

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TEMA:

**Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la
comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena**

AUTORA:

Henríquez Manueles, Elsa Maribel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

Lic. Ramos Guachilema, Timotea Inés Mgs.

Guayaquil, Ecuador

22 de septiembre del 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Henríquez Manueles Elsa Maribel**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Lic. Inés Ramos Guachilema, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Henríquez Manueles, Elsa Maribel

DECLARO QUE:

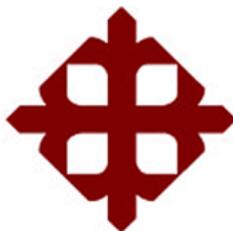
El Trabajo de Titulación: **Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena**, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA

Henríquez Manueles, Elsa Maribel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Henríquez Manueles, Elsa Maribel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA:

Henríquez Manueles, Elsa Maribel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena, presentado por la estudiante **Henríquez Manueles Elsa Maribel**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (3%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Documento	TI Henriquez Manueles Elsa Maribel.docx (D143735380)
Presentado	2022-09-07 16:09 (-05:00)
Presentado por	elsa.henriquez@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	timotea.ramos.ucsg@analysis.orkund.com
3% de estas 57 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.	

Lista de fuentes	Bloques
Categoría	Enlace/nombre de archivo
>	https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/...
	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / ...
	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / ...
	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / ...
	Universidad Tecnica Particular de Loja / (null)

**Lic. Inés Ramos Guachilema, Mgs
TUTORA**

Agradecimiento

Agradezco por sobre todas las cosas a Dios, quien ha hecho todo este anhelo posible.

También hago llegar un eterno agradecimiento a mi madre que está en el cielo y que sin su apoyo en vida no hubiera podido lograr ser quien soy.

Un agradecimiento especial a mi familia quien ha sabido tenerme mucha paciencia, a mi hijo Danny que estuvo en todo momento de lucha y sacrifico mucho de su tiempo de diversión por verme triunfar; agradezco a mi esposo Guillermo que ha sido un apoyo incondicional y también agradezco a mi bebe Guillermito quien me dio ese último aliento para seguir luchando por mis sueños.

Gracias infinitas a mi Tutor que ha sido la persona que me brindo su ayuda y que con su profesionalismo y sabiduría supo guiarme.

Henríquez Manueles, Elsa Maribel

Dedicatoria

Dedico este trabajo a toda mi familia en especial a mis hijos Danny Cabezas y Guillermo Tinoco, a mi esposo Guillermo Tinoco; ellos que han sabido estar día a día conmigo para que cumpla este sueño. También le dedico eternamente a mi madre que la llevo en mi corazón María Manueles.

Henríquez Manueles, Elsa Maribel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Inés Ramos Guachilema, Mgs.
TUTORA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.
DIRECTORA DE CARRERA

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.
COORDINADORA DEL ÁREA

Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DE LA TUTORA
Henríquez Manueles Elsa Maribel	

**Lic. Inés Ramos Guachilema, Mgs
TUTORA**

Índice General

Introducción.....	2
Antecedentes.....	5
Planteamiento del problema	6
Formulación interrogativa del problema.....	10
Justificación	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	11
Capítulo I: Marco Teórico	12
Emprendimiento Turístico.....	12
Plan de acompañamiento	13
Marco Conceptual	14
Reactivación Económica	14
Turismo.....	15
Turistas	15
Acompañamiento	15
Emprendedor	16
Demanda.....	16
Oferta	16
Oferta Turística.....	17
Producto	17
Coaching	17
Coach.....	17
Marco Referencial	17
Estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de contabilidad y auditoría	18
Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones. Elaborado en la facultad de ciencias económicas administrativas y contables	19
Propuesta de programa Integral de Acompañamiento a emprendedores, como alternativa para el Desarrollo de competencias proactivas y la disminución de desempleo en Ecuador	20
Acompañamiento En La Elaboración De Planes De Negocio Para Tres Emprendedores Con Énfasis En Mercadeo, Vinculados A La Fundación Emprendamos Ya	22
Un análisis de la gestión administrativa de emprendimientos.....	23
Marco Legal.....	23
Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios	24

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	25
Objetivos de la ley	25
Obligaciones del Estado	25
Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.....	26
Fase inicial.....	26
Capítulo II: Diagnóstico Situacional de los emprendimientos de la comuna de Ayangue.....	26
Análisis del comportamiento de viajes de turismo interno durante la normalidad del COVID 19	33
Capítulo III: Marco Metodológico y Análisis y discusión de resultados	35
Tipos de investigación	35
Método de investigación.....	36
Método Deductivo	37
Diseño de Investigación.....	38
Investigación de campo	39
Investigación Bibliográfica	39
Instrumentos y distribución de datos	40
Entrevista.....	40
Encuesta.....	40
Discusión de resultados de la encuesta realizada a los pobladores de la comuna de Ayangue.....	54
Discusión de resultados de la encuesta realizada a los turistas de la comuna de Ayangue.....	54
Capítulo IV: Propuesta	55
Antecedentes.....	55
Objetivo	56
Componentes sociales participativos.....	56
Programa de “INNPULSA Ayangue” Acompañamiento para Emprendedores de la Comuna de Ayangue.....	57
Fase 1: Diagnostico Situacional de los emprendimientos de Ayangue.....	58
Fase 2: Modelo de negocios CANVAS para emprendimientos turístico.....	61
Fase 3: Programa de Formación General a Emprendedores de la Comuna de Ayangue.....	64
Fase 4: Guía para el Emprendedor.....	66
Cronograma del Programa.....	67
Costos del Programa.....	68
Conclusiones.....	69
Recomendaciones.....	70
Referencias Bibliográficas.....	71

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Propietarios de negocios en Ayangue</i>	27
Tabla 2 <i>Propietarios de negocios legalizados en la Comuna de Ayangue</i>	28
Tabla 3 <i>Turismo Emisor</i>	44
Tabla 4 <i>Análisis FODA de la situación de los emprendimientos turísticos</i>	61
Tabla 5 <i>Preguntas claves que todo emprendedor debe responder</i>	63
Tabla 6 <i>Datos informativos de los Talleres</i>	67

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Ilustración Evolución de la inflación anual</i>	31
Figura 2 <i>Ilustración Comportamiento de turismo interno durante y post covid 19</i>	35
Figura 3 <i>Ilustración Período de tiempo en el que se piensa viajar bajo la nueva normalidad</i>	35
Figura 4 <i>Población muestra de la comuna Ayangue en la provincia de Santa Elena</i>	45
Figura 5 <i>¿Considera que los establecimientos comerciales de la comuna de Ayangue cumplen con un servicio de calidad?</i>	46
Figura 6 <i>¿Considera que los planes de negocio dentro comuna de Ayangue cuentan con modelos de gestión favorables para generar ingresos en los establecimientos del lugar?</i>	47
Figura 7 <i>¿Considera beneficioso implementar plan de acompañamiento para mejorar la gestión en los emprendimientos en la comuna de Ayangue?</i>	48
Figura 8 <i>¿Considera que la capacitación continua empresarial impulsara una mayor operatividad de los negocios en la comuna de Ayangue</i>	49
Figura 9 <i>¿Cómo califica las vías de acceso hacia la comuna de Ayangue?</i>	50
Figura 10 <i>¿Qué aspectos desea mejorar en los establecimientos de la localidad de Ayangue?</i>	51
Figura 11 <i>¿Considera que los obstáculos económicos han repercutido en la productividad de los establecimientos comerciales de la localidad de Ayangue?</i>	52
Figura 12 <i>¿Considera que las iniciativas financieras son limitantes en apoyar solo emprendimientos consolidados en la comuna de Ayangue?</i>	53
Figura 13 <i>¿Considera favorable proporcionar a los emprendimientos de la comuna planes estratégicos que mejoren su calidad de servicios dentro de la comuna?</i>	54
Figura 14 <i>¿Considera factible la implementación de un Plan de acompañamiento para los emprendimientos, negocios de la comuna de Ayangue?</i>	55
Figura 15 <i>¿Considera que para tener éxito las empresas en sus actividades necesitan de un punto de equilibrio entre sus ingresos y gastos?</i>	56
Figura 16 <i>INNPULSA yangue</i>	59
Figura 17 <i>Fases del programa</i>	60
Figura 18 <i>Modelo de negocios – Canvas</i>	65

Figura 19 <i>Modelo de negocios- Canvas- ejemplo</i>	66
Figura 20 <i>Cronograma del Plan de acompañamiento a emprendedores</i>	70
Figura 21 <i>Costo del Plan de acompañamiento a emprendedores</i>	71

Índice de Apéndices

Apéndice A Guía para el emprendedor	85
Apéndice B Comuna Ayangue de la parroquia Colonche	88
Apéndice C Plan turístico Tour Comuna Ayangue	91
Apéndice D Entrevista realizada al presidente de casa comunal de Ayangue....	92
Apéndice E Ficha de observación a la comuna Ayangue de la parroquia Colonche	93

Resumen

A través de la realización del presente trabajo informativo se pone en análisis las estrategias que tienen como objetivo el diseño y elaboración de un plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos dirigido a la comuna de Ayangue, al emitir un diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos de turísticos en la comuna se expone el diseño metodológico de tipo exploratorio a fin de conocer las necesidades partiendo de la investigación bibliográfica de campo, seguido de los instrumentos de recolección de datos como la encuesta y la entrevista que validan el estudio del tema, donde los resultados presentados demuestran claramente la necesidad que tienen las empresas en mejorar su gestión administrativa dando factibilidad a la propuesta mencionada. La provincia de Santa Elena es uno de los sitios turísticos más visitados del Ecuador y América Latina. Por lo tanto, se debe acoplar estrategias que mejoren la gestión de los emprendimientos en una de sus localidades como lo es la comuna de Ayangue donde se evalúa la gestión interna y externa, calidad de atención al cliente el fortalecimiento en el desarrollo sus competencias financieras productivas por ello se plantea capacitar a los encargados en conocimientos actualizados en el campo administrativo además de una óptima planificación, ejecución de diversas acciones que aseguren eficiencia en la marcha al implementar un plan de acompañamiento y sean parte complementaria de lo que ofrece el destino turístico. La metodología a seguir será mixta seguido de la interpretación estadística que servirá para idear un plan de acompañamiento competente a los criterios enfocados en el emprendimiento turístico de la comuna de Ayangue.

Palabras Clave: Competencias administrativas, actividad turística, conocimientos administrativos, planificación, capacitaciones.

Abstract

Through the realization of this informative work, the strategies that have as their objective the design and elaboration of a plan of accompaniment to tourist ventures directed to the commune of Ayangue are put into analysis, by issuing a diagnosis of the current situation of the ventures of In the commune, the methodological design of an exploratory type is exposed in order to know the needs based on the field bibliographical research, followed by the data collection instruments such as the survey and the interview that validate the study of the subject, where the results presented clearly demonstrate the need for companies to improve their administrative management, giving feasibility to the aforementioned proposal. The province of Santa Elena is one of the most visited tourist sites in Ecuador and Latin America. Therefore, strategies must be coupled that improve the management of the enterprises in one of its localities, such as the commune of Ayangue, where internal and external management, quality of customer service, strengthening in the development of their productive financial skills are evaluated. For this reason, it is proposed to train those in charge in updated knowledge in the administrative field in addition to optimal planning, execution of various actions that ensure efficiency in the march by implementing a support plan and are a complementary part of what the tourist destination offers. The methodology to be followed will be mixed, followed by the statistical interpretation that will serve to devise a competent support plan for the criteria focused on tourism entrepreneurship in the Ayangue commune.

