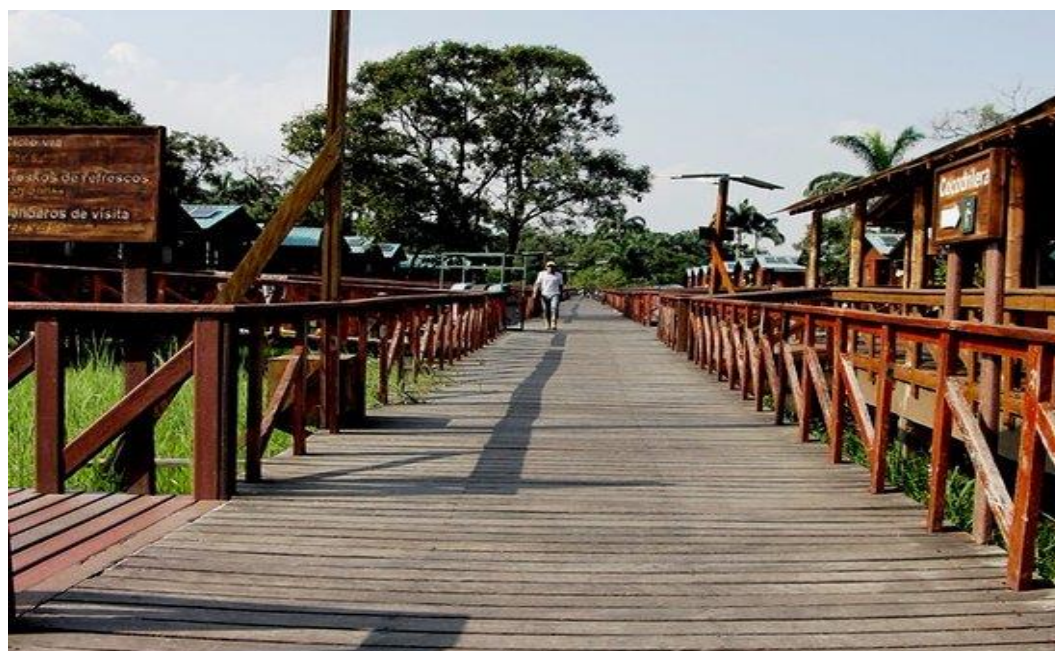


Figura 15 Espacios remodelados 3
 Nota: información adaptada de Lozano (2018)



Figura 16 Muelle remodelado isla Santay
Nota: información adaptada de Lozarno (2018)

2.3 Marco legal

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador en el Artículo 14, bajo la importancia de vivir en un Ambiente sano, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Asamblea Nacional, 2008).

En este mismo sentido, la Constitución hace referencia en el Artículo 261 que el Estado tiene competencia exclusiva sobre las áreas protegidas y los recursos naturales, por lo que asume toda la responsabilidad de protección y defensa de estos espacios.

También señala que en el Artículo 397 lo siguiente:

Art. 397.- En caso de daños ambientales el Estado actuará de manera inmediata y subsidiaria para garantizar la salud y la restauración de los ecosistemas. Además de la sanción correspondiente, el Estado repetirá contra el operador de la actividad que produjera el daño las obligaciones que conlleve la reparación integral, en las condiciones y con los procedimientos que la ley establezca (Asamblea Nacional, 2008).

Específica en el numeral 4, que es responsabilidad del Estado asegurar la intangibilidad de las áreas naturales protegidas, de tal forma que se garantice la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas de los ecosistemas. El manejo y administración de las áreas naturales protegidas estará a cargo del Estado.

Es importante hacer referencia al artículo 405 y 407, en los cuales se establece lo siguiente:

Art. 405.- El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado. El Estado asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión. Las personas naturales o jurídicas extranjeras no podrán adquirir a ningún título tierras o concesiones en las áreas de seguridad nacional ni en áreas protegidas, de acuerdo con la ley.

Art. 407.- Se prohíbe la actividad extractiva de recursos no renovables en las áreas protegidas y en zonas declaradas como intangibles, incluida la explotación forestal. Excepcionalmente dichos recursos se podrán explotar a petición fundamentada de la

Presidencia de la República y previa declaratoria de interés nacional por parte de la Asamblea Nacional, que, de estimarlo conveniente, podrá convocar a consulta popular.

2.3.2 Reconocimiento de isla Santay como Área Protegida dentro del SNAP

Acuerdo Ministerial No. 21 del 20 de febrero de 2010

Acuerdo Ministerial No.21 del 20 de febrero de 2010, indica en los siguientes artículos:

Art. 1: Declarar: “ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN” e incorporarla al Patrimonio Nacional de Áreas Protegidas del Estado, a una extensión de 2.214 hectáreas al área ubicada en la ISLA SANTAY y a la ISLA DEL GALLO localizadas en la provincia del Guayas, en el curso del río Guayas en el límite natural de los cantones Guayaquil y Durán. El área física propuesta para ser declarada se encuentra dentro de las siguientes coordenadas georreferenciadas al DATUM PSAD ´56, Proyección UTM zona 17 sur.

Art. 4. Prohibir todas aquellas actividades que no sean compatibles con los fines que persigue el área declarada, la que a partir de la suscripción del presente Acuerdo queda incorporada al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, por lo tanto, esta área no podrá ser considerada como parte del patrimonio del INDA.

Art. 5. Inscribir el presente acuerdo Ministerial en el libro del Registro Forestal que lleva la Dirección Provinciales de Guayas y en el Registro de la Propiedad de las circunscripciones territoriales respectivas en que se encuentra ubicada el área natural.

2.3.3 Declaración RAMSAR – isla Santay

- La isla Santay fue declarada como sitio RAMSAR el 31 de octubre del 2000 y se la incluyó en la Lista de Humedales de Importancia Internacional, con base en los siguientes criterios: Proporciona hábitat para varias especies de animales amenazados de

extinción en el ámbito mundial y/o bajo régimen de protección por la legislación nacional;

- Alberga elementos determinados de diversidad biológica raros o particularmente característicos de la región biogeográfica;
- Es un sitio crítico para especies itinerantes; es un sitio de confluencia de especies migratorias de agua dulce y marinas; y
- Representa un sitio importante para especies acuáticas que migran desde aguas estuarinas hacia los ríos y hacia el mar.

A continuación, se especifica un poco más los criterios de acuerdo a los Manuales RAMSAR, para considerar un espacio RAMSAR (Manuales RAMSAR, 2011), los mismos señalan:

Grupo A de los Criterios - Sitios que comprenden tipos de humedales representativos, raros o únicos

Criterio 1: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si contiene un ejemplo representativo, raro o único de un tipo de humedal natural o casi natural hallado dentro de la región biogeográfica apropiada.

Grupo B de los Criterios – Sitios de importancia internacional para conservar la diversidad biológica Criterios basados en especies y comunidades ecológicas.

Criterio 2: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta especies vulnerables, en peligro o en peligro crítico, o comunidades ecológicas amenazadas.

Criterio 3: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta poblaciones de especies vegetales y/o animales importantes para mantener la diversidad biológica de una región biogeográfica determinada.

Criterio 4: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta especies vegetales y/o animales cuando se encuentran en una etapa crítica de su ciclo biológico, o les ofrece refugio cuando prevalecen condiciones adversas. Criterios específicos basados en aves acuáticas Criterio 5: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta de manera regular una población de 20.000 o más aves acuáticas.

Criterio 6: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta de manera regular el 1% de los individuos de una población de una especie o subespecie de aves acuáticas.

Criterios específicos en base a peces

Criterio 7: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si sustenta una proporción significativa de las subespecies, especies o familias de peces autóctonas, etapas del ciclo biológico, interacciones de especies y/o poblaciones que son representativas de los beneficios y/o los valores de los humedales y contribuye de esa manera a la diversidad biológica del mundo.

Criterio 8: Un humedal deberá ser considerado de importancia internacional si es una fuente de alimentación importante para peces, es una zona de desove, un área de desarrollo y crecimiento y/o una ruta migratoria de la que dependen las existencias de peces dentro o fuera del humedal.

Criterios específicos basados en otros taxones

Criterio 9: Un humedal deberá considerarse de importancia internacional si sustenta habitualmente el 1% de los individuos de la población de una especie o subespecie dependiente de los humedales que sea una especie animal no aviaria.

2.3.4 Declaración de emergencia sanitaria Ecuador marzo 2020

El 17 de marzo de 2020, el Estado Ecuatoriano emite Decreto 1017, donde declara estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por los casos de coronavirus confirmados y la declaración de pandemia de COVID-19 por parte de la Organización Mundial de la Salud, lo cual representa un alto riesgo de contagio a toda la ciudadanía, afectando incluso la convivencia pacífica de todos (Presidencia del Ecuador, 2020).

Art. 4. Determinar que el alcance de la limitación del ejercicio del derecho a la libertad de tránsito se realizará únicamente con la finalidad específica de mantener una cuarentena comunitaria obligatoria en las áreas de alerta sanitaria determinadas por la Autoridad Nacional de Salud para contener el contagio de la enfermedad, cuando ya existía casos confirmados en dicha área y en todo el territorio nacional.

A través del Art. 5, en virtud de lo expuesto se declara toque de queda y no se puede circular en las vías y espacios públicos a nivel nacional a partir del día 17 de marzo de 2020, en los términos que disponga el Comité de Operaciones de Emergencias Nacional. Se hacen solo algunas excepciones (Presidencia del Ecuador, 2020).

2.3.5 Declaración de emergencia Ecuador junio 2020

El 15 de junio de 2020, el Estado ecuatoriano a través del Decreto 1074, después de todos los considerandos, enuncia en el artículo 1:

Artículo 1. Declárese el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por la presencia de la COVID-19 en el Ecuador y por la emergencia económica sobreviviente a la emergencia sanitaria que atraviesa el Estado ecuatoriano, a fin de poder,

por un lado, continuar con el control de la enfermedad a través de las medidas excepcionales necesarias para mitigar su contagio masivo; y por otro lado, establecer mecanismos emergentes que permitan enfrentar la recesión económica así como la crisis fiscal, y generar las bases para iniciar un proceso de recuperación económica para el Estado ecuatoriano.

Artículo 2. DISPONER la movilización en todo el territorio nacional, de tal manera que, respecto de la presencia de la COVID-19 en el país, todas las entidades de la Administración Pública Central e Institucional trabajen conjuntamente para poder mantener las medidas de prevención necesarias frente a la COVID-19, y en especial el Ministerio de Salud Pública y el Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencia coordinen de modo permanente acciones orientadas a atender y mitigar los efectos del coronavirus en el Ecuador (Presidencia de la República, 2020).

Artículo 3. Se suspende el ejercicio del derecho a la libertad de tránsito y el derecho a la libertad de asociación y reunión [...]

Artículo 4. Determinar que el alcance de la limitación del ejercicio del derecho a la libertad de tránsito de realizará únicamente con la finalidad específica de mantener las medidas de aislamiento y distanciamiento social según corresponda conforme el color del semáforo adoptado en cada región.

2.3.6 Resoluciones de COE nacional 21 de agosto 2020

El COE Nacional, en sesión permanente del viernes 21 de agosto de 2020, por unanimidad de los miembros plenos, resolvió:

- 1) Autorizar bajo la figura de plan piloto la solicitud de reapertura progresiva de termas en la Parroquia Papallacta en los siguientes establecimientos: Terjamanco S.A, Termas

Papallacta S.A. y Termas Santa Catalina, la apertura deberá efectuarse en estricto apego a los protocolos presentados para el efecto y a los emitidos desde el Ministerio de Turismo como ente rector (Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencia, 2020).

Se encarga al COE Cantonal como proponente de la iniciativa y al Ministerio de Turismo, emitir un informe en el término de 15 días sobre la implementación de este plan piloto.

- 2) Autorizar bajo la figura de plan piloto la solicitud de reapertura progresiva de piscinas y aéreas húmedas, en los establecimientos de alojamiento turístico del cantón Baños de Agua Santa, en estricto apego al “Protocolo General De Bioseguridad, Para Uso De Piscinas Y Áreas Húmedas Como Servicio Complementario De Establecimientos De Alojamiento Turístico, Al Momento De Su Reapertura, Versión 1.0.”

Se encarga al COE Cantonal como proponente de la iniciativa y al Ministerio de Turismo, emitir un informe en el término de 15 días sobre la implementación de este plan piloto.

- 3) Autorizar la solicitud del COE Metropolitano de Quito, y Ministerio de Turismo con respecto al levantamiento de las medidas de restricción para el Distrito Metropolitano de Quito referente al desarrollo de reuniones corporativas, ruedas de prensa y académicas, de menos de 25 personas, para lo cual se observará el protocolo emitido por el ministerio rector, disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/protocolos-de-bio-seguridad/>
- 4) Aprobar el “Protocolo de Operaciones para la Reanudación de las Competencias de Clubes”, presentado por la CONMEBOL.
- 5) Las clases presenciales en el sistema educativo a todo nivel se mantienen suspendidas. El Ministerio de Educación seguirá desarrollando la implementación de la fase 1 del Plan Educativo: “Aprendemos Juntos en casa” (Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencia, 2020).