Keywords: Administrative skills, tourist activity, administrative knowledge, planning, training.

Introducción

El Turismo en el Ecuador es considerado una potencia en varias esferas por las oportunidades que brinda en bienestar de la población. Es uno de los 17 países más megadiversos del planeta por su alta diversidad biológica, variedad de paisajes del entorno que el país de las cuatro regiones brinda al mundo, al recorrer los lugares llenos de paisajes asombrosos y páramos inolvidables acompañado de su variedad de clima, flora y fauna. Se considera bien aprovechado por el sector turístico como vía para mejorar la economía y la calidad de vida de los moradores en zonas rurales y comunales del país por ello el Turismo es uno de los medios que ayuda a mejorar la economía de las familias y la calidad de vida en zonas rurales y comunales que son las más afectadas.

La actividad turística del país se convierte en un medio de sostenibilidad para los pequeños y medianos emprendimientos, generando nuevos empleos. De ahí que, según (Carrillo, 2020, p. 01). “El gobierno debe apuntar a políticas de sostenibilidad haciendo hincapié en explorar el sector turístico y fortalecer los tres pilares de la sostenibilidad: económico, social y medioambiental”

Por otra parte, para la Organización Mundial del Turismo (OMT), “El turismo internacional se contrae un 22% en el primer trimestre y podría caer hasta un 60-80% en el conjunto del año” (2020). Cuando se habla que se está atravesando una mala economía se refiere a los daños ocasionados por la Pandemia COVID-19 que azotó al mundo a finales de 2019 y 2020, que se presentó con mayor fuerza a inicios de este último año; esto llevó no solo a la afectación económica o a perder empleos, sino también a perder miles de vidas en todo el mundo.

Es perjudicial todo lo que se está viviendo y más aún dentro del sector turístico. Todas las pérdidas de millones de dólares se dieron con el cierre de fronteras y aeropuertos, empezando a verse cuantiosos quebrantos en los grandes continentes como son: americano, europeo y asiático, en los países con mayor afluencia de turistas se presentan cifras negativas de la llegada de Turistas Internacionales, en el primer trimestre.

El Ministerio de Turismo, se está enfocando en que el turismo se convierta en la primera fuente de ingresos que tenga el país, por esta razón la ministra de turismo,

Holguín (2019) propone cinco hitos que sellarán la gestión turística del Ecuador, entre los que se destacan:

1. Propuesta de Ley Orgánica de Turismo.
2. Plan Estratégico de Turismo del Ecuador 2030.
3. Estrategia de Promoción Ecuador.
4. Marca País: Ecuador ama la vida.
5. DATA LAB Turístico (Sistema de Inteligencia de Mercados y Estadísticas).

Dentro de la estrategia principal para lanzar al país como destino turístico será el uso de la tecnología, apoyándose en ferias y campañas para la promoción y el principal foco será trabajar en el área de comunicación para promover de manera adecuada la información al mundo y fomentar que el mejor destino turístico será este país. Por otro lado, el gobierno invita a la ciudadanía en general a realizar el turismo interno para centralizar viajes cortos en feriados o fines de semana, con la finalidad de ayudar a mover la economía (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es quien se encarga de analizar el estudio sobre el emprendimiento a nivel mundial y estas encuestas son realizadas con 100 países, sus inicios se dieron en 1999, fue fundado por Babson College y The London Business School, “actualmente es coordinado a nivel mundial por la Global Entrepreneurship Research Association que es patrocinada por Babson College, la Universidad del Desarrollo de Chile, el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Tun Abdul Razak” (Razak, 2018).

El interés primordial es analizar cuántos emprendimientos y que resultados económicos obtienen. El análisis permite realizar comparaciones entre países para posteriormente brindar la ayuda que sea necesaria. La GEM realiza el estudio a nivel mundial para así medir los resultados de cada emprendimiento que se va realizando en cada país de participación (Centro de Emprendimiento KIRZNER UFM, 2015).

Los factores que influyen en la creación de un emprendimiento son políticos y socioeconómicos. La GEM indica, que uno de los factores que más afecta en pensar formar un emprendimiento en el país, es la falta de educación; esta debería ser promovida en los colegios o universidades, de esa forma despertar ese deseo de querer visionarse y emprender. Según la GEM, existen muchos factores que irrumpen el anhelo de emprender, tales como: desconocimientos de mercados, entrenamiento, poca

visión, parte legal, capacitación, apoyo financiero, credibilidad entre otros (GEM, 2017).

Como es de conocimiento general, si todo propietario de un establecimiento recibiera campañas de apoyo donde se les suministrará toda la información y herramientas necesarias para impulsar un emprendimiento, de alguna u otra forma se estaría dando un reinicio a las actividades que realiza, una vez superados los problemas circunstanciales como el COVID 19 mediante planes acompañamiento que ayuden de cierta forma cristalizar los sueños de muchos compatriotas que tratan de sobrellevar la crisis económica actual, que se está atravesando el país en la post pandemia global.

Para la Organización Mundial del Turismo el volumen del negocio turístico iguala e incluso supera a las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo.

Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos; la contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. “La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en mercados nacionales e internacionales complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse del turismo sostenible” (OMT, 2020).

Tal como se comentó anteriormente, el turismo es una potencia que ha ido desarrollándose y ha tenido un gran crecimiento en los últimos años hasta convertirse para el turismo en la economía mundial, uno de los sectores más dinámicos. En Ecuador, el arribo de los turistas en el año 2017 creció un 14% en relación al año anterior. “El turismo es un gran generador de empleos y principal motor para levantar la economía del país; para reactivar nuestra economía se ha promovido un Plan de Desarrollo Toda una vida (Guía del emprendedor turístico, 2018).

Este trabajo de investigación estará conformado de cuatro capítulos

Capítulo I: Comprende el marco teórico donde se desarrollan los conceptos del tema seguido del Marco conceptual, donde se utilizan criterios académicos del tema. Además del Marco Referencial donde se expone artículos digitales obtenidos de los repositorios de las instituciones de educación superior.

Así mismo el Marco legal comprende artículos y reglamentos que dan pertinencia a la investigación.

Capítulo II: Se realiza el diagnóstico situacional de los emprendimientos de la comuna de Ayangue al exponer el registro total de sus habitantes, por medio de las acciones de campo se procedió a recoger toda información útil que permita emitir un criterio que refleje las necesidades encontradas en la investigación y direcciones del plan de acompañamiento a sus emprendimientos, además de analizar el comportamiento el turismo interno y externo post-covid.

Capítulo III: Se aborda la metodología y desarrollo investigativo a través de métodos diseñados para cuantificar resultados y obtener una perspectiva clara de lo que se desea contribuir en este caso ofrece a los emprendimientos de la comuna un plan de acompañamiento que les brinde mayor rentabilidad y sostenibilidad. Una vez establecido el conocimiento estadístico e interpretativo, donde la entrevista es un instrumento importante para conocer abiertamente lo que se desea cambiar, apoyado por las encuestas a los propietarios d ellos emprendimientos.

También se realizó una ficha de observación que describe la realidad de la situación empresarial y así proyectar fases de ejecución en el plan de acompañamiento a los emprendimientos turísticos, posteriormente se hace el análisis de los resultados de todo lo obtenido.

Capítulo IV: Se propone el plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue en la provincia de Santa Elena, por fases donde se realiza el diagnóstico de la situación de los emprendimientos turísticos partiendo del análisis actual de las encuestas de los propietarios de los locales en sus actividades, con el objetivo de promover planes estratégicos de gestión empresarial administrativas mediante capacitaciones relacionadas con las funcionalidades de los modelos de negocio, al requerir modelo Canvas, que brinden resultados positivos al implementar una serie de acciones como las capacitaciones a los encargados administrativos.

Antecedentes

La Provincia de Santa Elena, es una de localidades donde se ejecuta el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible, ya que es muy visitada por los turistas extranjeros y también nacionales, observándose visitantes en todas épocas, a pesar que, no existen números exactos que permitan tomar disposiciones o desarrollar

propuestas, siendo una limitante para tomar nuevas acciones encaminado a un plan de mejora en el sector empresarial, no obstante, la provincia ha demostrado estar bien posicionada como uno de los destinos turísticos más visitados, por cuanto refleja la belleza de todo un perfil costero. Por otro lado, el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador (2020), ha implementado una herramienta estratégica (SIETE), factible para medir la información de una manera planificada y así llevar una estadística de los visitantes y lugares a visitar, con el fin desarrollar planes que mejoren la fuente Turística (Revista Científica y Tecnológica UPSE, 2016).

Una de las comunas más visitas es Ayangue, localidad con emprendimientos turísticos asociados a la actividad costanera, hermosa playa que cuentan con una infraestructura social y productiva aprovechada por la variedad de recursos naturales, de productos, y servicios que ofrece la comuna, sin embargo, los establecimientos al tener tiempo paralizados no buscaron la manera de capacitar al personal en la gestión administrativa, al no generar ingresos significativos; a pesar de, estar legalizados en el listado del ministerio de turismo de la provincia, no tienen en la actualidad el reconocimiento debido, por circunstancias como la depresión económica post pandemia, lo que dificulta la ejecución de estrategias empresariales que brinden buenos resultados en las actividades turísticas que realizan.

Por lo tanto, es crucial un plan de acompañamiento administrativo que cambie la perspectiva tradicional de gestionar los negocios de parte de los propietarios que buscan urgentemente renovar su imagen como empresa a fin de cumplir con las expectativas de los turistas, por ello la prioridad radica en atender los requerimientos; planificar fases de ejecución para la propuesta con el fin de, fortalecer la modernidad y el crecimiento económico de los establecimientos.

Localidad pequeña, pero de gran atractivo turístico enriquecedor, la brisa natural que corre de pacifico la hace única en el corredor turístico de la costa. La comuna cuenta con una población de 1400 habitantes, dato obtenido en la consulta de la casa comunal de Ayangue por parte del presidente. Los moradores afirman que el mayor atractivo turístico del lugar es identificarse con la reserva marina denominado “El Pelado” los visitantes quedan vislumbrado con la belleza del lugar y oportunamente disfrutan de actividades como el buceo y avistamiento de ballenas, además de observar directamente las tortugas, lobos marinos y distintas especies de peces de la localidad, reconocido como la principal fuente de ingresos económicos. EL clima es cálido,

dando lugar a que los visitantes puedan realizar varias actividades entre ellas: caminatas, excursiones, toma de fotografía de una naturaleza única, por los paisajes que ofrece.

Planteamiento del Problema

La ley de emprendimiento e innovación en Ecuador, está a favor de fomentar la reactivación de económica al brindar reapertura a los negocios, para que continúen con las actividades a fin de lograr mayores oportunidades e inversión en el mercado turístico, dando prioridad a la ejecución de ideas en tiempos de post pandemia donde son necesarias muchas estrategias de acompañamiento, asesoramiento de gestión administrativa que sirvan como impulso clave para asegurar la sostenibilidad, sin embargo muchos emprendimientos por estar inactivos no han mantenido un diseño de trabajo efectivo para la organización lo que ha significado necesariamente que requieran de un plan de mejoramientos técnicos en sus funciones administrativas de manera que cumplan con las expectativas con respecto a las necesidades de los clientes que esperar que al visitar un lugar obtengan lo mejor en productos o servicios de calidad.