CAPÍTULO 3

Metodología

Según Baena (2014), la metodología de la investigación es “una disciplina de conocimiento encargada de la elaboración, definición y sistematización de un conjunto de técnicas, métodos y procedimientos que se deben seguir para cumplir con el desarrollo de un proceso de investigación para la producción de conocimiento”.

3.1 Diseño

Este estudio se ha diseñado de manera que sea una investigación no experimental, como aquella que se ejecuta sin maniobrar las variables, centrándose en describir y analizar la problemática de estudio. Se basa principalmente en el análisis de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Este diseño tiene la característica de observar y estudiar a los sujetos en su ambiente cotidiano, sin tener algún tipo de influencia o control en las variables y registrando los resultados que ocurren por efectos naturales.

3.2 Enfoque

El enfoque que se ha elegido en la presente investigación es de tipo mixto; es decir, se emplearán herramientas cualitativas y cuantitativas. El enfoque cualitativo se refiere a una exploración no numérica de los datos; es decir, atiende a las características principales del problema a enfrentar y está encaminada a realizar una interpretación subjetiva e inductiva de los datos, identificando sus principales características y rasgos distintivos. Su objetivo principal es el análisis de las características del fenómeno estudiado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Para ello se vale de herramientas que le permitan identificar las principales cualidades del fenómeno de estudio y poder establecer las bases para un examen objetivo.

El enfoque cuantitativo se refiere a un análisis numérico de la información, en la cual se emplean estas herramientas como la encuesta. La encuesta emplea técnicas estadísticas para identificar las principales variables de estudio y que los datos aporten significativamente a encontrar una propuesta de solución al problema.

3.3 Alcance

Con la implementación de estrategias se pretende tener como alcance la mejora del emprendimiento en el turismo ecológico, con la finalidad de otorgar un servicio y atención diferenciada a los turistas locales y extranjeros que llegan al lugar con grandes expectativas. De la misma manera, brindar un nivel alto de satisfacción al turista debido a que la propuesta se centra en satisfacer cada una de las necesidades que estos presenten.

3.4 Tipos de investigación

3.4.1 De campo

Esta investigación se denomina de campo, ya que la información se obtiene en el lugar de interés, en este caso con una visita a la isla Santay, en donde se pudo recopilar la información necesaria para ser analizada.

3.4.2 Documental

Es el tipo de investigación que se basa en obtener información por medio de documentos, revistas, páginas oficiales y demás fuentes del tipo bibliográfico. Fuentes que fueron indispensables para complementar el proyecto de investigación. Este tipo de investigación da a

conocer cuán importante son los diversos criterios y puntos de vista de diferentes autores, permitiendo esto un mejor entendimiento del tema y así obtener un buen resultado.

3.4.3 Exploratoria

Para llevar a cabo este tipo de investigación se realiza la visita a la isla Santay para conocer los principales problemas que presenta el sector emprendedor del lugar, para analizar y establecer posibles soluciones, además de conocer a los responsables para establecer las soluciones que se planteen. Una vez que se culmine la exploración se presentará a la persona encargada de la mejora y mantenimiento de las principales fallas que se visualizaron para poner en práctica o las medidas adoptadas que permitan eliminar los problemas que presentan.

3.4.4 Descriptiva

Este tipo de investigación está basada en realizar un análisis e interpretar lo que se ha observado durante la visita realizada, en cuanto a la naturaleza, senderos, fauna, flora, restauración y habitantes del sector. En la isla Santay se observa el mal estado de los senderos, además se evidenció una gran afluencia de turistas antes de la pandemia, por lo cual se debe corregir la situación para quienes transitan y visitan el lugar.

3.5 Población

La población de estudio fueron los 200 habitantes de la isla Santay.

3.6 Muestra

Dado que la investigación fue realizada en pandemia generada por el COVID-19 y las limitaciones propias al alcance en el levantamiento de datos, se empleó un muestro no probabilístico por conveniencia en el cual se seleccionó a 30 habitantes de la isla para realizar la encuesta.

Adicionalmente, para obtener más información sobre la administración de la Isla se entrevistó al administrador de áreas protegidas y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay.

3.6.1 Instrumento de recopilación de información:

La técnica a emplear fue la entrevista y la encuesta, debido a las restricciones de no poder ingresar a la isla. La entrevista al administrador de la Isla fue realizada de manera presencial, las evidencias pueden ser observadas en el anexo. La encuesta fue realizada vía telefónica, puesto que se tiene restringido el acceso al lugar, como medida para detener el avance del COVID-19.

Se entrevistaron a 30 personas, de las cuales 18 fueron hombres y 12 mujeres comprendidas entre las edades de 18 a 65 años. Estas personas presentaban distintas áreas de trabajo como amas de casa, agricultores, albañiles, entre otros.

Turismo () Agricultura () Otros () Especifique _____

8 **En relación con los siguientes criterios indique ¿Cuál de estas opciones cree usted que deben ser perfeccionadas para aumentar y favorecer la experiencia del turista?**

Vías de movilización () Atención al turista () Información () Seguridad ()

Servicios básicos () Comida () Zonas de descanso ()

Actividades de recreación () Otros () ¿Por qué?

9 **¿En la actualidad se cuenta con estrategias para llamar la atención del turista y ofertar sus productos?**

Sí () No ()

10 **¿Habría disposición para ser parte de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla?**

Sí () No ()

11 **¿Partiendo de que el Ministerio de Ambiente ha impartido conocimientos de emprendimiento a los habitantes de la isla Santay, qué curso creería usted que ayudaría a complementar de mejor forma para tener mejores ingresos económicos?**

() Restauración: Huerto orgánico y clases de cocina

() Transportación: Yates con energía solar

() Artesanías: Clases de artesanías con productos nativos

() Mantenimiento de las bicicletas

() Ser parte del control interno y seguridad

() Herramientas Tecnológicas como el uso de redes sociales Facebook, Instagram, Twitter.

12 **¿Qué medio de comunicación tendría mayor acogida para recibir información de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla?**

Radio Sucre () Televisión - TC ()

Medios digitales – Facebook, Twitter e Instagram () Otros () ¿Por qué?

13 **De los emprendimientos actuales en la isla, ¿cuál considera que tiene mayor acogida en la isla Santay por los turistas?**

Transporte en yates () Restauración () Artesanías ()

-
- 14 **¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en las artesanías ofertadas?**
 Calidad () Precio () Presentación () Otros () ¿Por qué?
- 15 **¿Cuál es el mayor atractivo que se encuentra en la restauración ofertada?**
 Sabor () Variedad () Precio () Otros () Especifique _____
- 16 **¿Cuál es el mayor atractivo que se encuentra en el transporte en yates hacia la isla?**
 Comodidad () Precio () Facilidad de acceso () Otros () Especifique _____
-

Nota: formulario elaborado por el autor

Método de procesamiento de datos

Para procesar la información obtenida de la aplicación de encuestas se utilizó la herramienta tecnológica Microsoft Excel para tabular las respuestas y proceder gráficamente a analizar dicha información.

Capítulo IV

4 Resultados

4.1 Análisis de entrevista

Entrevista al Biólogo: Andrés Morán Cedeño, Administrador de áreas protegidas y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay.

Partiendo de su conocimiento y experiencia como administrador, podría comentarnos ¿cómo calificaría la situación actual en cuanto a los emprendimientos con los que cuenta dentro de la isla Santay: restauración, transportación en yates y artesanías.?

R. En la actualidad, el problema radica en que las áreas protegidas estuvieron cerradas a partir de que empezó el estado de excepción hasta la actualidad, lo que ha mermado la actividad turística, afectando principalmente a la comunidad santayence; sin embargo, estamos a la espera de que el Ministerio del Ambiente autorice la apertura de la isla Santay al público.

¿Considera usted que existe interés por parte de la comunidad en incursionar en nuevos emprendimientos o en fortalecer los actuales?

R. Siempre ha existido interés por parte de la comunidad en mejorar los emprendimientos actuales, al igual que siempre han existido varias propuestas en construir nuevos servicios y actividades. La falta de inversión ha dificultado el desarrollo de nuevos emprendimientos y como es de conocimiento público, el estado tiene bajo presupuesto para la comunidad.

En general en una escala del 1 al 10 (1 bajo y 10 alto), ¿cómo calificaría usted el servicio de transporte en yates, coméntenos acerca del tema?

R. Bajo mi criterio, antes que nada, el traslado fluvial siempre ha sido de retorno, para una mejor comprensión, gente que llega al muelle de la eco aldea y retornan a Guayaquil. Sin embargo, uno de los principales problemas es la falta de un muelle en Guayaquil (de uso

exclusivo para dirigirse o retornar de Santay), lo cual dificulta el transporte fluvial de doble vía, por lo que se hace de forma informal.

Lo que le daría una calificación de 5, ya que no hay temas de control y la operación fluvial debe ser mejorada.

En general en una escala del 1 al 10 (1 bajo y 10 alto), ¿cómo calificaría usted el servicio de restauración?

R. La actividad de gastronomía o servicio de restauración debe ser mejorada, principalmente la atención al cliente, ya que la comunidad o las personas encargadas de esta área deben de tener predisposición, dinamismo, elocuencia, al momento de atender al público, aunque hacen un buen trabajo, lo que he dado mi calificación de 8.

En general en una escala del 1 al 10 (1 bajo y 10 alto), ¿cómo calificaría usted el servicio de artesanía?

R. La parte de la comercialización de artesanías, tiene una buena calificación, de 9. Si bien comercializan artículos artesanales referentes a la isla Santay, estos no son elaborados dentro de la isla con materiales nativos, sino que son comprados en la ciudad de Guayaquil y a su vez comercializados.

Lo que sería factible es que las artesanías sean elaboradas dentro de la isla Santay y con elementos nativos encontrados dentro de la isla, como por ejemplo tenemos a la tagua que sí existe en la isla podría servir para hacer las artesanías.

¿Considera usted que los senderos turísticos de la isla se encuentran en buen estado y de fácil acceso y cuentan con la seguridad necesaria?

R. Para empezar los senderos son de fácil acceso. En cuanto a la seguridad, hace poco tiempo atrás contábamos con seguridad privada, aún sin ello son senderos seguros. Sin embargo, los

senderos que conectan desde el puente de Guayaquil y Durán hacia la Eco aldea tienen falencias, que hay que tratar de solventar; esto es un tema que ya está en manos de las autoridades correspondientes. A pesar de todo, los demás senderos son sitios en óptimas condiciones y seguros.

¿Considera usted que las visitas por parte de los turistas llenan sus expectativas?

R. Esta pregunta tiene que ver con la percepción y satisfacción del turista, pero considero que sí hay un buen nivel de satisfacción.

Por ejemplo, el hecho de tener que caminar durante mucho tiempo hasta llegar a la eco aldea, para muchos es incómodo. Al contrario, hay personas que sí gustan de hacer deportes, para ellos no hay ningún tipo de problema, pero muy aparte de todo lo que tengan que caminar, una vez dentro de la isla el resto de actividades sí llenan sus expectativas.

¿Qué tipo de infraestructura o servicios usted considera que se deben implementar en la isla para mayor atracción turística?

R. Para esta pregunta hay algunas propuestas: nuevos senderos que se han dado apertura, que podrían incluir varias actividades, se podrían hacer ciclo paseos que van hacia el centro de la isla, se podría hacer infraestructura como las torres de avistamiento de aves, pueden colocarse puntos de hidratación, sitios de descanso y recreación, paseos a caballo, se podría también tener algo ecológico un huerto orgánico, o granja orgánica e incluir la pesca deportiva.

Actualmente, ¿cuentan con algún plan de acción para la reactivación económica y turística POST-COVID-19?

R. Plan de acción como tal no tenemos, pero lo que sí tenemos es un protocolo de Bioseguridad, para poder trabajar de una manera ordenada y a su vez la comunidad cuente con la seguridad necesaria y podamos salir adelante en lo económico, social y turístico.

¿Con qué frecuencia la isla Santay recibe mantenimiento en su infraestructura?

R. Para esta pregunta cabe recalcar que existen dos tipos de mantenimiento: el preventivo y el correctivo. En este caso se basa la mayor parte del mantenimiento en lo preventivo, a su vez la comunidad también ayuda en este tipo de mantenimiento. También hay infraestructura que sí necesitan de un mantenimiento correctivo, pero por temas de presupuesto no se han podido realizar, como ejemplo se tienen las camineras.

Actualmente, ¿bajo qué jurisdicción o ministerios se encuentra a cargo la isla Santay?

R. La isla Santay actualmente se encuentra bajo la jurisdicción del Ministerio de Ambiente y Agua, además de constar dentro de las Áreas Protegidas del Ecuador.

¿Existe interés por parte de las autoridades locales en fortalecer el área de recreación en la isla Santay con nuevos emprendimientos, ayudando a fortalecer la economía de los habitantes de la Isla?

R. Sí existen varios proyectos en marcha para fomentar el turismo recreativo y eco amigable, pero muchos de estos necesitan de una buena inversión económica lo que ha provocado que dichos proyectos se queden en eso, “Proyectos”.

¿Conoce usted si hay planes de mejorar las camineras en mal estado de la isla Santay?

R. Antes de la pandemia del COVID-19 existían varios proyectos pro mejora de la isla Santay, pero por seguridad de la comunidad se los han tenido que aplazar, uno de ellos es el mantenimiento correctivo de las camineras.

Aunque existen varios estudios con su demanda potencial, de universidades inspirados en: reforestación, paneles solares, aviturismo(torre de avistamiento), granja apícola, huerto familiar, ruta fluvial, turismo comunitario, ecolodge con cabañas mejoradas con servicio de agua potable, marketing a través de la filmación de una película, entre otros; no se han

materializado aún por falta de recursos económicos, permisos (el Plan de Manejo rigió por el periodo 2011-2016, aún pendiente de actualizar), ¿conoce usted si hay planes de actualizar el Plan de Manejo?

Actualmente, el plan de manejo estaba propuesto para este año, pero por temas de la pandemia no se ha podido concretar.

¿Ha pensado usted en poner un buzón de sugerencias para conocer la experiencia vivida en la isla Santay, de los visitantes/turistas?

R. Sí se ha pensado en poner un buzón de sugerencias, ya que para las autoridades y la comunidad es bueno tener claro todas las sugerencias por parte de los turistas, ya que esto ayudaría a mejorar lo que quizás es imposible apreciar.

¿Qué propondría usted para que los ingresos económicos de los santayences sean mejores y tengan mejores alternativas de subsistencia con el turismo amigable con la naturaleza?

R. Que la comunidad trabaje en conjunto para llegar a un solo fin, dejando siempre a un lado las diferencias que puedan existir. Eso es lo que se requiere principalmente para poder mejorar los ingresos.

Análisis de la entrevista

Luego del levantamiento de datos procedentes de la entrevista se concluye que existen planes de mejora para la isla, pero a falta de presupuesto no se han llevado a cabo. Esto se complicó dado el cierre de las instalaciones a causa de la pandemia generada por el COVID-19 lo que ha incidido directamente en la salud financiera de los habitantes de la isla.

Ante tal situación los habitantes han presentado interés en mejorar los emprendimientos actuales; sin embargo, la falta de inversión ha dificultado el desarrollo de nuevos

emprendimientos y como es de conocimiento público, el estado tiene bajo presupuesto para la comunidad.

Adicionalmente, las respuestas del entrevistado afirman que existe interés por parte de los habitantes para empezar nuevos emprendimientos. Además, se presenta una buena calificación en el área de gastronomía y artesanía en la cual se presentan oportunidades de mejora. La calificación de 5 se presenta para el transporte fluvial, puesto que esta debe ser mejorada a través de proyectos que permitan aprovechar este medio de transporte.

Dentro de las principales fortalezas de la isla se tiene que existe un potencial en la producción de artesanías y restaurantes, además de tener senderos de fácil acceso. Para mejorar la atracción del turismo hay algunas propuestas: nuevos senderos que se han dado apertura, que podrían incluir varias actividades, se podrían hacer ciclo paseos que van hacia el centro de la isla, se podría hacer infraestructura como las torres de avistamiento de aves, pueden colocarse puntos de hidratación, sitios de descanso y recreación, paseos a caballo, se podría también tener algo ecológico un huerto orgánico, o granja orgánica e incluir la pesca deportiva.

De acuerdo con la recomendación recibida del entrevistado se lo puede clasificar como un promotor de las visitas a la isla Santay.

4.2 Análisis de la encuesta

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de las encuestas realizados a los habitantes del sector de la isla Santay y el respectivo análisis.

Pregunta 1: ¿Considera que existen oportunidades de emprendimiento en su lugar de residencia?

Tabla 5
Resultados pregunta 1

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	23%
No	23	77%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

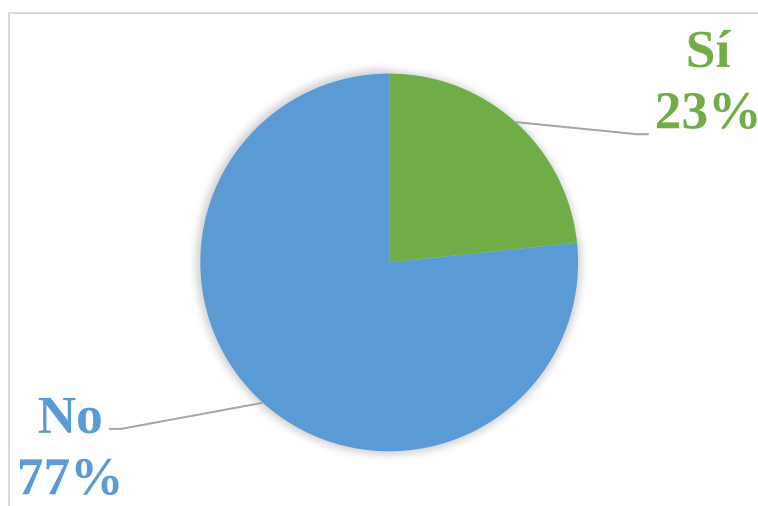


Figura 17. Resultados pregunta 1

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

Análisis

Con la información obtenida se reconoció que los habitantes de la isla Santay en un 77afirman que no existen oportunidades de negocio en la Isla. Mientras que un 23% afirma que las oportunidades para emprender sí existen.

Pregunta 2: ¿Considera que la actividad emprendedora contribuye a mejorar la calidad de vida dentro de la isla?

Tabla 6

Resultados pregunta 2

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	33%
No	20	67%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

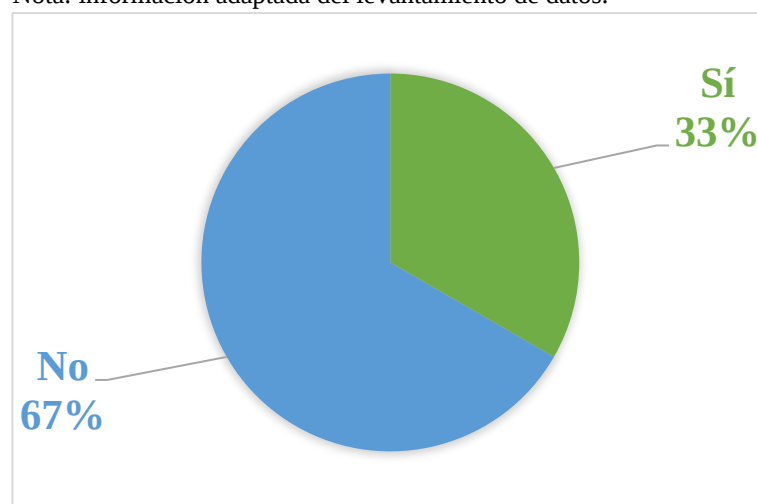


Figura 18. Resultados pregunta 2

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

Análisis

Según los resultados obtenidos indican que la mayor parte en un 67% afirma que una actividad emprendedora no incide directamente para la mejora de la calidad de vida. Mientras que solo un 33% afirma que sí influye. Este resultado negativo tiene relación con la pregunta anterior, puesto que al no existir oportunidades de emprendimiento existe la percepción por parte de los habitantes de que estas actividades no mejoran la calidad de vida.

Pregunta 3: ¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en la comercialización de artesanías?

Tabla 7
Resultados pregunta 3

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	10	33%
Precio	7	23%
Presentación	10	33%
Otros	3	10%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos..

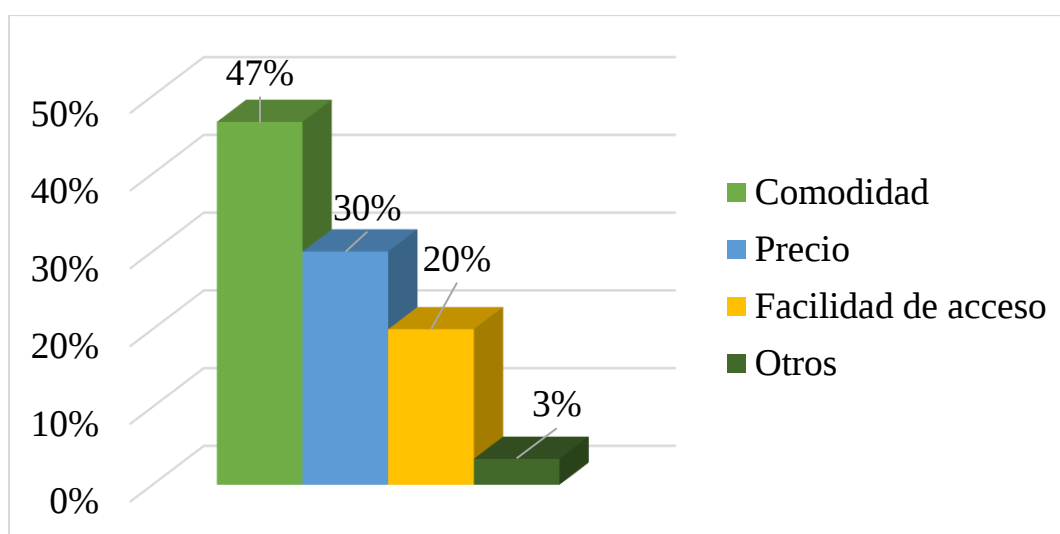


Figura 19. Resultados pregunta 3

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

Análisis

De acuerdo con la información obtenida se reconoció que la población opina que el mayor atractivo que encuentran en la comercialización de artesanías es el precio en un 33%, seguido de la calidad en un 33%. Convirtiéndose esto en un indicador puntual a considerar en esta actividad económica.

Pregunta 4: Asigne un peso a cada característica que se encuentra en la restauración ofertada, siendo 4 el mayor peso y 1 el menor peso.

Tabla 8

Resultados pregunta 4

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	9	30%
Variedad	6	20%
Precio	8	27%
Presentación	7	23%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

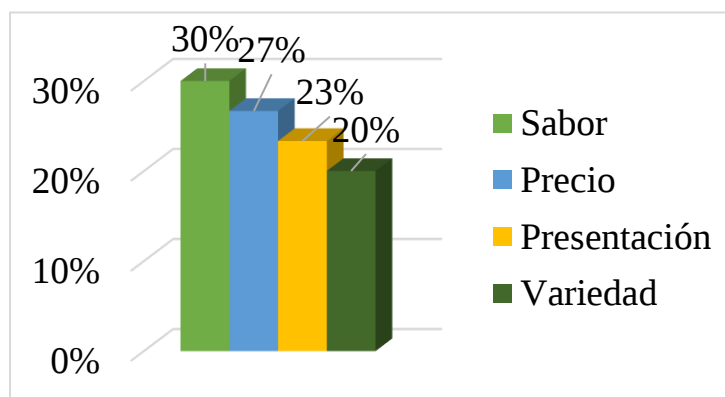


Figura 20. Resultados pregunta 4

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, la población indica que dentro de las características que presenta la actividad de restauración, el sabor y la variedad tienen mayor peso que los demás, dejando a un lado casi por completo la presentación.

Pregunta 5: ¿En qué nivel clasificaría usted su conocimiento sobre herramientas para dar a conocer los productos del emprendimiento?

Tabla 9
Resultados pregunta 5

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Alto	6	20%
Medio	12	40%
Bajo	12	40%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

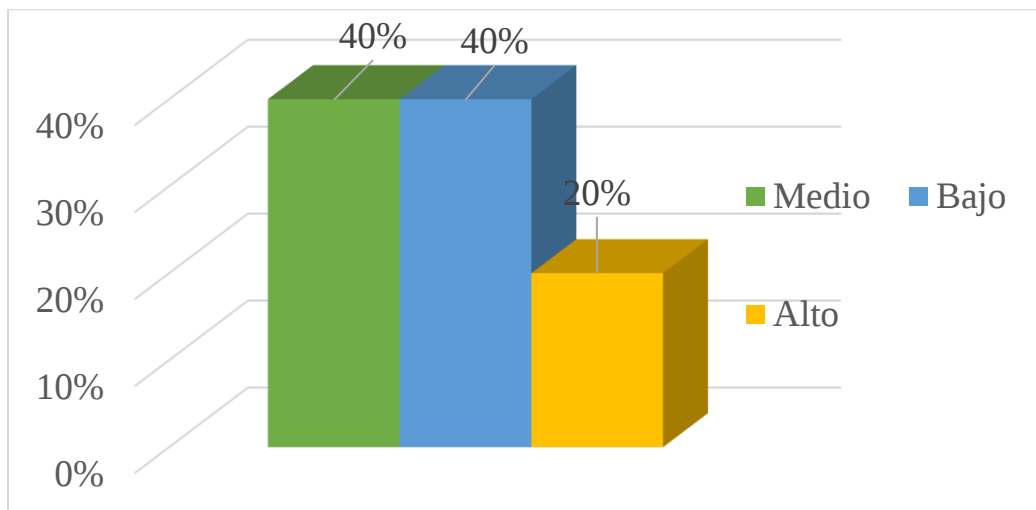


Figura 21. Resultados pregunta 5

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos, manifiestan que el 40 % de la población presenta un conocimiento medio en cuanto al nivel de conocimiento sobre herramientas para dar a conocer los productos de emprendimiento, al mismo tiempo solo un 40% del total de los encuestados afirman tener un conocimiento bajo sobre los recursos tecnológico.