Según Zamora (2017) cuando se busca formar nuevos emprendedores o nuevos negocios es para desarrollar la economía de ese país, siempre un emprendimiento resulta importante y positivo; de acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (2016). “El Ecuador registra un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 31.8%, es decir, aproximadamente 1 de cada 3 adultos gestiona la creación de un negocio o posee uno con una antigüedad de hasta 3.5 años” (Zamora, 2017, p. 03). El emprendimiento de las micro-empresas está orientado a las actividades de comercio de algún producto o servicio y esto es realizado para generar ingresos extras, independencia económica o por obtener satisfacción personal.

Por lo tanto los establecimientos no pueden alcanzar reconocimiento ni certificación de parte del ministerio de turismo, el cual es encargado de categorizarlos y clasificar los según la actividad que realizan en el sector donde radican, por ello no buscan formas de mejorar los productos o servicios, la imagen como empresa, ni capacitar al personal, esto de muchas veces como resultado el aumento de impuesto, la distribución de sueldo muy por debajo de lo establecido lo que podría incidir de forma directa en no cubrir acordeamente con las necesidades los clientes como en el caso de los negocios de la comuna de Ayangue donde ofrecen una variedad de

servicios tales como, operadores de tour turístico , de bebidas alimentos, de embarcaciones turísticas (avistamiento de las ballenas), de hostería y hotelería.

Cuando fue impulsada la norma, se creía que iba ayudar a los emprendedores a crecer, pero nunca se conoció a detalle a través de que herramientas el RNE (Registro Nacional de Emprendimientos) que permite a los negocios menos de cinco años acceder a tasas preferenciales en tramites promoción nacional e internacional (Diario El Comercio, 2021).

Esto motivo principal a la realización del proyecto de investigación, el cual es elaborar un plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos para los comuneros de Ayangue quienes presentan la necesidad imperiosa de potenciar los emprendimientos que poseen y que estos funcionen adecuadamente en el sector turístico, sin embargo no todos locales cumplen con los requisitos pertinentes, ni cuentan con el conocimiento administrativo que direcciona a ser parte de los que están establecidos legalmente por situaciones que van desde el cese de las actividades en Pandemia, lo que ocasionó que no estén al día en las aportaciones tributarias, aunque a pesar de ello generan ingresos significativos dentro de la comuna.

Por esta razón, a través del diagnóstico se determina un porcentaje prioritario de quienes serán los beneficiados con la realización de la propuesta en este caso los locales que han mantenido su regularidad y están fielmente reconocidos en el listado proporcionado en el municipio de Santa Elena de las empresas que ejercen legalmente sus servicios dentro de la comuna.

En el 2017 en el Global Entrepreneurship Monitor, se logró analizar que todo emprendimiento es realizado por personas desempleadas, que al evidenciar la necesidad se han motivado a generar un negocio el 99.4% es la cifra que arroja en el Ecuador; siendo un país que se encuentra en el puesto 98 de 127 países en mostrar emprendimientos con innovación; esto es algo en lo que hay que trabajar conjuntamente con los emprendedores para así poder alcanzar un número más bajo en la tabla mostrada; la pandemia ayudó a demostrar que la tecnología es la tendencia en todos los negocios a nivel mundial (GEM, 2017).

Un emprendimiento turístico debe tener tres aspectos: motivación, talento y visión, según Guía del emprendedor Turístico (2018) “El éxito es el resultado de la combinación de conocimiento, experiencia y actitud” (p. 17). Todo emprendimiento debe tener un plan de trabajo en su gestión por lo cual deberá mejorar sus estrategias

y corresponder, a replantear acciones clave que mejoren los negocios y de cómo podrían obtener más beneficios cuando se tiene mayor reconocimiento dentro mercado turístico, cuando se preocupan los propietarios en brindar una calidad de atención y cobertura de servicio a los clientes.

A pesar de las circunstancias que condicionaron que los emprendimientos de la comuna de Ayangue mejoren su situación en la actualidad con la llamada reactivación económica, la actividad turística volvió casi con normalidad y de poco empezaron a gestionarse eventos por parte de la casa comunal que tienen como finalidad, que los negocios vuelvan a generar los ingresos que comúnmente obtenían antes del Covid-19, y los cuales a consecuencia de la pandemia no cuenta con la solvencia, ni cobertura financiera para edificar estrategias claves para optimizar la gestión administrativa, que les brinde la potestad para asumir ciertos riesgos como invertir en la capacitación de sus empleados, con respecto a atención al cliente y contratar servicios de asesoría gerencial,

Con el propósito de lograr a futuro resultados favorecedores que sirvan de provecho para los propietarios de los negocios del sector turístico, y los mismos sean tomados en cuenta en los destinos atractivos del lugar donde sea potenciado no solo sus bellos paisajes y faunas, sino que busque proyectar como es la gente del lugar, luchadora y comprometida en hacer del viaje una experiencia significativa para los visitantes de la localidad.

De igual forma la Dirección Distrital del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), en Santa Elena, está ayudando a fortalecer los emprendimientos y ha realizado la entrega de 169 créditos de Desarrollo Humano, de los cuales 57 fueron destinados para la Parroquia de Colonche; luego de un largo periodo donde se realizó capacitaciones a los habitantes, con talleres en donde también participaron el Servicio de Rentas Internas (SRI) y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA); los preparó para que quienes salieron beneficiados puedan cristalizar sus proyectos (Ministerio de Inclusión Económica y Social).

La comuna Ayangue de la Provincia de Santa Elena, esperan que sus negocios obtengan ingresos más sostenibles, lo que significa entrar en contexto propio de como proveer de un plan de acompañamiento que desplegué un conjunto de fases en el desarrollo de planes de desarrollo de actividades, enfocadas en mejorar la gestión de emprendimientos que beneficien tanto al turista como a los habitantes de la comuna.

En base a los criterios estratégicos en la propuesta se evaluaron las necesidades del lugar para así incrementar las posibilidades de éxito en la implementación.

Formulación interrogativa del problema

¿Por qué es necesario diseñar un plan de acompañamiento a los emprendimientos turísticos de la comuna de Ayangue, Provincia de Santa Elena?

Justificación

Este trabajo de titulación tiene como objeto principal desarrollar un Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, Provincia de Santa Elena, que permita el avance y mejora de los emprendimientos. Al fortalecer su gestión administrativa y el crecimiento profesional de cada uno de los propietarios en sus establecimientos, quienes expresan el deseo de superación, que trae consigo la necesidad de mejorar las condiciones socioeconómicas de las familias del lugar, que dedican tiempo diariamente en sus propios emprendimientos, sin embargo la forma que realizan la gestión administrativa no hace que alcancen los logros esperados, motivo por el cual no se adaptan a las demandas del sector turístico y a los cambios económicos de los tiempos post pandemia.

En el tiempo de post pandemia es donde más se debe aprovechar al máximo las oportunidades de reactivación económica, de asistencia de servicios a los turistas que buscan una demanda de oferta atractiva y planificada al presupuesto que poseen. Por tal razón, es primordial difundir experiencias gratificantes de los motive a visitar la localidad. Por otra parte, es importante realizar la visita de campo correspondiente para enfocar el estudio en preparar adecuadamente una propuesta encargada de asesorar directamente a los propietarios de los emprendimientos, con estrategias más proactivas que renueven y trasforman la forma de brindar los servicios que comúnmente ofertan a los turistas tales como hospedaje, tour turístico en lugares recreativos, con el propósito de incentivar a los visitantes a volver a la comuna de Ayangue.

En la actualidad, la Provincia de Santa Elena en específico en la comuna Ayangue se ofrece una variedad de servicios disponibles para una estancia más acogedora sumado a la variada fauna y flora que llaman la atención de propios y extraños que sin duda es aprovechado para la actividad comercial económica, sin embargo, la afluencia de los viajeros ha sido un tanto limitada lo que condiciona que

exista una mayor demanda en organizar eventos e iniciativas empresariales que ayuden a mantener la rentabilidad y estabilidad en los establecimientos.

Por lo tanto, es de suma prioridad mejorar los emprendimientos en el sector del turismo de la comuna Ayangue a través de estrategias empresariales de tipo administrativo que impulsen la participación, capacitación en conjunto de los empleados y propietarios para hacer frente a la situación adversa cuando no cumplen con las expectativas propias de lograr mayores ingresos, ser reconocidos por entidades como RNE (Registro nacional de emprendimientos).

El ministro de Turismo a través del listado anual de los emprendimientos legalizados la considerando la actividad en la que se desarrollan esto significa una oportunidad fidedigna de planificar un acompañamiento a emprendimientos que respalden y consoliden la gestión administrativa y rentabilidad en los negocios a través de resultados a corto plazo que paso a un crecimiento más notable; y evitar así el cierre de los mismos en la comuna.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de acompañamiento para mejorar el desempeño administrativo competente en los emprendimientos turísticos en la comuna Ayangue, provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico actual de la situación de los emprendimientos en la comuna de Ayangue a fin de determinar sus necesidades y planificar estrategias administrativas que mejoren su gestión.
- Analizar resultados estadísticos para comprender el ambiente en el que se desarrollan los emprendimientos turísticos de la comuna de Ayangue en base a las necesidades encontradas en la visita de campo respectiva.
- Elaborar un plan de acompañamiento a emprendimientos por fases donde estructuran actividades, métodos de evaluación de negocio Canvas del sector turístico, capacitaciones administrativas para fortalecer la gestión empresarial en los establecimientos de la comuna Ayangue, Provincia de Santa Elena.

Capítulo I: Marco Teórico

Competencias Administrativas

Administrar es planificación, organización, coordinación, desarrollo y control del desempeño eficiente del personal de una empresa, donde se emplean técnicas que permiten la interrelación y colaboración de los empleados con el propósito de alcanzar los objetivos individuales relacionados de forma directa o indirectamente con el trabajo. Partiendo de este conocimiento podemos aproximarnos a lo que se entiende por gestión de administración de los recursos humanos. Gestión, es la acción y efecto de gestionar en el contexto empresarial, gestionar puede ser entendida como la realización de acciones encaminadas a la obtención de un beneficio para la organización (Armijos, 2019).

Al exponer criterios competentes se puede asumir una postura más clara de que las organizaciones empresariales, deben realizar acciones relacionadas en alcanzar un nivel de productividad alto donde los miembros que la conforman, vayan encaminados a conseguir un beneficio en común al ofrecer un producto turístico que capte la atención del público objetivo al estudiar las complejidades y exigencias de los viajeros quienes por distintos propósitos acceden a una oferta turística que cumpla con los deseos que tienen de conocer un lugar diferente, de vivir experiencias gratificantes, por ello los negocios deben desempeñar, un rol importante en la economía con la participación de los inversores locales quienes se involucran en mejorar la infraestructura y cobertura para nuevos emprendimientos.

Al renovar, reinventar, negocios que lleven más tiempo operando en el medio comercial productivo. Marulandía & Montoya (2018) sostienen que “el proceso de formación de empresa, producto de la decisión de un cambio de vida y de iniciar una compañía, donde el cambio de vida surge de la desestabilización que generan en las personas diferentes situaciones, sean negativas o positivas” (pág. 01).

Dentro de las motivaciones de un emprendedor son las oportunidades, las necesidades y así mismo que la razón por la que nace un emprendedor es por la falta de empleo y obviamente el deseo de cubrir sus necesidades. Indicando que todos estos aspectos son de suma relevancia y llevan consigo los rasgos psicológicos, la formación y la experiencia con la que cuenta cada emprendedor.