Pregunta 6: ¿Ha recibido capacitación sobre el proceso de emprendimiento?

Tabla 10
Resultados pregunta 6

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	33%
No	20	67%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

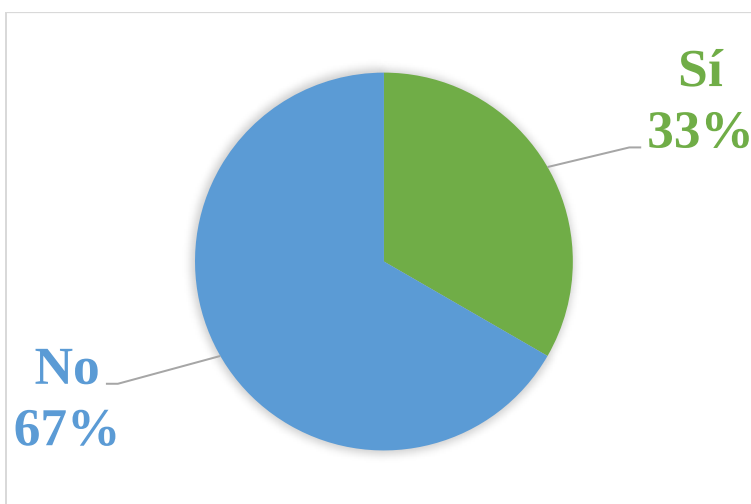


Figura 22. Resultados pregunta 6

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayor parte de la población manifiesta que en un 67% no han recibido capacitación con respecto al proceso de emprendimiento, mientras que el 33 % indica que sí. Considerando que la mayoría no ha recibido capacitación, se debe preparar un plan para esta actividad.

Pregunta 7: ¿En qué área considera que puede realizar un emprendimiento?

Tabla 11

Resultados pregunta 7

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	14	47%
Agricultura	10	33%
Otros	6	20%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

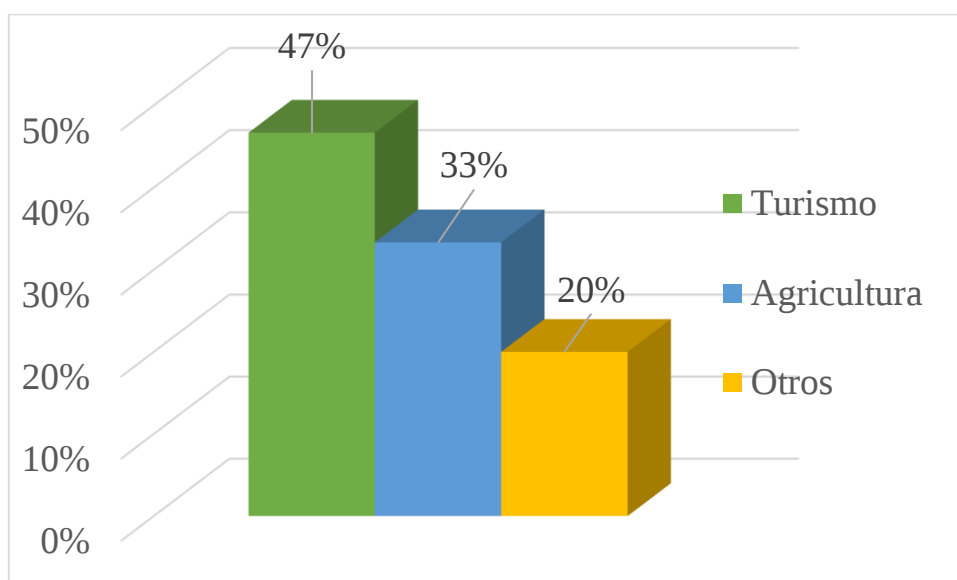


Figura 23. Resultados pregunta 7

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos indican que la población considera que la mejor área para realizar emprendimiento es la de turismo en un 47 %, esto se debe a que el sector es conocido como un atractivo turístico y por tal motivo es la actividad más viable. Por otro lado, la agricultura se ha presentado como la segunda mejor opción con un 33%.

Pregunta 8: En relación con los siguientes criterios indique ¿Cuál de estas opciones cree usted que deben ser perfeccionadas para aumentar y favorecer la experiencia del turista?

Tabla 12
Resultados pregunta 8

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Vías de movilización	8	27%
Atención al turista	2	7%
Información	2	7%
Seguridad	3	10%
Servicios básicos	2	7%
Comida	3	10%
Zonas de descanso	4	13%
Actividades de recreación	4	13%
Otros	2	7%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

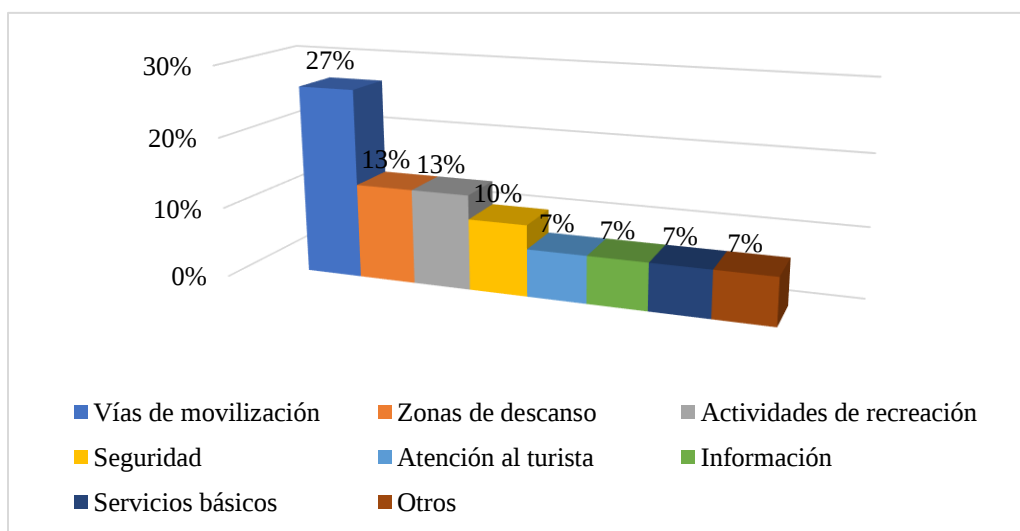


Figura 24. Resultados pregunta 8

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Los resultados indican que todas las opciones necesitan ser perfeccionadas para mejorar la actividad turística, aunque manifiestan que la actividad de servicios básicos es algo que está mejorando y no debería hacerle tanto seguimiento.

Pregunta 9: ¿En la actualidad cuentan con estrategias para llamar la atención del turista y ofertar sus productos?

Tabla 13
Resultados pregunta 9

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	23%
No	23	77%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

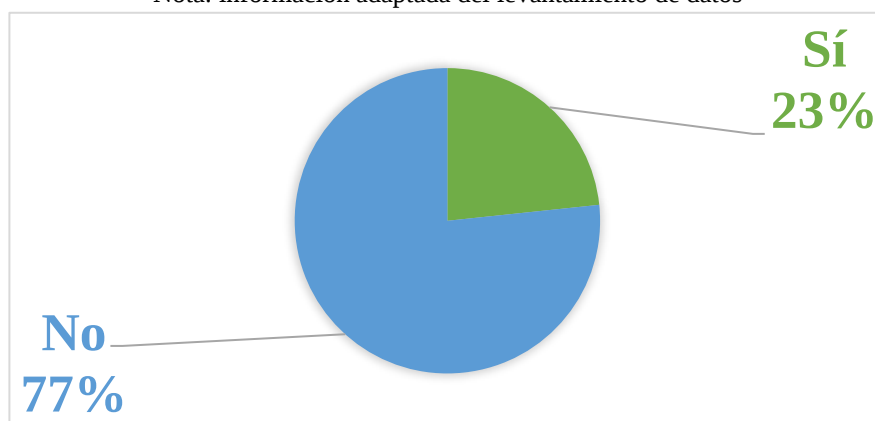


Figura 25. Resultados pregunta 9

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, la población manifiesta en un 77% que no cuentan con las estrategias adecuadas para llamar la atención de los turistas y lograr comercializar sus productos, esto dificulta la capacidad de emprendimiento dentro de la Isla. Solo un 7% afirma contar con herramientas para la atracción de los turistas.

Pregunta 10: ¿Estaría dispuesto a ser parte de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla?

Tabla 14

Resultados pregunta 10

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sí	27	90%
No	3	10%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos.

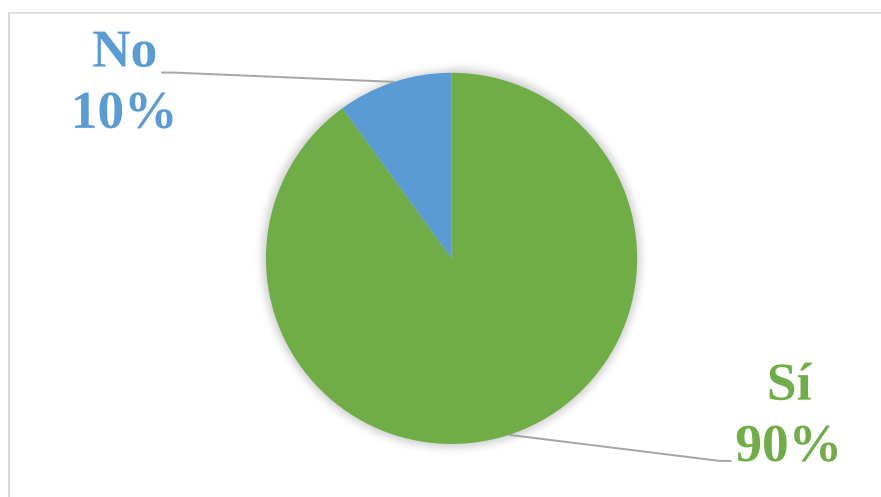


Figura 26. Resultados pregunta 10

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, se identificó que el 90 % de la población de estudio está dispuesta a ser parte de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla, mientras que el 10 % de la población prefiere quedarse al margen.

Pregunta 11: Partiendo de que el Ministerio de Ambiente ha impartido conocimientos de emprendimiento a los habitantes de la isla Santay, ¿qué curso creería usted que ayudaría a complementar de mejor forma para tener mejores ingresos económicos?

Tabla 15
Resultados pregunta 11

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Restauración: Huerto orgánico y clases de cocina	6	20%
Transportación: Yates con energía solar	8	27%
Artesanías: Clases de artesanías con productos nativos	4	13%
Mantenimiento de las bicicletas	7	23%
Ser parte del control interno y seguridad	1	3%
Herramientas tecnológicas como redes sociales	4	13%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

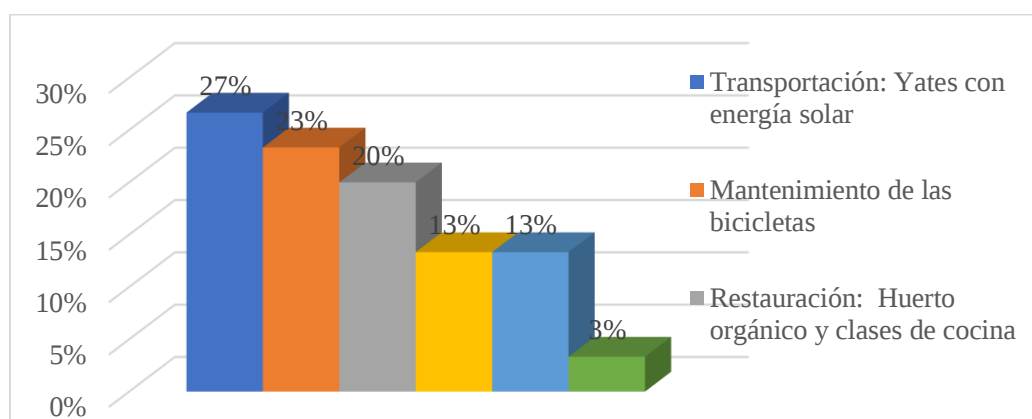


Figura 27. Resultados pregunta 11

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos, la población manifiesta que los cursos que ayudarían a complementar de mejor forma para tener mejores ingresos económicos serían los siguientes:

Mantenimiento de las bicicletas, Herramientas tecnológicas como redes sociales y

Transportación en yates con energía solar.

Pregunta 12: ¿Por qué medio estaría dispuesto a recibir parte ser de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla?