Emprendimientos Turísticos

Todos los emprendimientos tienen un eje común, debido a que no solamente buscan la generación de ingresos sino también un desarrollo social y cuidado ambiental del territorio. Si bien el emprendimiento se ha convertido en un potencial motor de la economía del país, se espera que el impacto en la sociedad que éste genere sea mayor. Es decir que los emprendimientos surgen en la mayoría por necesidad o por oportunidades temporales, sin embargo, no están catalogados como verdaderos negocios que puedan tener éxito y que sean sostenibles en el tiempo (Portugal, 2019).

Además, en el sector turístico se gestionan actividades de emprendimiento en base a la articulación del conocimiento científico formulado en proponer un enfoque que permita solucionar problemáticas, tomando métodos apropiados en el campo de acción laboral del sector comercial turístico, donde se construyan experiencias por parte de las agencias de viajes y empresas especializadas en relación a la atención y requerimientos de los viajeros.

Por otro lado, el emprendimiento turístico describe ciertos elementos importantes como la oferta del destino turístico, la infraestructura, la comunidad, los recursos naturales, además de considerar las necesidades y exigencias de las personas que acceden a viajar y destinan un presupuesto para cubrir con los gastos y compra de artículos que serán un recuerdo permanente en su memoria, por lo que es primordial hacer un diagnóstico de la situación del turismo de la localidad, para acentuar un plan de acompañamiento de emprendimiento que respalde el crecimiento económico de la población respetando el medio ambiente y los recursos sostenibles existentes.

Plan de Acompañamiento

Una alternativa que permite solucionar las deficiencias del mercado laboral es el emprendimiento, gracias a que permite la generación de nuevas fuentes de trabajo y el fortalecimiento del tejido productivo. Según las estadísticas del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), informe global que mide el emprendimiento de las distintas economías a nivel mundial, el Ecuador posee una Tasa de Actividad Emprendedora del 33,6%, esto debido a que los ecuatorianos ven en el emprendimiento una alternativa para contar con un trabajo y de esta manera lograr la satisfacción de las necesidades (Herruzo, 2019).

El plan de acompañamiento es un modelo que reformula las oportunidades de crecimiento en el panorama económico, cultural y ambiental, debido a que esto sirve

de soporte y apoyo para los servicios que ofrecen en la comuna, siendo de vital importancia para alcanzar una factibilidad en el medio empresarial a fin de que los visitantes estén motivados en obtener un bien o servicio dentro de la comuna y así generar ingresos en los sectores hoteleros y demás negocios establecidos en Ayangue.

De esta forma al aprovechar la diversidad de actividades recreativas gestionadas por cada organización o entidad encargada, el turismo se potenciará en la comuna. Es por esta razón, que los resultados económicos son las ganancias obtenidas como un indicador claro de un turismo sostenible que, al recibir un número considerable de turistas con la mayor amabilidad, sentirán afinidad de compartir criterios personales excelentes con respecto al lugar.

De acuerdo a Panosso (2017) “La planeación turística puede estar orientada hacia parques de diversiones, áreas protegidas, eventos, áreas de transporte o áreas culturales, o estar orientada hacia un segmento del mercado o hacia actividades turísticas interdependientes con otras actividades humanas” (p. 70).

El acompañamiento emprendedor es efectivo cuando se conoce los elementos que los integran y corresponden a la planeación estratégica de promover sitios turísticos dinámicos que cumplen con las expectativas y generan una sensación de interés en volver a visitar un lugar determinado, lo que aumenta mayores posibilidades de obtener una visión objetiva a la demanda, oferta de productos, y servicios en función al modelo del mercado actual, a la población local, a la infraestructura del medio ambiente.

Marco Conceptual

Reactivación Económica

Las tasas de crecimiento positivas y la estabilidad macroeconómica que han presentado durante dos décadas los países de América Latina y el Caribe se verán gravemente afectadas. Para enfrentar esta situación, los países han desarrollado planes de estímulos fiscales para la reactivación económica, como bonos, subsidios, creación de fondos, entre otros. Por ejemplo, Bolivia implementó bonos de apoyo a estudiantes y a la familia, subsidios en el consumo de energía eléctrica, agua potable y gas domiciliario (MEFP, 2020); además de herramientas financieras para inyectar recursos a la economía y pospuso el pago de diversos impuestos y con posibilidad de pagarlos en tramos (impuesto sobre la renta de las sociedades, IVA, e impuesto sobre transacciones) (IMF, 2020a).

Mientras que Ecuador desarrolló políticas por un valor de \$ 1.2 mil millones, que incluyeron transferencias de efectivo excepcionales a familias de bajos recursos (\$ 250 millones), distribución de canastas de alimentos, relajación temporal de los criterios de elegibilidad para el seguro de desempleo (\$ 372 millones) y gastos adicionales en salud (\$ 550 millones) (IMF, 2020). Además, ha iniciado medidas para reducir el precio de los combustibles y su variabilidad, así como otras acciones que implican un recorte del gasto público por un monto de \$ 4 mil millones (Diario El Comercio, 2022).

Turismo

Según Manosalvas (2020) El turismo y la Innovación se encuentran en grandes cambios en el mundo por el incremento de la actividad turística, las empresas tienden a alcanzar altos niveles de competitividad llegando a tener una búsqueda de innovación y creatividad, mediante programas y estrategias que conlleva al turismo a un nuevo modelo turístico, en el cual el internet es una de las herramientas que facilita a los turistas obtener de forma rápida la información de los lugares turísticos al que desean viajar, por lo que las empresas turísticas deben adaptarse al nuevos modelos como la tecnología de la información y de las comunicaciones, incluso en la innovación de algunas herramientas y programas turísticos que ayuden a que el servicio sea personalizado.

Turistas

“El turismo es una estrategia primordial que incentiva a los organismos internacionales a controlar y regular las actividades destinadas para el turista, a través de un aporte necesario dentro de esta acción, cumpliendo con los aspectos de mayor relevancia” (Juarez & Cebrian, 2016).

Acompañamiento a emprendimientos

Se define que los turistas necesitan acompañamiento en todo el camino, esto coincide con lo mencionado por Vásquez (2020) donde afirma que las técnicas de guianza facilitan al guía de turismo crear estrategias encaminadas al manejo y cumplimiento de los objetivos de una salida, viaje o excursión, donde el guía capacitado es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información, animación y aprovechamiento real del tiempo libre de los turistas tanto nacionales como extranjeros. Además de velar por la seguridad y bienestar de los

turistas, brindando toda la colaboración necesaria y los servicios inherentes a la profesión y labor del guía.

Emprendedor

Según López & Contreras (2015) dentro del emprendimiento las personas identifican la parte más importante, utilizando así, sus capacidades, aptitudes y destrezas para poder ser un recurso indispensable en cuanto a la generación de productos o servicios innovadores, por lo que, no puede competir con una máquina que no introduce nuevas ideas, pues a diferencia del ser humano que sí se encuentra en capacidad de hacerlo.

Emprendimiento

Por otro lado, el emprendimiento se caracteriza según varios autores por asumir riesgos para aprovechar oportunidades, esperando con esto generar utilidades, incorporando aspectos sociales y personales de los individuos que requieren ciertas actitudes ante el contexto en el cual se desenvuelven (Borrayo & Valdez, 2019).

Demanda

De acuerdo a Álvarez & Andrade (2016) La demanda en el turismo interviene en la creación de nuevos productos y servicios, además se adaptan a las nuevas tecnologías, debido a que los individuos tienen la capacidad de innovar con diferentes modelos de negocios turísticos y mediante algunos tipos de estrategias que les facilitan a las empresas para que logren competir en el mercado empresarial, por tal motivo existe un crecimiento económico que ayuda a las organizaciones, empresas y al país en general.

Oferta

La oferta según Delgado & Vargas (2016) es el conjunto de bienes y servicios que se destaca en el desarrollo del turismo, implica que el sector turístico busque la facilidad de crear nuevos productos implementando estrategias eficientes de los recursos tangibles e intangibles del turismo. La innovación en el ámbito turístico va más allá de los inventos o adopción de bienes y servicios, en conclusión, la innovación es una forma de pensar y orientar al turismo hacia una nueva gestión.

Oferta Turística

Según Magadan (2015) “En el turismo de naturaleza, naturalista o ecoturismo la motivación es establecer contacto directo con la naturaleza es su totalidad o con

alguna de sus partes, muy especialmente la avifauna. El turista pretende sumergirse en un medio poco alterado” (p. 13).

Producto

“Los servicios turísticos presentan una serie de características que existen en otro tipo de servicios, pero se manifiestan más en los servicios: estacionalidad y fluctuaciones de demanda, interdependencia de servicios y elevación de costes fijos en comparación con las variables” (Ojeda & Mármol, 2022).

Coaching

Calderón (2017) afirma que el coaching es un entrenamiento que produce grandes impactos positivos en las diferentes organizaciones donde es utilizado, ayuda a incrementar la productividad de los trabajadores, contribuye a generar un ambiente donde existe más compromiso y entrega de ambas partes involucradas como son la empresa y el colaborador, incrementa la lealtad, ayuda en la optimización de la comunicación y reduce el ausentismo laboral.

Coach

Calderón (2017) postula que el coach tiene que demostrar que no es un amigo para su pupilo, más bien es un espejo, no tiene que ser visto como un confesor, porque es un facilitador, es alguien generoso y no es un consejero, además no es un consultor es una persona que ayuda a otros en el proceso del descubrimiento, es alguien que ayuda en el desarrollo personal, no se trata de una estrella, además no comprende protagonismo, más bien es alguien enfocado en los defectos, es un catalizador y no un psicólogo.

Marco Referencial

Estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de Contabilidad y auditoría de la Pucese en el período 2017-2018.

Se formuló como objetivo general de este trabajo investigativo, analizar el estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de Contabilidad y Auditoría de la PUCESE en el periodo 2017-2018, lo cual condujo al planteamiento de tres objetivos específicos: Describir el estado actual, identificar el impacto socio – económico de los emprendimientos desde la intervención y señalar medidas correctivas que mejoren el estado actual a los emprendimientos a través de planes de acción. Bajo este enfoque de objetivos descritos, esta exploración se desarrolló en cinco capítulos: el primero comprendió la formulación del marco teórico de la

investigación, el mismo que está compuesto por tres apartados: bases teóricas-científicas, antecedentes y marco legal (Cumbicus, 2020).

En el segundo capítulo se presenta la metodología, la misma que abarca el tipo de estudio, definición conceptual y operacionalización de las variables, población y muestra, métodos, técnicas e instrumentos y análisis de datos. En el tercero, se procesan y describen los resultados obtenidos del instrumento aplicado. En el cuarto, se formula la discusión comparando los resultados con las teorías de estudios previos, y el quinto capítulo manifiesta las conclusiones y recomendaciones del trabajo (Cumbicus, 2020).

En virtud de lo antes mencionado, se formuló como objetivo general de este trabajo investigativo, analizar el estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de Contabilidad y Auditoría de la PUCESE en el periodo 2017-2018, lo cual condujo al planteamiento de tres objetivos específicos: Describir el estado actual, identificar el impacto socio – económico de los emprendimientos desde la intervención y señalar medidas correctivas que mejoren el estado actual a los emprendimientos a través de planes de acción (Cumbicus, 2020).

Desde el punto de vista de Parra (2016) la “incubación empresarial” es determinada como un seguimiento del coach hacia el empresario/empresa, hasta llegar al momento de la colocación en el mercado, incluso en ciertos aspectos puede lograrse antes del posicionamiento a través de un asesoramiento, para que pueda mejorar y ampliar la visión del negocio dentro del mercado.

También se busca que las destrezas a desarrollar por parte del acompañador hacia el emprendedor consistan en la adquisición de habilidades y destrezas, estas pueden ser adquiridas mediante el uso de diferentes técnicas, siempre teniendo en cuenta una participación activa por parte de los que conforman la entidad, también manifiesta que, para obtener un excelente trabajo, debe haber una buena incubación de una empresa, es necesario una buena relación entre el acompañante y el empresario

De esta forma, es posible alcanzar el cumplimiento de la meta establecida por la empresa o negocio, esto sin duda representa un reto para ambos, puesto que debe existir compromiso, además tiene que haber adecuación con respecto a las formas de desarrollo y las destrezas que tienen que adaptarse a cada caso particular.

Emprendimiento realizado en Colombia, principales consideraciones y dificultades, elaborado en la Universidad Libre de Pereira, específicamente en la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables.

El emprendimiento en Colombia en la actualidad por los ciudadanos es visto como una opción para producir economía al país, pero en este lugar no se ofrecen las condiciones necesarias de soporte y no existe garantía de sostenibilidad con respecto a los nuevos negocios que han sido creados en el mercado comercial, los mismos que reflejan un 40% que corresponde a tasa de mortalidad en el primer año, un 80% del orden en los primeros tres años, la deficiente y escasa formación que tienen los emprendedores es uno de los factores que indican en el fracaso empresarial (Henao, 2020).

Con el presente artículo se tiene como propósito trabajar enfocados en los emprendimientos de Colombia y determinar el comportamiento que han tenido en los últimos años, de igual forma se busca conocer a detalle cada uno de los aspectos que deben ser tomados en cuenta para mantener la supervivencia de las unidades de aquellos nuevos negocios nacientes, teniendo como objetivo orientar a los emprendedores acerca de la gestión administrativa, en aras de que se posicionen y logren quitar protagonismo a los mecanismos existentes, además es importante visualizar la manera para aprovechar los bienes tecnológicos, financieros, materiales y el potencial humano con el que se cuenta para alcanzar los objetivos que se han establecido (Henao, 2020).

El autor de este artículo ha basado su trabajo en el enfoque cualitativo, la investigación que planteo es de tipo descriptivo y a la vez no experimental, debido a que no se realiza el proceso de manipular variables, más bien las variables son contempladas para ser previamente analizadas dentro del contexto. Esto facilita la recolección de información y la exploración, por medio de diferentes técnicas como profundización en la investigación con fuentes bibliográficas con relación en teorías administrativas, análisis de la realidad actual de Colombia acerca del emprendimiento, realizar informes de las organizaciones, todo esto con el propósito de definir varios aspectos que permitan al emprendedor lograr alcanzar los objetivos empresariales, buscando aminorar la mortalidad y erradicar la deserción de los emprendimientos (Henao, 2020).

La situación económica y social que se vive en Colombia es la raíz que ha desencadenado muchos escenarios en relación a negocios o emprendimientos que se entretengan con la educación, experiencia y falta de oportunidades de trabajo que sean estables, esto incentiva a las personas desempleadas a buscar emprender de forma precipitada, sin antes realizar un sondeo, revisar y analizar las implicaciones del negocio, además existe desconocimiento de temas como el plan de negocios, estructuración y planificación administrativa del emprendimiento que permita disminuir en gran medida la deserción de las empresas que en gran volumen emergen de esta forma (Henao,2020).

Propuesta de programa integral de acompañamiento a emprendedores, como alternativa para el desarrollo de competencias proactivas y la disminución de desempleo en Ecuador.

Según indica Mendoza (2019) en el capítulo dos, explica que dentro de un entorno empresarial hay diferentes aspectos que se componen del capital humano, el capital financiero, y además de características como el liderazgo, cultura, experiencias, apoyo del gobierno a través de políticas públicas, etc. Otro concepto en relación al mismo tema lo define como una comunidad, donde por similares características se desarrollan los negocios apoyándose mutuamente en bases legales además de la experiencia, generando ideas, recursos y negocios.

También se evidencia un modelo básico para la creación de una empresa o un emprendimiento según sea el caso. Creatividad, emprendimiento, financiamiento; los cuales deben estar apoyados en varios aspectos, los más importante infraestructura y capital humano de calidad, el último punto desarrollándose a través de un acompañamiento.

Llevando esto al ecosistema empresarial, se puede decir entonces que es el conjunto de personas que cuentan con apoyo mutuo con el fin de desarrollar actividades comerciales ampliando la capacidad de sostenibilidad de una empresa, siendo facilitadores de conocimiento en base a experiencias vivida o los conocimientos que posea respecto al tema. Mientras tanto, Mendoza también señala que existen dos temas que tienen correlación, los cuales son el soporte y el capital humano. El soporte es la inclusión de incubadoras dentro del proceso de desarrollo del emprendimiento, en pocas palabras el acompañamiento como soporte a dichos sujetos. El capital

humano, el cual forma al equipo de individuos que formaran parte del proyecto, ayudándolos a realizar un trabajo en conjunto.

El acompañamiento debe estar localizado y focalizado a las realidades locales e internas de cada emprendedor, solo así van a funcionar los objetivos impuestos dentro del plan de trabajo, influyen aspectos económicos, aspecto político entre otros. El sentido cambiante de las estrategias permite que el proyecto, así mismo logre permanecer y no decaiga frente a una monotonía de ideas que no resultan en ciertos casos.

En el caso de Ecuador, muestra que el acompañamiento tomó forma a partir del 2014, a través de la alianza para el emprendimiento e innovación, organismo por el cual formulaba estrategias junto con los emprendedores donde la finalidad era desarrollar un campus (ecosistema) donde la innovación salga a flote para la resolución de problemas.

El ecosistema del sistema emprendedor creó varias fases del proyecto, primero está la fase de gestación, donde se procede a juntar varios sujetos de actividades comerciales para motivar y aumentar el espíritu de emprendimiento de los posibles candidatos, se dan asesorías en varios aspectos (cultura y talento humano), luego las primeras ventas, los planes de asesoría se aplicarán de manera primordial, el desarrollo de la empresa avanzara en esta etapa, a través del crecimiento hasta llegar a un punto de autosuficiencia es decir, crecimiento internacional y buscar financiamiento que permita la posible exportación del producto y las asesorías en esta fase que también cumplen un rol importante.

Para la GEM (2016), el asesoramiento es de vital importancia en las tres etapas de un emprendimiento. El gobierno a través de las entidades públicas fomenta proyectos de incubadoras y promoción a través de la innovación y el emprendimiento cuya misión es impulsar a los posibles emprendimientos o negocios para que estos tengan éxito dentro del territorio. Dentro del Ecuador, la cultura de participación y promoción de los diferentes emprendimientos es casi nula o inexistente, por lo que esto repercute en la motivación de la creación de nuevas empresas o en el mantenimiento de las mismas, dentro del último punto, aquellas empresas que logran constituirse tienen a ir a negativo debido al poco fomento y capacitación que se brinda a la comunidad.

En conclusión, en el Ecuador existen limitaciones que no permiten a las empresas poder avanzar y convertirse en autosuficiente, debido a que no llevan un plan que les permita adaptarse y diseñar modelos de gestión, por ejemplo, los estudios de campo y de mercado son inexistentes en la mayoría de nuevos negocios. Por lo que una correcta formación e impulso puede llevar a que una empresa logre sus objetivos.

Otra conclusión a la que se llegó fue que a través de desarrollo de las capacidades de los sujetos que intervienen estas limitaciones irían desapareciendo, debido a la capacidad de adaptación que permite el emprendimiento. Por ende, la alianza para el emprendimiento e innovación determinó las siete áreas para que se mejore el emprendimiento y una de ellas es el asesoramiento, que puede determinarse como el coaching o seguimiento, el mismo que previsto ser planteado en este proyecto. **Acompañamiento en la elaboración de planes de negocio para tres emprendedores con énfasis en mercadeo, vinculados a la Fundación Emprendamos Ya.**

El presente trabajo se enfoca en el desarrollo de capacitaciones con temas enfocados al área de mercadeo que involucren a la organización y a cada uno de los emprendedores. El enfoque de la actividad económica que tiene en cuenta a las personas, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y sustentable, como referencia prioritaria, por encima de otros intereses bajo el enfoque de mercado, en donde en conjunto con la fundación emprendamos ya (Briceño & Granados, 2018).

La universidad cooperativa de Colombia y cada uno de los emprendedores que son partícipes de este proyecto social, han desarrollado un trabajo cooperativo por medio de diferentes capacitaciones, en donde abarcaron temas relacionados con mercadeo como lo son las 4P'S (precio, producto, plaza y promoción), estudio de mercado, innovación, valor agregado entre otros temas que han dado valor y han sido implementados en los negocios e ideas de negocio de los emprendedores (Briceño & Granados, 2018).

Durante el desarrollo del proyecto monitores solidarios de la universidad cooperativa de Colombia, se desarrolló el plan de negocio de cada uno de los emprendedores abarcando diversas actividades, como lo son caracterización de los emprendimientos para que permita reconocer las particularidades en el desarrollo de los planes de negocio, acompañamiento en el proceso de resolver dudas para el

diligenciamiento de las preguntas y continua realimentación a la fundación sobre los avances alcanzados (Briceño & Granados, 2018).

Un análisis de la gestión administrativa de emprendimientos comunitarios en el marco de la economía popular y solidaria.

Este trabajo tiene por objetivo describir el escenario de la gestión empresarial bajo el marco de la Economía Popular y Solidaria en emprendimientos comunitarios del Cantón Cañar- Ecuador. Las organizaciones comunitarias tienen como principios fundamentales la equidad, la justicia social , el empoderamiento y sobre todo la participación de sus miembros que se ven fortalecidos en un vínculo de solidaridad; en este contexto, se realiza un estudio de estos emprendimientos que poseen ciertas características que los diferencian del tejido productivo tradicional, y que al mismo tiempo requieren una administración adecuada de los recursos, que les permitan alcanzar competitividad y sostenibilidad, al igual que las organizaciones que están dentro del sector empresarial tradicional (Ordoñez, 2019).

El estudio de enfoque cualitativo y alcance descriptivo, bajo el diseño de investigación de campo, utiliza las técnicas de la encuesta y la observación, para la recolección de datos, los instrumentos aplicados fueron la entrevista semiestructurada a los líderes de las asociaciones, así como una ficha de observación de los procesos administrativos desarrollados.

Los resultados ponen en manifiesto una gestión empresarial deficiente, producto del desconocimiento de los procesos administrativos y del contexto, concluyendo que bajo estas condiciones los emprendimientos no son sostenibles y tampoco contribuyen al fomento del desarrollo económico local (Ordoñez, 2019).

La finalidad del acompañamiento a través de los programas es crear y generar conocimientos a través de experiencias pasadas, que les ayude a formular un plan estratégico para cada situación, tomando en cuenta la realidad individual del emprendimiento; además de garantizar la permanencia de las diferentes empresas dentro del mercado establecido, es decir, lograr que alcancen el punto de autosuficiencia.

Los servicios que ofrecen en México las incubadoras o empresas de acompañamiento son: asesorías especializadas, foros estructurados, cursos de actualización empresarial, acompañamiento constante en todas las fases del proceso de creación, post creación y durante la creación de la empresa o emprendimiento. Con

esto, el sujeto empresarial lograría el cumplimiento de la meta fijada, evitando así la deserción por parte de los nuevos emprendedores a abandonar el mercado por fallas en la proyección de este, por las diferentes problemáticas que se enfrentarían dentro de la realidad.