Tabla 16
Resultados pregunta 12

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Medios Digitales – Facebook, Twitter	17	57%
Televisión – TC	6	20%
Radio Sucre	4	13%
Otros	3	10%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

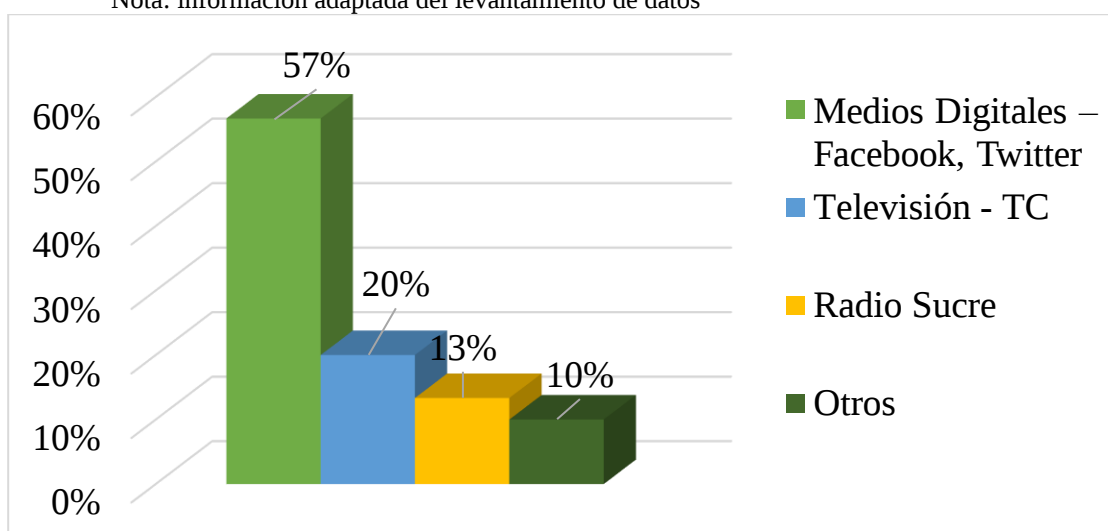


Figura 28. Resultados pregunta 12

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayor parte de la población representada en un 57% prefiere recibir los programas de mejora de la actividad emprendedora por medios sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Pregunta 13: De los emprendimientos actuales en la isla, ¿cuál considera que tiene mayor acogida en la isla Santay por los turistas?

Tabla 17
Resultados pregunta 13

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Transporte en yates	13	43%
Artesanías	10	33%
Restauración	7	23%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

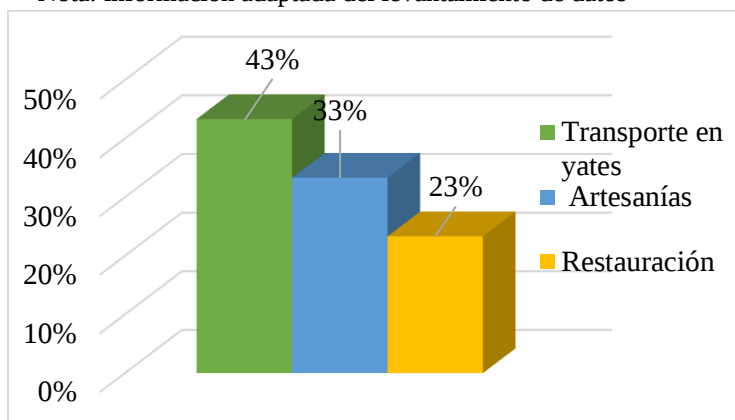


Figura 29. Resultados pregunta 13

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos la población manifiesta que el mayor emprendimiento con acogida en la isla Santay es el transporte en yates con un 43%, seguido de las artesanías en un 33%.

Pregunta 14: ¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en la comercialización de artesanías?

Tabla 18
Resultados pregunta 14

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	10	33%
Precio	9	30%
Presentación	8	27%
Otros	3	10%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

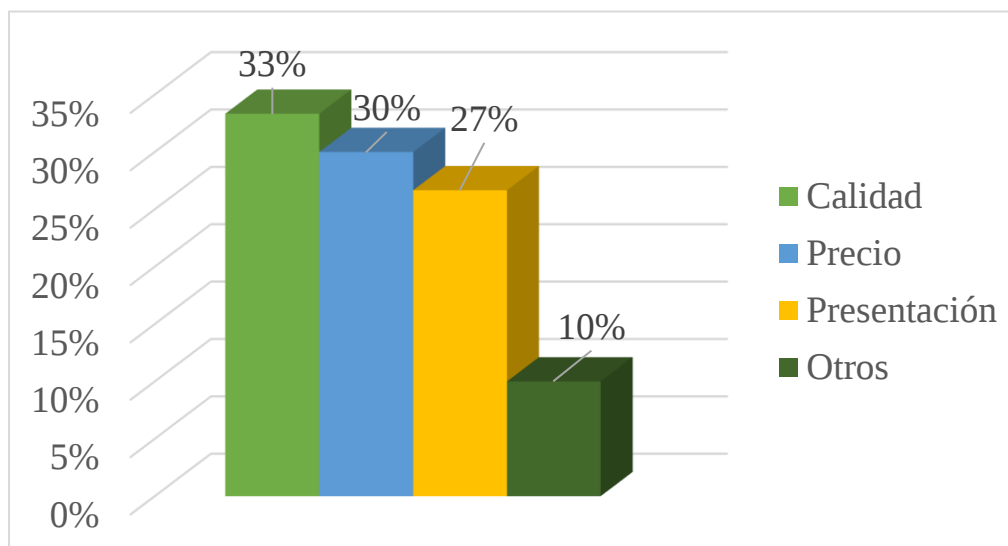


Figura 30. Resultados pregunta 14

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos, la población indica que el mayor atractivo dentro de la comercialización de las artesanías está dado por la calidad representado en un 33 %, seguido del precio en con un 30%.

Pregunta 15: ¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en la restauración ofertada?

Tabla 19
Resultados pregunta 15

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	13	43%
Precio	8	27%
Variedad	6	20%
Otros	3	10%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

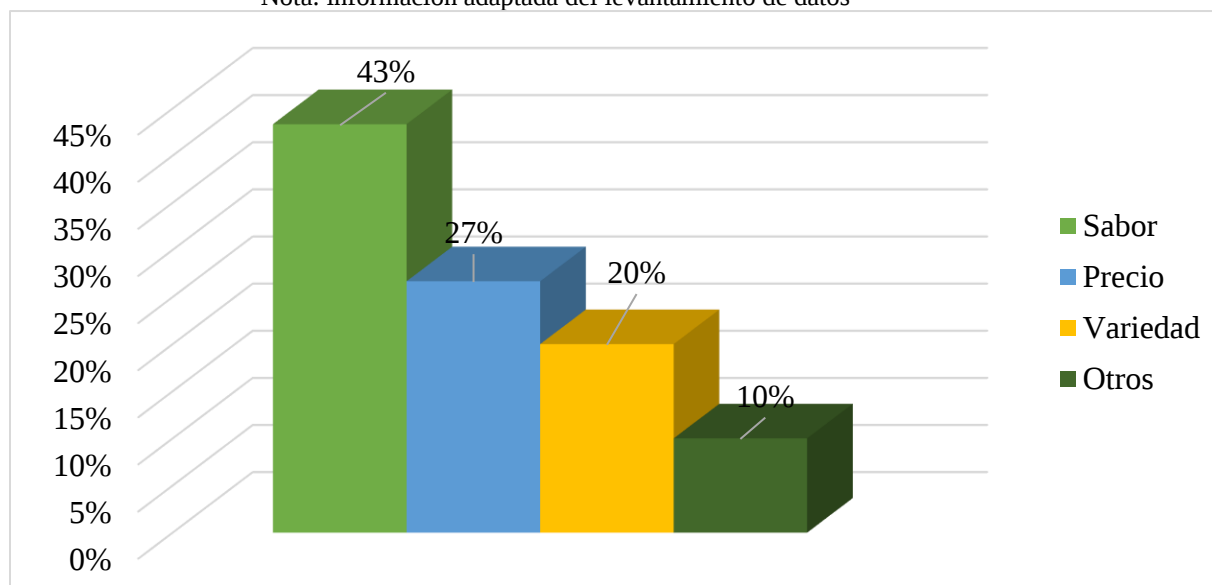


Figura 31. Resultados pregunta 15

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos, la población indica que el mayor atractivo dentro de la restauración ofertada está dado por el sabor, representado en un 43%, seguido del precio en un 27%.

Pregunta 16: ¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en el transporte en yates hacia la isla?

Tabla 20
Resultados pregunta 16

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	14	47%
Precio	9	30%
Facilidad de acceso	6	20%
Otros	1	3%
Total	30	100%

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

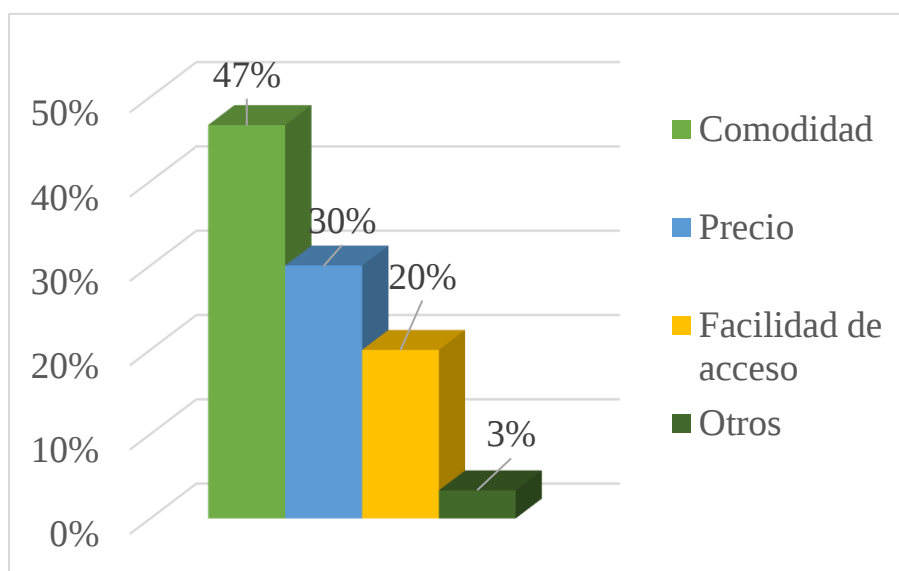


Figura 32. Resultados pregunta 16

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Análisis

Según los resultados obtenidos, la población indica que el mayor atractivo dentro del transporte en yates está dado por la comodidad representado en un 47%, seguido del precio en un 30%.

4.3 Propuesta

4.3.1 Introducción

De acuerdo al análisis e interpretación de los resultados de las encuestas realizadas a 30 habitantes de la isla Santay como plan piloto y una entrevista al Biólogo Andrés Morán Cedeño, Administrador de áreas protegida y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay , así como el criterio de los especialistas, se demostró la necesidad de diseñar estrategias para mejorar el emprendimiento en la isla Santay POST COVID-19 , el cual se encuentra ubicado entre la ciudad de Guayaquil y Durán

A través de la presente se propone estrategias adecuada en el área nacional de recreación “Isla Santay”, tomando en cuenta el criterio de los encuestados y entrevistado, así como las recomendaciones de los especialistas, con la finalidad de aportar en el desarrollo de este atractivo turístico y de sus emprendimientos actuales al mismo tiempo brindar una alternativa al crecimiento de la isla Santay, como lugar turístico de gran importancia en la región y el país. Ya que ha consecuencias del COVID-19 han generado situaciones negativas en muchos sectores económicos incluyendo el turístico, por tanto, esta investigación ofrece una propuesta valiosa para ser aplicada por la Isla

4.3.2 Objetivo

Diseñar un plan estratégico para mejorar e incentivar el emprendimiento en la “Isla Santay Post-Covid-19”

4.3.3 Objetivo específico

- Análisis interno y externo de la isla Santay año 2020 mediante FODA Y PEST
- Determinar estrategias basados en los resultados y opiniones de los expertos.

4.3.4 Justificación

El desarrollo de la presente propuesta se basa en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a partir de las encuestas y entrevista realizadas, a través del diagnóstico de la situación actual, se pueden establecer las estrategias que conformarán el plan estratégico de la propuesta.

4.3.5 Diseño del plan estratégico mediante análisis interno y externo de la isla Santay año 2020 mediante FODA Y PEST

Para el diseño las estrategias se tomaron en cuenta la opinión de la consulta a los especialistas para desarrollar el modelo del plan estratégico. a cuál se determina mediante un análisis FODA y PEST donde se constata la situación actual conociendo las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades

Para el análisis de la mejora del emprendimiento en la isla Santay POST COVID-19 se muestra en la Tabla 21 el siguiente análisis FODA.

Tabla 21
Análisis FODA de la isla Santay

Fortaleza de recursos y capacidades competitivas potenciales	Debilidades de recursos y deficiencias competitivas
• La isla Santay pertenece a la red de áreas protegidas patrocinadas por el Estado ecuatoriano. • Dispone de facilidad de acceso al sector, debido a	• La población presente en el sector es de bajos recursos económicos. • Inexistencia de infraestructura básica que apoye el ecoturismo recreativo.

la cercanía que este tiene con la ciudad de Guayaquil.