Marco Legal

Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

El Reglamento turístico para los centros comunitarios (2010) aporta al trabajo de Titulación para saber el registro oficial para reconocen los derechos colectivos de los pueblos y comunidades que forman parte del pueblo ecuatoriano.

Que en el Art. 3, que corresponde al numeral e) de la Ley de Turismo que define como principios pertenecientes a la actividad turística: la iniciativa y participación comunitaria, entre otros principios.

Que en el Art. 4, que comprende el literal a), de la Ley de Turismo, reconoce corresponde a la actividad turística toda iniciativa comunitaria o de autogestión y privada, y al Estado porque debe potenciar las actividades del turismo mediante promoción y fomentación de un producto turístico que sea competitivo.

Que el Art. 12 de la Ley de Turismo establece que cuando las comunidades locales se encuentren organizadas y capacitadas, además cuenten con el deseo de prestar servicios turísticos, recibirán por parte del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones las facilidades necesarias que faciliten el desarrollo y producción de estas actividades.

*Que el Art. 54, dispone con respecto a lo que no estuviere previsto en la Ley, y en lo que fuere aplicable se observará y llevará a rigor el código ético mundial para el turismo, aprobado por la OMT que significa Organización Mundial del Turismo, el turismo comunitario es un modelo de gestión donde la comunidad local aprovecha y goza del patrimonio natural y/o cultural que posee la región en la cual están asentados para ofrecer y desarrollar un servicio turístico caracterizado.

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

En Ecuador contamos con una nueva Ley que nos ayuda al desarrollo de nuestro país brindando apoyo al emprendimiento y fomentando consigo la innovación y desarrollo tecnológico, además esta ley está ajustada a todas las actividades tanto

públicas como privadas. Al revisar y analizar la presente ley, la doy a conocer, debido a que será de gran aporte para aplicarla en mi proyecto de Trabajo de Titulación.

Objetivos de la ley. - Son objetivos de esta Ley los siguientes:

- a) Crear un marco interinstitucional que permita definir una política de Estado que fomente el desarrollo del emprendimiento y la innovación.
- b) Facilitar la creación, operación y liquidación de emprendimientos.
- c) Fomentar la eficiencia y competitividad de emprendedores.
- d) Promover políticas públicas para el desarrollo de programas de soporte técnico, financiero y administrativo para emprendedores.
- e) Fortalecer la interacción y sinergia entre el sistema educativo y actores públicos, privados, de economía mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal del sistema productivo nacional.
- f) Impulsar la innovación en el desarrollo productivo.

Obligaciones del Estado. - Son obligaciones del Estado para garantizar el desarrollo del emprendimiento y la innovación, las siguientes:

- a) Apoyar al emprendimiento mediante políticas públicas apropiadas, que permitan crear un ecosistema favorable.
- b) Simplificar trámites para la creación, operación y cierre de empresas, en todos los niveles de gobierno.
- c) Asignar los recursos necesarios para implementar las políticas públicas que se emitan en aplicación de esta Ley.

Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. - La formación teórica y práctica para el emprendimiento deberá cumplir con los siguientes objetivos:

- a) Mejorar las capacidades, habilidades y destrezas que permitan emprender con éxito iniciativas productivas.
- b) Promover la educación financiera para los servidores de instituciones públicas y privadas, así como en instituciones de educación básica, secundaria y superior.
- c) Promover el acercamiento de las instituciones educativas al sector productivo.
- d) Formar en la cultura de cooperación, ahorro e inversión.

- e) Fortalecer actitudes, aptitudes, la capacidad de emprender y adaptarse a las nuevas tendencias, tecnologías y al avance de la ciencia.

Fase inicial. - El emprendedor solicitará sujetarse a reestructuración presentando los requisitos previstos en el Reglamento de esta Ley. El emprendedor prestará toda colaboración para que la Superintendencia competente, o su entidad colaboradora, verifique lo declarado.

Al admitir a fase inicial, la Superintendencia competente automáticamente agregará en el registro a su cargo la frase “en reestructuración” al final de la razón social del emprendimiento y notificará electrónicamente a las entidades encargadas de rentas internas, datos públicos y registro mercantil, para similar adición en la razón social en sus registros. Durante la reestructuración, el emprendedor podrá seguir ejerciendo su actividad económica (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

Capítulo II: Diagnóstico Situacional de los Emprendimientos de la Comuna de Ayangue

En la investigación realizada se registró un total de 1.400 habitantes en la comuna de Ayangue, de los cuales se identificaron cinco sectores de emprendimientos turísticos, que efectúan sus operaciones comerciales cerca en la playa de Ayangue los cuales se encuentran categorizados de la siguiente manera: Sector Gastronómico, Artesanos/Pesqueros, Operadores de Turismo, Embarcaciones de Turismo y por los Hoteles/ Hostería. De los mismos solo treinta son legales, según fuente informativa proporcionada por la Ilustre Municipalidad de Santa Elena, en conjunto de las Rentas internas de la provincia.

A continuación, se realizó la visita a la casa comunal de Ayangue, cuyo presidente es el Sr. Félix Benjamín Ponce, quien procedió gentilmente a proporcionar toda la información debida en lo que respecta al tema turístico, dentro de la comuna. Además, expreso su punto de vista acerca del estado de los emprendimientos, que se están llevando a cabo en la actualidad para la reactivación económica, que incentiva a la realización y continuidad de eventos llamativos para afluencia de turistas, a través de fechas significativas como en el mes de mayo que son las fiestas patronales y en septiembre la celebración de la Virgen María.

Tabla 1

Propietarios de negocios en Ayangue

Población	Provincia	Sector	Tipos de actividad
150	Santa Elena	Ayangue	Sector Gastronómico
200	Santa Elena	Ayangue	Artesanos/Pesqueros
8	Santa Elena	Ayangue	Operadores de Turismo
14	Santa Elena	Ayangue	Embarcaciones de Turismo
16	Santa Elena	Ayangue	Hoteles/ Hostería

Nota. La tabla muestra la cantidad de propietarios de negocios que existen en Ayangue, enfocados en varios tipos de actividades turísticas.

Tabla 2
Propietarios de negocios legalizados en la Comuna de Ayangue

Parroquia:	Colonche			
Sector:	Ayangue			
Tipo de Local:	Privado			
Locales Comerciales	Parroquia	Sector	Tipo de Actividad	Ciudadano
Venta de Batidos	Colonche	Ayangue	Venta de Refrigerios	Borbor Ángel Carmen Marjorie
Batidos y Cocteles	Colonche	Ayangue	Venta de Refrigerios	Ponce Choez Armando Manuel
Venta de Batidos	Colonche	Ayangue	Venta de Refrigerios	Zambrano Mateo Azucena
Venta de Batidos	Colonche	Ayangue	Venta de Refrigerios	Zambrano Mateo Jenny
Hostería Ayangue	Colonche	Ayangue	Hostería	Arce Aroca Wilson Wilfredo
Cabañas Ayangue	Colonche	Ayangue	Servicios de Hospedaje	Ayangue Pacific Turis Apt S.A
Ayangue Pacific Turis	Colonche	Ayangue	Hostería	Ayangue Pacific Turis Apt S.A
CIA. Ayangue Sol S.A	Colonche	Ayangue	Actividades de Productos Inmobiliarios	AyangueSol S.A.
Muyuyo Lodge	Colonche	Ayangue	Servicios de Hospedaje	Betabor S.A.
Muyuyo Lodge	Colonche	Ayangue	Hostal	Betancourt Bohórquez Jamie
CIA. Aqualab S.A	Colonche	Ayangue	Laboratorio	CIA. Aqualab S.A.
Restaurant Playa Rosa	Colonche	Ayangue	Restaurante	CIA. Playa Rosada Plaros S.A.
Sitio Ayangue	Colonche	Ayangue	Antenas	Consortio Ecuatoriano de Telecomunicaciones
Cumbres Ayangue	Colonche	Ayangue	Hostería	Cumbres de Ayangue Cuayan S.A.
Paulino's Gas	Colonche	Ayangue	Venta de Gas	Guale Tomalá Gonzales Paulino
Macrobio S.A	Colonche	Ayangue	Laboratorio	Macrobio S.A.
Habitaciones EVA	Colonche	Ayangue	Hostería	Mejía Cobeña Carmen Elisa
Evar Mar Casa de Huéspedes	Colonche	Ayangue	Casa de Huéspedes	Mejía Cobeña Carmen Elisa
Hostería Nautilus	Colonche	Ayangue	Hostería	Milani Fiorenzo
Hostal Pukekos	Colonche	Ayangue	Otros servicios de Alojamiento	Moreno Álvarez Jorge Estaban
Hostal Sol y Mar	Colonche	Ayangue	Otros servicios de Alojamiento	Neira Vicuña Ángel Antoni
Ayangue Pro Dive	Colonche	Ayangue	Cevichería	Pico Alarcón Atahualpa Julián
Playa Aventura Hotel	Colonche	Ayangue	Hotel	Playa Aventura Hotel HPA. C. LTD.
Batidos y Cocteles	Colonche	Ayangue	Bar	Ponce Choez Armando Manuel
Tienda Bryan	Colonche	Ayangue	Tienda De Abarrotes	Pozo Pozo Santos Cipriano
Kanagua Hotel	Colonche	Ayangue	Hotel	Quevedo Chiriboga Gloria Ivone
Hostal SUMPA	Colonche	Ayangue	Servicios de Alojamiento	Quilligana Ojeda Malena Nathalia
Hostal Casa 2	Colonche	Ayangue	Hostal	Rivera Solano José Felipe
El tamarindo	Colonche	Ayangue	Servicios de Hospedaje	Valdez Villamar Johnny Enrique
Despensa Mary	Colonche	Ayangue	Venta al por menor de artículos	Vallejo María Eugenia

Nota. La tabla muestra información de los propietarios de negocios legalizados en la Comuna de Ayangue.

La perspectiva y el diagnóstico de los emprendimientos definidos como instrumentos que sirven para el desarrollo de la comuna Ayangue, posibilitaron obtener información profunda del apoyo que se da a los nuevos emprendimientos, que tienen un impulso empresarial. Los actores locales que hay en la comuna no cuentan con la iniciativa para adquirir planes de capacitación en temas de emprendimiento como administración, que va enfocado en mejorar la gestión que normalmente realizan con sus emprendimientos. Es por eso que las autoridades locales están en la búsqueda de planes de acompañamiento que direccionen los emprendimientos con base en estrategias administrativas de crecimiento y expansión de mercados del sector turístico, para afrontar crisis financiera a futuro en el país (SÁNCHEZ, 2021).

Es primordial evaluar la situación actual de los emprendimientos de la comuna de Ayangue, tomando en cuenta la lista de emprendedores legalizados en sus actividades correspondientes y que por medio de ellas se permita construir un instrumento que contribuya al mejoramiento socio-económico de la misma, para dar seguimiento a los objetivos establecidos en el desarrollo del tema: “Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena”.

Lugar donde es necesario ampliar el estudio que indique a través de los resultados, las necesidades de la comuna, quienes aspiran ser una población económicamente activa donde sean capaces además de crear propios negocios, de tener herramientas administrativas que generen riquezas, empleos, bienestar colectivo en los habitantes de la comuna.

La ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación presenta uno de los sustentos más recientes en el cual consta el marco normativo que fomenta y direcciona al emprendimiento y la innovación a través del progreso tecnológico y la promoción de una cultura emprendedora, además implementa nuevas modalidades de financiamiento y societarias para consolidar el ecosistema del emprendedor. Esta ley está dirigida a emprendimiento de carácter privado y público que generan aportes de distintas formas a la economía del país (Asamblea Nacional , 2020).

El emprendimiento en sí tiene una gran importancia que se remarca en el contexto global, especialmente en el ámbito económico, porque se ha transformado en una alternativa inexcusable que facilita enfrentar la crisis socioeconómica que en diversos sectores se vive (Medina, 2018). Lo que significa que es importante que el

emprendedor se desenvuelva en un entorno de oportunidades y realizar un estudio o diagnóstico de la situación actual de los negocios ayuda porque permite determinar cómo se encuentran y si cuentan con un direccionamiento administrativo que le de soporte a las actividades que realizan, con el objetivo de lograr productividad y competitividad en el mercado turístico.

El Ecuador es uno de los países con mayores tasas de emprendimiento en el mundo, donde alrededor del 30% de la población posee un emprendimiento nuevo o naciente, además el país tiene la mayor tasa de actividad emprendedora en la región. Este resultado refleja por un lado la disposición a asumir riesgos por parte de la población nacional, que confía en el establecimiento de un negocio para generar fuentes de ingreso, aunque también refleja el hecho de que hay problemas estructurales en el país, donde existen muchos emprendimientos, los cuales desafortunadamente tienen poca sostenibilidad en el tiempo (Galo López, 2020).

Sin embargo, muchas limitaciones existieron durante el COVID 19, el cual género que muchos emprendimientos dentro de la comuna cesaran sus actividades cuya afectación posteriormente trajo una menor producción, de ingresos económicos que a su vez fue un escenario crítico para la generación de empleo y estabilidad. Por lo tanto, las pequeñas y medianas empresas recibieron este impacto económico lo cual redujo significativamente los ingresos, la mayor parte fueron afectados los sectores que conforman el turismo dentro de la comuna, al existir una compleja situación el presidente de la casa comunal proporcionaba raciones alimenticias a gran parte del sector. Para tratar de contrarrestar los efectos de la pobreza al no haber mayor producción de consumo y de sostenibilidad. Esto condicionó la oportunidad de establecer negocios que ha falta de fuentes financieras incluyeron en su permanecía en tiempo de crisis.

Figura 1

Ilustración Evolución de la inflación anual.



Nota. La figura muestra cifras acerca de la evolución de la inflación anual del turismo. Fuente: Tomado del Boletín_técnico_06-2022-IPC. Elaborado por: INEC (2022).

En la figura se aprecia que el nivel inflación anual sobrepasa 4,23% en consideración a lo que expresa durante el año 2020, lo que significa un determinante cambio, donde muchas empresas no alcanzan un potencial de crecimiento y tienen menos posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento y acompañamiento administrativo.

La pandemia de Covid-19 en Ecuador ha significado grandes pérdidas, según un estudio presentado el 12 de mayo de 2021 por el Banco Central del Ecuador (BCE). Estas pérdidas se expresan en la destrucción de 532.359 empleos, al igual que entre los meses de marzo y diciembre de 2020 ha generado la caída de sus ingresos de USD 16.382 millones. Asimismo, el Banco Central sostiene que, durante el 2020 las pérdidas totales en valores corrientes representan el 16,6% del Producto Interno Bruto (PIB). (ECOVIS Ecuador, 2021)

En ese sentido, Ecuador establece en los planes de desarrollo, particularmente en el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida (República del Ecuador, 2017), nueve Objetivos Nacionales, sobre la base de la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial. Los objetivos Nacionales, específicamente en el eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad, se plantea como objetivo 5, impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria (Álvarez Acosta & Núñez Guale, 2021).

Apoyados en este objetivo, es fundamental la dinamización del mercado laboral mediante: Tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios, hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional (Álvarez Acosta & Núñez Guale, 2021).

En Ecuador apenas el 4% del financiamiento adquirido por emprendedores proviene del Gobierno, lo que lo ubica por debajo de la media de los países latinoamericanos estudiados en el GEM 2017. En contraste, se nota una fuerte presencia de los bancos (47%,) y de la familia (30%) en esta actividad. En cuanto a la inversión privada o capital de riesgo, solamente un 3,2% de los emprendedores hacen uso de estas alternativas, muy por debajo del promedio de la región, en donde la proporción es cercana al 10% (Muñoz, 2019).

A pesar de esta situación, los contratiempos para iniciar un negocio tienden a sobrepasar la imaginación del emprendedor, de tal forma que en el camino se presentan dudas y temores ante las posibilidades de establecer un negocio. De acuerdo a una encuesta realizada en el sector, se obtuvo como resultado que la preocupación que más queja a la población es no contar con una fuente de financiamiento, también que al obtener una fuente de financiamiento no se consiga cubrir el pago en su totalidad, esto acompañado con la falta de formación para desarrollar el emprendimiento y, por último, la falta de tiempo que el emprendedor necesita para hacer caminar el negocio (SÁNCHEZ, 2021).

Existen varios aspectos que son importantes al momento de emprender y que deben ser tomados en consideración antes de poner un negocio, uno es los obstáculos que tienen que enfrentar los emprendedores con respecto al financiamiento, otro la falta de apoyo financiero y por último la escasa oportunidad que existe de crecimiento laboral (SÁNCHEZ, 2021).

En este aspecto la falta de financiamiento es evidente que obstaculiza el desarrollo de emprendimientos exitosos que favorece directamente al mercado turístico y de inicio a que las entidades financieras faciliten la otorgación de créditos correspondientes, a pesar de ello no todos los emprendimientos cuentan con la

legalidad requerida, aunque son parte del sustento económico de los hogares dentro de la comuna, donde no pueden acceder al financiamiento respectivo por no contar con toda la documentación en regla por lo tanto, no gozan de una apertura efectiva en los mercados competitivos, ni forman parte de programas que buscan un desarrollo productivo, debido a que no constan en el registro nacional de emprendedores.

Se considera que la realidad económica de la provincia Santa Elena con las oportunidades de crecimiento y el entorno en el que se desenvuelve el emprendedor en el territorio, exige un flujo de información continua y actualizada que permita conocer y divulgar las áreas en las que incursionan los nuevos emprendedores. Hoy día no se cuenta con información actualizada al respecto, por lo que no es posible determinar si existe un enfoque adecuado hacia el sector donde hay más oportunidades de crecimiento o si sería recomendable redireccionar las áreas, hacia las labores de producción y servicios más convenientes (Valencia Cruzaty, 2017).

Sin embargo, existe poca inversión en el sector económico de la provincia, una de las razones para que esto suceda se debe a que el acceso al crédito para las Pequeñas y Medianas Empresas es limitado, ya que no existen las garantías necesarias para que las entidades financieras puedan recuperar el dinero entregado a través de créditos. A todos estos inconvenientes hay que sumarle los escasos recursos del presupuesto del Estado para el fomento productivo a nivel provincial, lo que limita el desarrollo de este sector (Valencia Cruzaty, 2017).

Con respecto a la comuna de Ayangue es considerado un sector con buen potencial para el turismo, que puede ser explotado de diversas formas como por ejemplo por medio de comedores, artesanos, servicios de hospedaje y otras actividades o servicios referentes al área turística, generando así economía no solo la comuna, sino al país. Existe otra parte de los habitantes que trabajan de forma independiente dedicándose a la pesca, algunos cuentan con sus propias lanchas para realizar tal actividad. Un análisis de forma global realizado en la población es que la mayor parte de los habitantes de la comuna trabajan independientemente, en otras palabras, son sus propios jefes y administran ellos mismos el negocio y la población que no trabaja comprende a los jóvenes que dedican su tiempo al estudio (Tapia, 2017).

Esto implica necesariamente hacer un diagnóstico acorde a los objetivos investigativos donde se determina factores internos que expongan las cualidades y debilidades que tiene los emprendimientos de la comuna de Ayangue, como la falta de promoción publicitaria del lugar, hace que exista una carencia de turistas que dan como consecuencia una imagen desorganizada que condiciona la posibilidad para que los turistas conozcan de zona apropiadas a sus actividades o hobbies.

Como por ejemplo el buceo el cual representa fielmente la identidad de los habitantes aparte de tener áreas para disfrutar de centros recreativos, lo cuales están en los requerimientos para mejorar las competencias en los servicios o bienes que realizan por medio de la aplicación de estrategias administrativas que influyan de forma positiva en la sociedad.

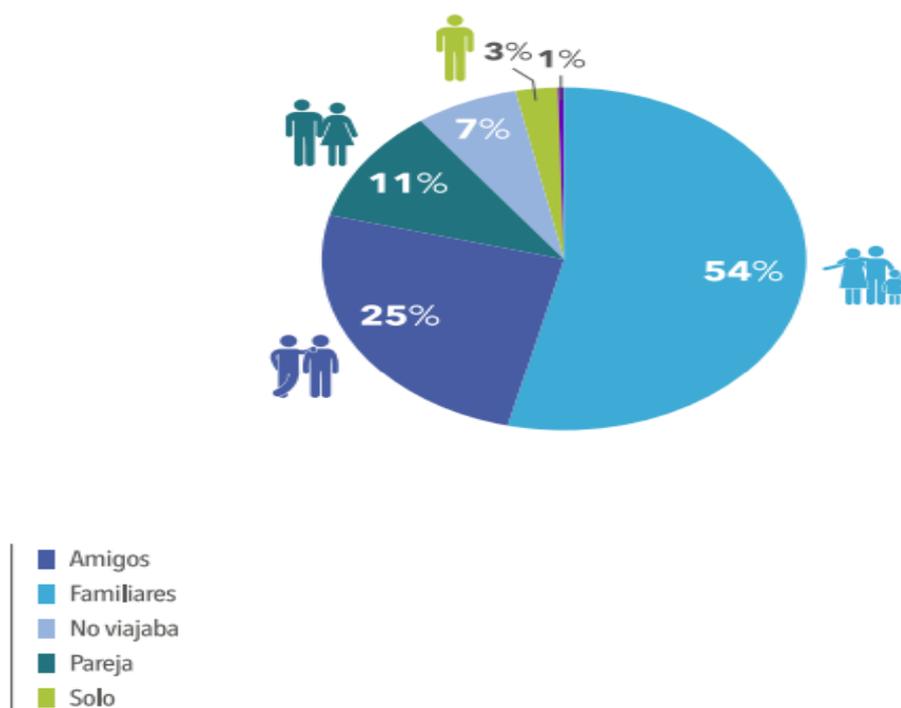
Análisis del comportamiento de viajes de turismo interno durante la normalidad del COVID 19

En este apartado de exponer investigaciones donde se articulan criterios acerca del comportamiento turístico ante una situación emergente como lo acontecido en el COVID 19, donde organizaciones gubernamentales como el ministerio de turismo propuso limitar las movilidad de personas con la finalidad de frenar los contagios en los habitantes, aunque esto cambió drásticamente las actividades del sector turístico es decir, un antes y después lo cual se describe en las apreciaciones estadísticas a continuación.