- Considerada como sitio RAMSAR obteniendo los beneficios y el apoyo que ofrece esta convención.
- Extravagante flora y fauna.
- Facilidad de expansión de la actividad emprendedora por la cercanía a la ciudad de Guayaquil.
- Interés de visitas por parte de los lugareños cercanos.
- Oferta exclusiva de cultura.
- Dispone de transporte en yates, exclusivo para el sector.
- Ofrece las medidas de protección adecuadas para la actividad turística.
- Guías realizadas por nativos capacitados.

- Poco flujo turístico por la baja organización de actividades internas.
- Falta de sensibilización de los habitantes y visitantes en el tema del reciclaje de desechos plásticos
- Falta de infraestructuras recreativas innovadoras.
- Costos elevados para la adquisición de agua potable.
- Deficiencia en los servicios básicos.
- Poca atención por parte de los Ministerios para con la comunidad.
- Baja capacidad de inversión.

Oportunidades comerciales potenciales

Amenazas externas potenciales para la rentabilidad futura de una empresa

- Los habitantes del sector presentan un alto interés de emprendimiento en actividades ecológicas que fomentarían la actividad económica de la isla Santay.
- Interés de las autoridades de turno en la fomentación del turismo sostenible.
- Perfeccionamiento de los alrededores para incrementar el interés del turista para visitar la isla.
- Uso de los medios digitales para fomentar las actividades e información adecuada sobre el emprendimiento realizado en el sector.
- Complementarse entre los negocios del sector para fortalecer el emprendimiento.
- Tendencia a mejorar la economía del país durante la pandemia.
- Incremento en el interés de asistencia a la isla por parte de los turistas.
- Mejora en la calidad de vida de los habitantes.
- Estrategias de marketing digital para fomentar el atractivo turístico del sector.
- Implementación de medidas ecológicas para mejorar el servicio turístico como los paneles solares en los yates.
- Uso de medios sociales para interactuar con los turistas, cada vez más diversos.
- Implementación de herramientas tecnológicas como páginas web o tiendas virtuales que permitan incrementar la economía.

- Propenso a inundaciones por elevación de marea del río Guayas.
- Presencia de delincuentes en las zonas apartadas de la isla que afectarían la visita de los turistas.
- Desinterés de entidades públicas.
- Afectación por parte de fuentes de contaminación externa.
- Afectación potencial a la fauna endémica por la presencia de plagas como las ranas toro.
- Progresivamente el río Guayas es contaminado por los sectores cercanos
- Tala indiscriminada de manglar.
- Propensos a incendios forestales.
- Riesgo en conservar la flora y fauna del lugar.
- Biodiversidad expuesta peligrosamente.
- Rebrote de la pandemia COVID-19.
- Situación económica del país y el mundo.
- Problemas de transporte hacia la isla.
- La isla Santay como área restringida, aún no se ha autorizado la apertura del público, lo que incidiría en la disminución de la actividad turística.

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

Para el análisis de la mejora del emprendimiento en la isla Santay POST COVID-19 se muestra en la Tabla 22 el siguiente análisis PEST.

El análisis PEST funciona mejor cuando los factores ambientales se analizan desde la perspectiva de los recursos, capacidades y competencias centrales de la empresa. El proceso involucrado en la exploración del macro entorno externo de una empresa involucra cinco etapas principales: identificación de factores, análisis de posibles efectos en la empresa, categorización en oportunidades y amenazas, priorización de factores y desarrollo de acciones estratégicas correctivas o preventivas.

Un análisis externo exitoso debe ser dirigido y decidido. En muchas empresas no hay fin para el material que parece ser potencialmente relevante. Sin disciplina y dirección, se pueden generar fácilmente volúmenes de material descriptivo inútil. Análisis de factores PEST para analizar los elementos del entorno macro externo resumidos en las siguientes cuatro categorías: factores políticos, elementos económicos, factores sociales y elementos técnicos.

Un análisis interno de la empresa ayudará al estratega a abordar las preguntas que deben plantearse en caso de que la estrategia existente se mejore, amplíe, modifique o reemplace. El análisis interno también se puede realizar en cada uno de los niveles empresariales. Los análisis a diferentes niveles diferirán entre sí en énfasis y contenido, pero su estructura y empuje serán los mismos.

En este sentido, el análisis PEST permite a la gerencia de las empresas tomar decisiones con mayor seguridad y control, con mayor énfasis en la actualidad con los resultados que ha generado el COVID-19 en todos los sectores económicos del país. A continuación, se muestra un análisis PEST para comprensión del entorno de la empresa.

Tabla 22
Análisis PEST

Factores políticos:	Factores económicos:
Considerando la situación actual en el ambiente político del Ecuador, han existido diversos cambios como el cambio de vicepresidente y la destitución de varios asambleístas, de la misma forma el ambiente político se ha visto afectado por la pandemia haciendo que las próximas elecciones se encuentren en incertidumbre. Por otro lado, se consideran aspectos tales como la declaración de la isla Santay como zona protegida. Esto le permite gozar de protecciones y regulaciones ambientales que preserven la particularidad del lugar, así como la garantía de disposición para la aplicación de derechos ancestrales. También es importante señalar que recientemente en fecha 28 de agosto de 2020, el Ministerio del Ambiente del Ecuador informó sobre la apertura de espacios consideradas Áreas Restringidas (2020). Dentro de las áreas autorizadas no se encuentra la isla Santay, se señalan las siguientes: Refugio de Vida Silvestre Manglares de Muisne Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro Reserva Ecológica Arenillas Reserva Ecológica Manglares Cayapas Mataje Refugio de Vida Silvestre Pacoche Reserva Ecológica Antisana Parque Nacional Yacuri Parque Nacional Cotacachi Cayapas Parque Nacional Podocarpus Reserva Ecológica El Ángel Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario Río Esmeraldas Reserva Marina Bajo Copé y la Reserva Marina El Pelado. También informó que está permitido el ascenso a cuatro cumbres de volcanes, previa coordinación con cada área protegida: Cotopaxi, Altar, Tungurahua y Carihuairazo. Se está a la espera del pronunciamiento sobre la autorización de apertura de la isla Santay.	En el aspecto económico la situación del país está en suspenso debido a la pandemia y al momento se encuentra en proceso de recuperación económica, lo cual puede presentarse como un impedimento para la reactivación inmediata de la actividad turística en el sector estudiado. Por otro lado, se tienen los siguientes aspectos a considerar en el factor económico de la isla Santay (Revisar tabla 3): La actividad turística garantiza una buena fuente de ingresos. La tendencia de la economía nacional indica que con las medidas adecuadas de protección se puede revitalizar. La zona provee recursos que fomentan fuentes de trabajo e incrementan ingresos. Sin embargo, es importante hacer referencias a datos estadísticos económicos que actualmente se manejan en el país, relacionados con tasa de desempleo y pérdidas en el sector turismo. De acuerdo a información suministrada por el INEC (2020), El desempleo en el país llegó a 13,3% entre mayo y junio de 2020, la cifra más alta desde 2007. Tras la pandemia del COVID-19 donde aproximadamente 698.449 personas perdieron su trabajo. De igual forma, el sector turismo también se ha visto fuertemente afectado como consecuencia de las medidas de distanciamiento social establecidas para minimizar el contagio del virus de COVID-19. Durante el segundo trimestre, las ramas de actividades económicas relacionadas con los viajes y el turismo, en el PIB, decrecieron en promedio 34%, respecto al mismo periodo de 2019. En información suministrada a través del diario EL Comercio, la Ministra de Turismo del Ecuador anunció que el sector turístico del país perderá hasta USD 400 millones mensuales por la pandemia (El Comercio, 2020).
Factores sociales:	Factores tecnológicos:
Considerando que el país presente altos índices de pobreza y con la situación de la pandemia eso ha aumentado, la situación de los ciudadanos se encuentra comprometida, lo cual es un indicador potencial que para que la reactivación económica se reestablezca demandará de un tiempo prudencial.	Los factores tecnológicos están al alcance de la mayor parte de la población, incluso de quienes presentan un bajo poder adquisitivo, ya que los dispositivos empleados se ajustan al bolsillo de los usuarios. Las nuevas tecnologías como las redes sociales y

Por otro lado, se tienen los siguientes aspectos a considerar en el factor social de la isla Santay:

Incremento de la demografía del sector para aumentar la actividad emprendedora.

Mejora en el comportamiento de los turistas interesados para asegurar visitas en la isla Santay.

Inclinación al progreso del capital humano y social en las localidades cercanas.

Seguridad ofertada en el lugar para fomentar la asistencia de turistas.

A todo lo señalado debe unirse aspectos como los siguientes:

Respecto al sector educativo, recientemente se pudo conocer que el Ministerio de Educación tiene listo el plan retorno a las aulas combinado durante la emergencia sanitaria (El Universo, 2020)

Los índices de pobreza, han aumentado. La tasa de pobreza multidimensional aumentó de forma significativa en el área rural, donde pasó de 67,7 % en diciembre del 2018 a 71,1 % en el mismo mes del 2019. Estas cifras han aumentado en los últimos meses como consecuencia de la pandemia y todas las afectaciones económicas que ha producido.

La posibilidad de pago de los servicios básicos se ha convertido en una dificultad para muchas familias ecuatorianas; al respecto se ha anunciado recientemente la prohibición de corte de servicios básicos por no pago, el cual se extiende hasta el 15 de noviembre del 2020 (Tapia, 2020).

Respecto al sector salud, es uno de los más afectados en todo lo que va del año 2020. Tras la pandemia las consecuencias han sido alarmantes, tanto en cifras de fallecidos como en los recursos económicos requeridos para hacer frente a la pandemia. Sin embargo, en la isla Santay, las cifras de contagio no han sido elevadas. Como parte de las medidas de prevención que ejecuta el Ministerio de Salud Pública (MSP) frente a la pandemia por el COVID-19, la Coordinación Zonal 8 Salud, entregó mascarillas a los moradores de la isla Santay, en la provincia de Guayas (Ministerio de Salud Pública, 2020).

Con relación al acceso a alimentos, familias de la isla Santay reciben kits con alimentos ante emergencia sanitaria provocada por COVID-19, esto ha sido beneficioso y ha permitido que las familias del sector enfrenten un poco más holgadas la situación de la pandemia. (El Universo, 2020)

dispositivos móviles facilitan la interacción de los usuarios permitiendo que se continúen con actividades de forma virtual como las clases o el teletrabajo.

Para ampliar más la información en el ámbito tecnológico del Ecuador, se consultó un Informe de Tendencias Tecnológicas, en el cual los celulares representan la mayor tendencia en el Ecuador para el año 2020. El informe es resultado de una encuesta aplicada a 180 líderes de negocio y de tecnología del Ecuador. Se obtuvo como resultado que un 71% de los encuestados consideran prioritario que, en el Ecuador, durante los siguientes dos años, se haga inversión en innovación de nuevos productos y servicios vinculados a la tecnología.

De igual forma, se pudo conocer que, dentro de la agenda digital de las empresas de tecnología en el país, un 69% de los encuestados considera primordial automatizar y transformar los procesos en las organizaciones.

Recientemente, en entrevista realizada al Director de cobertura Digital de la Escuela de Comunicación de la UIDE indicó que el internet no llega a las zonas rurales del país, por fallas importantes en la conectividad, a esto une la necesidad de una “Re alfabetización digital” en las zonas rurales, como un reto de Estado a fin de que exista un mejor aprovechamiento de los recursos tecnológicos (El Telégrafo, 2020).

En el primer trimestre del 2020 la demanda de internet aumentó un 30% en el Ecuador. El país cuenta con un 80% de usuarios con acceso a internet, el 33% está concentrado en Quito y Guayaquil y el 63% del total son mayores de 24 años, quienes registran el 92% de ingreso e interacción en redes sociales, de las cuales, Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger mantienen el liderazgo con 13 millones de usuarios integrados.

Dentro de las App turísticas más conocidas que ofertan visitas y hospedaje en la isla Santay se encuentran Booking.com, Trivago, Airbnb, Tripadvisor, Facebook, Instagram.

En un artículo realizado por Tafur et al. (2018) señalan que en el 2016 salió al mercado una aplicación o APP para teléfonos celulares y Tablet, denominada Discover Ecuador & More, donde se encuentra información de los lugares turísticos del Ecuador, incluyendo la isla Santay. Esto como forma de fomentar el turismo en el país y las zonas atractivas.

Nota: información adaptada del levantamiento de datos

4.3.6 Estrategias – Marketing – Emprendimiento

Para la implementación de estrategias de marketing, es necesario evaluar la situación de la empresa, conocer el mercado y realizar una acertada toma de decisiones, para lo cual se establecen tres pasos fundamentales que se mencionan a continuación:

1. El establecimiento de una estrategia de marketing efectiva comienza con el resumen y la evaluación de las capacidades de la empresa. Su principal fortaleza y debilidad, oportunidades y amenazas en comparación con el entorno de competencia de la empresa. Sobre esta información se denomina análisis FODA. La estrategia central de la empresa planificada, identificando los objetivos de marketing y grandes enfoques para lograrlos.
2. En el siguiente paso se debe seleccionar los objetivos de mercado para el cliente y los competidores. Mientras tanto, la empresa también determina las ventajas diferenciales o la ventaja competitiva de su empresa.
3. El nivel de implementación debe desarrollarse con una organización de marketing que sea capaz de poner en práctica la estrategia. La implementación también se refiere a la combinación de marketing, precio, promoción y distribución de los servicios y productos en los mercados objetivo. Finalmente, los métodos de control deben diseñarse para garantizar la implementación exitosa de la estrategia de marketing y el máximo rendimiento para alcanzar las metas y objetivos de la empresa.

Estrategias para la comercialización de artesanías

La comercialización de la artesanía o producto artesanal tendrá una serie de ventajas si se adopta una estrategia de orientación al mercado, para lo cual se sugieren las siguientes estrategias de comercialización:

- Conseguir productos de calidad que disminuyan los costos al evitar la producción con fallos de artesanías.
- Innovar con tecnología los productos a ofertar.
- Emplear la mercadotecnia adecuada para asegurar al turista que el producto que va a recibir será el mejor.
- Establecer una estrategia de mercado por medio de encuestas y entrevistas para conocer los principales gustos del turista que pueden ser plasmados en una artesanía.

Estrategias para la actividad emprendedora de transporte en yates

Conociendo que para acceder a la isla se han establecido convenios con los principales muelles de la ciudad, se deben establecer mecanismos adecuados que faciliten el traslado, disminuyan los costos del servicio o incentiven el uso de este medio, para lo cual se sugieren las siguientes estrategias de comercialización:

- Activar el proyecto “birdwatch” para el avistamiento de aves durante el traslado a la isla para incentivar el uso de este servicio.
- Implementar energía solar en los yates para disminuir el precio del pasaje.
- Fomentar capacitaciones para el mantenimiento de yates en los habitantes del sector, como una actividad emprendedora que permita ser un plus en los convenios realizados.

Estrategias para incentivar la restauración

La restauración en la isla es muy variada en cuanto a tipo y cantidad de comida que se vende por lo que se busca establecer métodos que sirvan para estandarizar los precios y aumentar el consumo, para lo cual se sugieren las siguientes estrategias de comercialización:

- Fomentar el uso de medios digitales para la oferta de platos que disponen en el lugar.
- Dar a conocer a los turistas en vivo y en directo la cocción de alimentos para que conozcan las normas de calidad que se manejan en el sector.
- Establecer un método de costeo adecuado para la fijación idónea de precios según el plato que se esté vendiendo.
- Difundir recetarios regionales online, con afectación en la biodiversidad de cada región. Recetas prácticas, económicas con énfasis en aspectos nutricionales e inmunológicos que refuercen la salud de las personas; enfocadas en los diferentes intereses del público: infantes, madres, gestantes, adultos mayores, etc.
- Instruir al consumidor sobre la importancia y el respeto a los protocolos de salud y bioseguridad
- Producir alimentos orgánicos no solo genera ingresos económicos, sino que también fortalece las relaciones de los habitantes de la Isla Santay entre sí, por medio del trueque al momento de cultivar sus alimentos, e incentivar a las personas a realizar de la agricultura una actividad diaria.

4.3.7 Viabilidad de la propuesta

La propuesta se presenta viable puesto que se cuenta con las herramientas necesarias para su puesta en marcha, además de los beneficios que traerá a la Isla Santay.

Conclusiones

Luego del análisis de la información se generan las siguientes conclusiones:

Dentro de las principales fortalezas de la isla se tiene que existe un potencial en la producción de artesanías y restauración, además de tener senderos de fácil acceso. Para mejorar la atracción del turismo, hay algunas propuestas, así como nuevos senderos que se han dado apertura que podrían incluir varias actividades tales como: hacer ciclo paseos que vayan hacia el centro de la isla, hacer infraestructura como las torres de avistamiento de aves, colocar puntos de hidratación, sitios de descanso y recreación, paseos a caballo, se podría también tener algo ecológico como un huerto orgánico, o granja orgánica e incluir la pesca deportiva.

Existen planes de mejora para la isla, pero a falta de presupuesto no se han llevado a cabo; esto se complicó dado el cierre de las instalaciones a causa de la pandemia generada por el COVID-19 lo que ha incidido directamente en la salud financiera de los habitantes de la isla.

Ante tal situación los habitantes han presentado interés en mejorar los emprendimientos actuales; sin embargo, la falta de inversión ha dificultado el desarrollo de nuevos emprendimientos y como es de conocimiento público, el Estado tiene bajo presupuesto para la comunidad.

Al momento se evidencia la poca afluencia de turistas y visitas locales al área nacional de recreación isla Santay, lo cual incide en el desarrollo turístico. Esto ocasionado por la restricción al ingreso de la isla debido a la actual pandemia generada por el COVID-19

La falta de actividades turísticas de tipo recreativo en la Isla Santay es uno de los factores que desmotiva a los visitantes a acceder al lugar por una segunda ocasión o consuetudinariamente. Es necesario que se implementen actividades diversas para el disfrute del ocio de los visitantes, y que en ello se involucre a la comunidad a través de una participación activa que sin duda alguna

propiciará el empoderamiento de los habitantes quienes por décadas han poseído las tierras de la isla.

Se concluye que es muy riesgoso la apertura del área de recreación isla Santay ya que no se cuenta con centro de salud cercano que ofrezca con los elementos indispensable para dar un buen servicio y así lograr la detección temprana de presuntos casos positivos de COVID-19.

El empoderamiento por parte de los habitantes es un agente clave para el progreso sostenible del sector, ya que sólo la motivación es un sentido de riqueza y orgullo por su entorno originará que se realicen nuevos emprendimientos desde la colectividad y a favor de la misma. La implementación de más actividades agropecuarias y recreativas conlleva a que las mismas no afecten el ambiente nativo que ya ha sido recuperado y que además sirvan como medio para atraer la atención del turista tanto nacional como extranjero.

Recomendaciones

Después del análisis de la información, se presenta lo siguiente:

Crear alianzas estratégicas con empresas privadas para conseguir financiamiento e impulsar el turismo en la isla. Este financiamiento también puede ser utilizado para crear nuevos atractivos turísticos como miradores, caminatas y rutas fluviales, que permitan atraer al turista y mejorar los ingresos de los habitantes de la isla. Además, se sugiere al gobierno proporcionar los recursos para realizar las respectivas mejoras de infraestructura en las instalaciones de la isla.

Crear un plan de marketing para dar a conocer las artesanías producidas dentro de la isla Santay, con el fin de aumentar la producción y venta de estos productos, así los habitantes de la isla puedan obtener más ingresos y mejorar su situación económica.

Crear planes de capacitación para la mejora de los emprendimientos de los habitantes de la isla, con el fin de optimizar los negocios existentes y crear negocios potenciales para el aumento de los ingresos de sus habitantes.

Tomar en cuenta las ideas surgidas por parte del Administrador de áreas protegidas y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay, de la comunidad y de las recomendaciones previas (arriba), para impulsar el desarrollo de la isla Santay para el mejoramiento de los emprendimientos.

Se recomienda que en el caso de la reapertura del área de recreación Isla Santay, se tomen todas las medidas de bioseguridad y distanciamiento social. que la población en general mantenga una buena alimentación; de lo contrario se corre el riesgo de la extinción de la comunidad, tal como ha ocurrido en otras comunidades en Ecuador y en el resto del mundo a causa del COVID-19.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, F. (2017). Planificación estratégica de marketing. *Perspectivas*(20), 67-104.

Recuperado el 6 de septiembre de 2020, de

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942331006.pdf>

Amador, F. (2018). La planeación estratégica en el proceso administrativo. *Gestiopolis*.

Recuperado el 7 de septiembre de 2020, de [https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-](https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/#:~:text=El%20concepto%20que%20se%20maneja,%2C%20debilidades%2C%20oportunidades%20y%20amenazas.)

[administrativo/#:~:text=El%20concepto%20que%20se%20maneja,%2C%20debilidades%2C%20oportunidades%20y%20amenazas.](https://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/#:~:text=El%20concepto%20que%20se%20maneja,%2C%20debilidades%2C%20oportunidades%20y%20amenazas.)

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.

Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación* (3era ed.). Madrid: Grupo Editorial Patria.

Recuperado el 7 de septiembre de 2020, de

https://www.academia.edu/40075208/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Grupo_Editorial_Patria

BCE. (2020). *El COVID-19 pasa factura a la economía ecuatoriana*. Guayaquil: Banco Central del Ecuador. Recuperado el 3 de septiembre de 2020, de

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1369-el-covid-19-pasa-factura-a-la-economia-ecuatoriana-decrecera-entre-7-3-y-9-6-en-2020#:~:text=Cuestiones%20Econ%C3%B3micas-,El%20covid%2D19%20pasa%20factura%20a%20la%20econom%C3%ADa%20e>

- Briasco, I. (2014). El desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora. *Profesorado*, 18(3). Recuperado el 8 de septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/567/56733846027.pdf>
- Cámara de Comercio Quito. (2020). *La pandemia afecta mucho más a los nuevos emprendedores latinoamericanos*. Quito: Departamento económico y de comercio exterior. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de <https://criteriosdigital.com/datos/deptoeconomicoycomercio/impacto-del-covid-19-en-el-emprendimiento/>
- Cuadrado, A. (2018). *El proceso de emprender*. Madrid: Editorial CEP. Recuperado el 6 de septiembre de 2020
- Davis, F. (2018). *Planeación estratégica en las empresas*. Puebla: Universidad de las Américas de Puebla. Recuperado el 9 de septiembre de 2020, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/jimenez_o_yb/capitulo3.pdf
- Delgado, O. (2017). *Aporte económico al turismo comunitario procedente del excursionismo en la isla Santay*. Guayaquil: Universidad Casa Grande. Recuperado el 6 de septiembre de 2020, de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1310/2/Tesis1503DLEa.pdf>
- Diario El Universo. (01 de Noviembre de 2017). *Diario El Universo*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/vida/2017/11/01/nota/6462109/isla-santay-opcion-ideal-paseo-quienes-estén-guayaquil-este-feriado>

Diario Expreso. (8 de agosto de 2020). *Diario Expreso*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/desempleo-ecuador-llega-cifra-alta-ultimos-13-anos-87582.html#:~:text=De%20acuerdo%20a%20los%20n%C3%BAmeros,de%209%2C5%20puntos%20porcentuales>.

Dormuz, R. (2017). ¿Qué tan difícil es emprender...? *Multi-Ensayos*, 2(4), 113-119. Recuperado el 6 de septiembre de 2020, de <https://revistasnicaragua.net.ni/index.php/multiensayos/article/view/2978>

El Comercio. (22 de Mayo de 2020). Sector turístico de Ecuador perderá hasta USD 400 millones mensuales por la pandemia. *El Comercio*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/perdidas-sector-turistico-ecuador-coronavirus.html>

El Telégrafo. (06 de enero de 2020). Ecuador se proyecta al gran salto tecnológico en 2020. *El Telégrafo*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/1/ecuador-salto-tecnologico>

El Universo. (17 de agosto de 2019). Caminera a isla Santay recibe a visitantes, pese a mal estado. *El Universo*. Recuperado el 6 de septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2019/08/17/nota/7474203/caminera-isla-santay-recibe-visitantes-pese-mal-estado>

El Universo. (1 de noviembre de 2019). Isla Santay, la opción ideal de paseo. *El Universo*. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de

<https://www.eluniverso.com/vida/2017/11/01/nota/6462109/isla-santay-opcion-ideal-paseo-quienes-estén-guayaquil-este-feriado>

El Universo. (06 de abril de 2020). Familias de la isla Santay reciben kits con alimentos ante emergencia sanitaria provocada por COVID-19. *El Universo*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/06/nota/7806768/familias-isla-santay-reciben-kits-alimentos-ante-emergencia>

El Universo. (01 de septiembre de 2020). Isla Santay, la opción ideal de paseo para quienes estén en Guayaquil en este feriado. *El Universo*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <https://www.eluniverso.com/vida/2017/11/01/nota/6462109/isla-santay-opcion-ideal-paseo-quienes-estén-guayaquil-este-feriado>

El Universo. (26 de agosto de 2020). Ministerio de Educación tiene listo el plan retorno a las aulas combinado durante la emergencia sanitaria. *El Universo*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/08/26/nota/7956148/ministerio-educacion-ecuador-plan-retorno-escolar-pandemia-covid-19>

ESPAE. (2019). *ESPAE-Escuela de negocios*. Obtenido de ESPAE-Escuela de negocios: https://www.espae.espol.edu.ec/gem/?utm_campaign=643:%20Acceda%20al%20reporte%20Global%20Entrepreneurship%20Monitor%20Ecuador%202019-2020&utm_source=MasterBase%20ESPOLMKTEC&utm_medium=email&utm_content=3&utm_term=none

Freire, K. (17 de Mayo de 2018). *El otro lado de la orilla*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de El otro lado de la orilla: <https://gk.city/2013/05/17/cuento-del-otro-lado-la-orilla/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). Mexico D.F: McGraw Hill Education. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Horowitz, B. (2017). *Emprender y liderar una startup* (1era ed.). Barcelona: Editorial Libros de Cabecera. Recuperado el 16 de septiembre de 2020, de <https://librosdecabecera.s3.amazonaws.com/book/98/capitulo-gratis-emprender-y-liderar-una-startup.pdf>

Ibarra, M., González, L., & Demunder, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107-130. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612017000100107

Judith, Q. M. (1 de Julio de 2020). *Revista de Investigación en Turismo y Patrimonio* (2020). Obtenido de Revista de Investigación en Turismo y Patrimonio (2020): <http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/199/331>

La Revista. (2019). Isla Santay. *La Revista*, 1-10. Recuperado el 4 de septiembre de 2020, de <http://www.larevista.ec/viajes/viajemos/santay-recargada-santay-recargada>

- Lozano, G. (7 de septiembre de 2018). Santay: un paraíso salvaje a la espera de resultados efectivos. *Expreso*, págs. 1-5. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://www.expreso.ec/guayaquil/santay-paraiso-salvaje-espera-resultados-efectivos-ecuador-154.html>
- MAE. (15 de septiembre de 2019). *Ministerio del Ambiente Ecuatoriano*. Obtenido de Ministerio del Ambiente Ecuatoriano: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/reporte-de-visitas#>
- Manuales RAMSAR. (2011). *Designación de sitios RAMSAR*. Bélgica: Dave Pritchard. Recuperado el 3 de septiembre de 2020, de <https://www.ramsar.org/es/sitios-paises/designacion-de-sitios-ramsar>
- Marketing, Global. (2020). Planes de marketing como herramientas para lograr un crecimiento rentable. *MGlobal*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://mglobalmarketing.es/servicios-marketing/planes-de-marketing/>
- Martínez, C. (2005). *Teoría avanzada de organización y gestión*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Medina, A. (27 de agosto de 2020). *Diario El Comercio*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de [https://www.elcomercio.com/tendencias/areas-protegidas-reapertura-covid19-ecuador.html#:~:text=13%20%C3%A1reas%20protegidas%20del%20pa%C3%ADs%20abrir%C3%A1n%20nuevamente%20desde%20el%2028%20de%20agosto,-1428&text=El%20Ministerio%20del%20Ambiente%20inform%](https://www.elcomercio.com/tendencias/areas-protegidas-reapertura-covid19-ecuador.html#:~:text=13%20%C3%A1reas%20protegidas%20del%20pa%C3%ADs%20abrir%C3%A1n%20nuevamente%20desde%20el%2028%20de%20agosto,-1428&text=El%20Ministerio%20del%20Ambiente%20inform%20)
- Mendoza, T. (2017). *Emprendimiento e innovación*. Perú: Editorial Universidad Continental.

Ministerio de Salud Pública. (03 de julio de 2020). *Ministerio de Salud Pública*. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.salud.gob.ec/ministro-de-salud-promueve-la-cultura-de-prevencion-en-isla-santay/>

Ministerio del Ambiente. (2015). *Sistema Nacional de Áreas protegidas del Ecuador*. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/%C3%A1rea-nacional-de-recreaci%C3%B3n-isla-santay>

Moreno, C. (2018). La planeación estratégica en el sector. *Espacios*.

Muñiz, R. (2020). Marketing Estratégico. En R. Muñiz, *Marketing en el siglo XXI* (5ta ed., pág. 35). Madrid: Muñiz. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>

Olivier, E. (2020). Marketing Mix: Qué es y cómo aplicarlo. *GenWords*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

Palacios, L. (2015). *Estrategias de creación empresarial* (2da ed.). Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <http://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Estrategias-de-creaci%C3%B3n-empresarial-ebook.pdf>

Parkin, Loria. (2010). Organización de la Producción. En *MICROECONOMÍA* (pág. 230). Mexico: PEARSON.

Pereira, F. (2017). *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a02.pdf>

Pico, A., Trujillo, R., Cortina, J., & Rodríguez, C. (2017). *¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social?* Logroño: Universidad de la Rioja. Recuperado el 16 de septiembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069704.pdf>

Presidencia de la República. (15 de junio de 2020). Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de https://camaraindustriayproduccion-my.sharepoint.com/personal/camara_cip_org_ec/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fcamara%5Fcip%5Forg%5Fec%2FDocuments%2FCIRCULARES%2FDecreto%5FEjecutivo%5FNo%2E%5F1074%2DestadoExcepcion%20%281%29%2Epdf&parent=%2Fpe

Presidencia del Ecuador. (2020). *Declaración de Estado de excepción 1017*. Quito: Presidencia de Ecuador. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/03/Decreto_presidencial_No_1017_17-Marzo-2020.pdf

Puchol, L. (2013). *El libro de las habilidades directivas* (3era ed.). Madrid: Ediciones Díaz de los Santos S.A. Recuperado el 16 de septiembre de 2020, de https://www.academia.edu/28871346/LUIS_PUCHOL_EL_LIBRO_DE_LAS_HABILIDADES_DIRECTIVAS

Rubio, I., & Calderón, M. (2017). Plan de negocios para la implementación de una firma de consultoría tributaria y contable para pymes del sector centro de la ciudad de Guayaquil periodo 2015-2016. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (232).

Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica* (3era ed.). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de

https://books.google.com.ec/books?id=HsMAOWlPO4oC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Sandoval, R. (2018). *Análisis del Macro entorno*. Quito: Universidad de San Francisco de Quito.

Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de

<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2185/1/106073.pdf>

Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencia. (2020). *Resolución COE Nacional*.

Quito. Recuperado el 01 de septiembre de 2020, de

<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/resoluciones-coe-nacional-21-de-agosto-2020/>

Tafur, G., Vélez, C., Alejo, O., & Zumba, M. (2018). Desarrollo tecnológico del sector turístico

en la ciudad de Guayaquil. *Revista Espacio*, 1-11. Recuperado el 01 de septiembre de

2020, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p03.pdf>

Tapia, E. (17 de agosto de 2020). Prohibición de corte de servicios básicos por no pago se

extiende hasta el 15 de noviembre del 2020. *El Comercio*. Recuperado el 31 de agosto de

2020, de <https://www.elcomercio.com/actualidad/prohibicion-corte-servicios-basicos-pago.html>

Velasco, F. (2007). *Aprender a elaborar un plan de negocios* (1era ed.). Buenos Aires: Editorial

PAIDÓS.

Zambrano, M. (2019). La isla Santay, como atracción turística en la ciudad de Guayaquil,

Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 11(1), 1-20. Recuperado el 15 de septiembre de 2020,

de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100303

Zorita, E. (2015). *Plan de negocio* (1era ed.). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 2015 de septiembre de 2020, de https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

ANEXOS

Anexo 1. Declaración de la isla Santay como Área Protegida




Ministerio del Ambiente

Acuerdo No. 21
LA MINISTRA DEL AMBIENTE
Considerando:

Que el numeral 7 del artículo 3 de la Constitución de la República establece como deber primordial del Estado ecuatoriano la protección del patrimonio natural y cultural del país;

Que el artículo 14 de la Constitución de la República, reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados;

Que el numeral uno del artículo 395 de la Constitución de la República, reconoce como principio ambiental que el Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras;

Que el artículo 400 de la Constitución de la República, establece que el Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad y se declara de interés público la conservación de la misma y de todos sus componentes;

Que el artículo 404 de la Constitución de la República, determina que el patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción. Su gestión se sujetará a los principios y garantías consagrados en la Constitución y se llevará a cabo de acuerdo al ordenamiento territorial y una zonificación ecológica de acuerdo con la ley;

Que el inciso primero del artículo 405 de la Constitución de la República, determina que el sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El sistema se integrará por los subsistemas estatal, autónomo descentralizado, comunitario y privado, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado;

4 21

Art.2.- De la administración y manejo del Área Nacional de Recreación ISLA SANTAY y a la ISLA DEL GALLO encárguese a la Subsecretaría de Gestión Marino y Costera, con la participación de las Asociaciones y otros actores que estarán definidos en el Plan de Manejo, con la finalidad de preservar los recursos biológicos de interés nacional y regional relacionados con su endemismo y riqueza, de manera de posibilitar la supervivencia y perpetuidad de la vida silvestre, su formación geológica singular; proteger y conservar las especies silvestres y los procesos ecológicos y fomentar la investigación científica; así como fortalecer su papel de preservación frente al impacto de actividades de extracción de recursos naturales no renovables.

Art. 3.- El Plan de Manejo contendrá los estudios básicos y demás estrategias y programas necesarios e indispensables para la conservación y el uso sustentable de los recurso que existen en el área. El Plazo para la elaboración, presentación del Plan de Manejo y su financiamiento será de 180 días, contado a partir de la presente suscripción, debiendo ser elaborado en coordinación y participación entre la Asociaciones que trabajan en el área y los Gobiernos Seccionales con el Ministerio del Ambiente.

Art. 4.- Prohibir todas aquellas actividades que no sean compatibles con los fines que persigue el área declarada, la que a partir de la suscripción del presente Acuerdo queda incorporada al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, por lo tanto esta área no podrá ser considerada como parte del patrimonio del INDA.

Art. 5.- Inscribir el presente Acuerdo Ministerial en el libro del Registro Forestal que lleva la Dirección Provinciales de Guayas y en el Registro de la Propiedad de las circunscripciones territoriales respectivas en que se encuentra ubicada el área natural

21

protegida y remitir copia certificada del mismo al Director Ejecutivo del Instituto Nacional de Desarrollo Agrario, Subsecretaría de Pesca.

Art. 6.- De la ejecución del presente Acuerdo Ministerial encargase a la Subsecretaría de Gestión Marino y Costera y Dirección Provincial de Guayas. El presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial

Comuníquese y publíquese.

Dado en Quito, a 20 FEB 2010



Ab. Marcela Aguinaga Vallejo
MINISTRA DEL AMBIENTE

Anexo 2. Evidencia de entrevistas al Biólogo Andrés Morán Cedeño, Administrador de áreas protegida y vida silvestre, área nacional de recreación isla Santay.





Anexo 3. Preguntas de encuesta

ENCUESTA PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR EL EMPRENDIMIENTO EN LA ISLA SANTAY POST COVID-19	
1	¿Considera que existen oportunidades de emprendimiento en la isla Santay? Sí () No ()
2	¿Considera que la actividad emprendedora contribuye a mejorar la calidad de vida dentro de la isla? Sí () No ()
3	¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en la comercialización de las artesanías? Calidad () Precio () Presentación () Otros () Especifique _____
4	Asigne un peso a cada característica que se encuentra en la restauración ofertada, siendo 1 el mayor peso y 4 el menor peso. _____ Sabor _____ Variedad _____ Precio _____ Presentación
5	¿En qué nivel clasificaría usted el conocimiento sobre herramientas tecnológicas para dar a conocer los productos del emprendimiento, dentro de Santay? Alto () Medio () Bajo ()
6	¿Ha recibido capacitación sobre el proceso de emprendimiento? Sí () No ()
7	¿En qué área considera que se puede realizar un emprendimiento dentro de la isla Santay? Turismo () Agricultura () Otros () Especifique _____
8	En relación con los siguientes criterios indique ¿Cuál de estas opciones cree usted que deben ser perfeccionadas para aumentar y favorecer la experiencia del turista? Vías de movilización () Atención al turista () Información () Seguridad () Servicios básicos () Comida () Zonas de descanso () Actividades de recreación () Otros () ¿Por qué?
9	¿En la actualidad se cuenta con estrategias para llamar la atención del turista y ofertar sus productos? Sí () No ()

10	¿Habría disposición para ser parte de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla? Sí () No ()
11	¿Partiendo de que el Ministerio de Ambiente ha impartido conocimientos de emprendimiento a los habitantes de la isla Santay, qué curso creería usted que ayudaría a complementar de mejor forma para tener mejores ingresos económicos? () Restauración: Huerto orgánico y clases de cocina () Transportación: Yates con energía solar () Artesanías: Clases de artesanías con productos nativos () Mantenimiento de las bicicletas () Ser parte del control interno y seguridad () Herramientas Tecnológicas como el uso de redes sociales Facebook, Instagram, Twitter.
12	¿Qué medio de comunicación tendría mayor acogida para recibir información de un programa para la mejora de los emprendimientos dentro de la isla? Radio Sucre () Televisión - TC () Medios digitales – Facebook, Twitter e Instagram () Otros () ¿Por qué?
13	De los emprendimientos actuales en la isla, ¿cuál considera que tiene mayor acogida en la isla Santay por los turistas? Transporte en yates () Restauración () Artesanías ()
14	¿Cuál es el mayor atractivo que encuentra en las artesanías ofertadas? Calidad () Precio () Presentación () Otros () ¿Por qué?
15	¿Cuál es el mayor atractivo que se encuentra en la restauración ofertada? Sabor () Variedad () Precio () Otros () Especifique _____
16	¿Cuál es el mayor atractivo que se encuentra en el transporte en yates hacia la isla? Comodidad () Precio () Facilidad de acceso () Otros () Especifique _____