Antes de la crisis sanitaria 5 de cada 10 personas viajaban con familiares, es decir el 54%, seguido de un 25% que viajaba con amigos. Los viajes en pareja representan el 11%, los viajes en solitario el 7%; finalmente, las respuestas correspondientes a la no realización de viajes y otros motivos representan el 3% (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

Figura 2

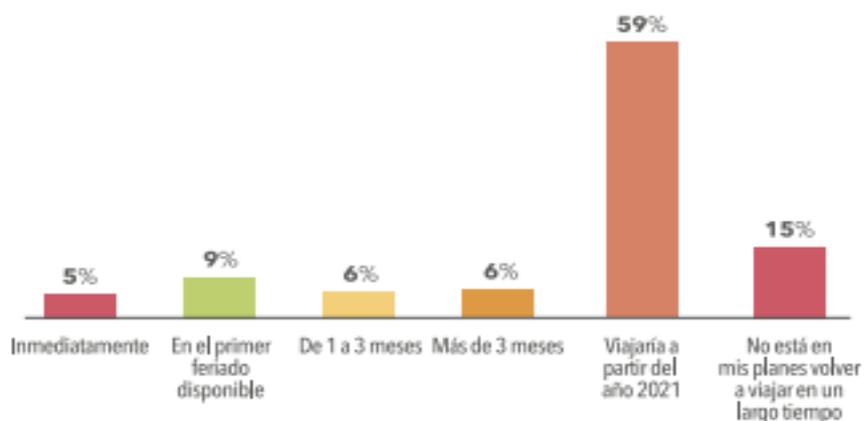
Ilustración Comportamiento de turismo interno durante y post covid 19



Nota. Encuesta del comportamiento de viajes de turismo interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad. Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Elaboración: Dirección de Inteligencia de Mercados - Ministerio de Turismo.

Figura 3

Ilustración Período de tiempo en el que se piensa viajar bajo la nueva normalidad.



Nota. Encuesta de comportamiento de viajes de turismo interno pre COVID-19 y bajo la nueva normalidad. Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020). Elaboración: Dirección de Inteligencia de Mercados - Ministerio de Turismo.

Como resultado de la crisis sanitaria, el comportamiento de los viajeros de Santa Elena y la planificación con respecto al turismo interno cambió, es así que el 50% de los encuestados indicaron que estarían dispuestos a viajar a partir de 2021, seguido de un 15% que indica que no han planificado un viaje a largo plazo (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

El desarrollo del turismo interno es una tarea de todos, por lo cual los distintos GAD's del país aportarían a incrementar la llegada de turistas mostrando destinos bioseguros en trabajo conjunto con los miembros de la cadena turística de la localidad. Debido a la importancia que las personas dan al poder viajar con la familia, se debe fomentar la oferta turística para estos grupos. Se podría considerar para esto la aplicación de descuentos o paquetes familiares y que los lugares que ofrezcan servicios en los que las familias puedan interactuar y promocionar mejor estos destinos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

Dado que el número de noches que las personas están dispuestas a quedarse en el destino disminuyó, los establecimientos de la oferta turística deben considerar una oferta de productos para excursionistas y aquellos que se queden al menos una noche, de igual forma a precios asequibles para garantizar una mayor afluencia de turistas en lo que resta del 2020 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

Capítulo III: Marco Metodológico

Tipos de Investigación

El desarrollo investigativo expone un enfoque exploratorio a fin de conocer las necesidades de una localidad como es el caso de adecuar un “Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la Comuna Ayangue, provincia de Santa Elena” quienes exponen antecedentes primordiales en la problemática de gestionar acciones que reactiven los emprendimientos que llevan a cabo los pobladores de Ayangue por lo que se debe buscar instrumentos útiles que permitan la captación de datos interpretativos a los que se desea solucionar mediante entrevistas dirigidas a la autoridad de turno y encuestas realizadas a las personas que se encuentran en el lugar.

En la presente investigación se utilizó la metodología mixta. Sampieri (2014) la define como “un diseño de investigación en la cual los investigadores recolectan, analizan, combinan, integran o conectan datos cuantitativos y cualitativos en un único estudio o en un programa de investigación multifase” (p.530).

Por otra parte, comprende un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Para Azuero (2018) “El método cuantitativo no se centra en explorar, describir o explicar, un único fenómeno, sino que busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una población, evaluando para ello la relación existente entre aspectos o variables” (p. 20). De acuerdo a Álvarez (2017) “El método cualitativo es aquel que recoge los discursos existentes en torno al tema y realiza luego una interpretación rigurosa. No requiere de procedimientos numéricos, estadísticos o matemáticos, sino que obtiene datos descriptivos a través de diversos instrumentos” (p.16).

De igual manera, se realizará un estudio cuantitativo donde se obtengan características confiables que recopile la información necesaria y de cabida al análisis por parte de la investigadora quien debe interpretar correctamente las respuestas que ayuden a explicar una tendencia en el comportamiento de los emprendimientos que se llevan a cabo en la comuna ya mencionada. Además, se realiza un estudio cualitativo por medio de las entrevistas, que permiten obtener información no numérica, detallada

con respecto a la investigación. Por lo que se tuvo que conocer más respecto al tema por medio de elementos bibliográficos relevantes para el desarrollo del mismo, incluso para lograr incentivar la apertura socioeconómica del mercado local mediante el aprovechamiento del turismo sostenible del aire a través de la potencialidad de inversión en el sector empresarial.

Método de Investigación

Se procedió a la recolección de información utilizando como instrumento principal la encuesta tanto antes como después de la reapertura de los negocios a los emprendedores, lo cual permitió conocer el nivel de satisfacción, ingresos, financiamiento, desempleo, capacidad de pago y endeudamiento, estructura contable entre otros que son base para esta investigación recalcando que es desde el punto de vista del emprendedor. Se tabuló los resultados por medio de la aplicación de Excel, a partir de las que se establecieron gráficos estadísticos que ayudan al análisis de los mismos. El análisis de la demanda que tuvieron los servicios turísticos durante la pandemia será el resultado de las encuestas realizadas a los dueños de los emprendimientos que han sido afectados. La base de datos de los negocios analizados fue tomada de la base de datos del Servicio de Rentas Internas con los negocios que han sido aperturados en Ayangue en los últimos tres años, por lo que éstos son considerados emprendimientos (Pinos Chuya, 2018).

Dicha base está conformada por 1.400 personas conformada por propietarios de negocios relacionados con la actividad turística en Ayangue, de acuerdo a los establecimientos objeto de nuestro análisis, por lo que se procedió a determinar el tamaño de la muestra tomando un margen de error de un 5%, con un nivel de confianza del 95%, lo que nos determina la misma en 388.

Método Deductivo

A través de este método se va a explicar, detallar la realidad que acontece en el campo de emprendimiento en la comuna de Ayangue por medio de deducciones objetivas que fundamentan en el desarrollo teórico y en los criterios del tema que brindan un punto de partida a lo que se debe ofrecer como solución, cuando se conoce la opinión sincera de los pobladores que son objeto de estudio. Para contribuir con la gestión emprendedora que buscan mayor rentabilidad y sostenibilidad en los negocios radicados en la localidad.

Es decir que parte del desglose metodológico es aportar significativamente con criterios que puedan llegar a una verdad que representa la situación real de un problema que merece una resolución a través de diversas opiniones, como lo expresado por el autor Azuero (2018) quien afirma que el marco metodológico es el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Este método se basa en la formulación de hipótesis las cuales pueden ser confirmadas o descartadas por medios de investigaciones relacionadas al problema” (p. 02).

Por lo tanto, los enfoques interdisciplinarios de la metodología dan sentido a la construcción del conocimiento formativo empresarial, lo cual permite ofrecer un cambio en el pensamiento del emprendedor al momento de actuar dentro de las organizaciones adaptando estrategias claves en el proceso de innovación en las negociaciones de la comuna, donde haya mayor participación de verdaderos líderes que tengan las habilidades necesarias para enfrentar las dificultades diarias y determinar el correctivo que se debe hacer dentro de los mismos.

Diseño de Investigación

Según Arispe (2020) el diseño de investigación, “por medio del conocimiento científico está enfocado en identificar los medios como tecnologías, metodologías y protocolos, porque a través de estos es posible contribuir a solucionar una necesidad reconocida, práctica y específica” (p.17). Por esta razón, se emplearon métodos y técnicas para poder realizar una serie de procedimientos con el objetivo de obtener y recopilar la mayor cantidad de información posible.

A través de la investigación bibliográfica se revisan múltiples artículos que dan soporte argumentativo al tema, además de la investigación de campo realizada en el lugar y sector determinado, donde se conocerá directamente el panorama real de lo que acontece en el medio empresarial, donde los establecimientos requieren potenciar la gestión administrativa para lograr una productividad significativa en las actividades que ofrecen a los visitantes de Ayangue.

El diseño de investigación se aplica bajo los parámetros descriptivos, por cuanto se predispone en cuantificar resultados estadísticos, para obtener una mejor perspectiva innovadora del tema al utilizar instrumentos de recolección de datos, que validen la necesidad requerida y permita comprobar la factibilidad del mismo. Según Hernández (2017), “Por lo general, los estudios descriptivos son la base de las investigaciones correlacionales, las mismas que también proporcionan información

para llevar a cabo estudios explicativos que generen un sentido de entendimiento y ofrezcan una excelente estructura” (p.80).

Dando lugar a establecer una ficha de observación que identifique y revele los problemas determinando características propias de un grupo de personas que se dedican a la actividad de emprendimientos dentro de la comuna de Ayangue, seguido de la elaboración de un cuestionario de preguntas para comenzar a enmarcar la encuesta, la cual permitirá a un grupo de personas manifestar las necesidades que poseen y los inconvenientes que tienden a presentarse en el campo del emprendedor, asimismo las entrevistas respectivas a los representantes del empresas de la localidad. Por ello, “es necesario sintetizar la información fuente, se trata de reunir, clasificar, organizar y presentar la información en cuadros estadísticos, gráficas o relaciones de datos, con el propósito de facilitar el análisis e interpretación, para finalmente sacar las conclusiones generales” (Gallardo, 2018).

Esto permitirá adecuar y ejecutar capacitaciones estratégicas administrativas que garanticen una mayor dinámica e innovación al tener un óptimo conocimiento, que fomenten el autoempleo y trascienda en la comuna, otorgándoles un futuro prometedor en el contexto social. Cabe mencionar que si existe un pensamiento en conjunto capaz de reconocer las debilidades y fortalezas dentro de la organización empresarial para así lograr una mayor percepción de que las acciones determinarán consecuencias favorables y desfavorables en la continuidad de un emprendimiento.

Investigación de Campo

Se escogió este tipo de investigación a fin de entrar en contexto en la situación presentada, lo que requiere de que el grupo de investigación emita un diagnóstico descriptivo de los emprendimientos previo a esto se encuentra y analiza información objetiva y relacionada a la complejidad del tema en mención. Según Baena (2017) “Si es llevado a cabo con el apoyo de un grupo multidisciplinario donde se contacten, reúnan y coordinen actividades entre quienes compartan intereses similares en relación al estudio” (p. 13).

Esto va en conjunto con los conceptos establecidos que directamente se relacionan con los hechos reales que afronta un grupo emprendedor, de forma que se justifica el uso de las entrevistas a los representantes o directivos y la encuesta a la población, mediante una muestra representativa donde la recolección de datos haga

referencia a lo que se tiene que mejorar en la gestión administrativa y a los cambios que se deben hacer en el proceso.

Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación se basa en la revisión de fuentes bibliográficas referentes al tema lo cual es ideal para construir el criterio interpretativo que servirá para el proceso de indagación de campo en acción directa a conocer la situación actual de las organizaciones empresariales de la comuna de Ayangue, donde es esencial abordar fases previas como observación, análisis y reflexión de autores que puntualizan un concepto propio de un determinado estudio.

“Debido al avance tecnológico existe una proliferación de información en Internet, lo que lleva a la necesidad de que la información localizada deba ser seleccionada y evaluada bajo estrictos criterios de calidad” (Creative Commons, 2020). En base a estos parámetros se busca cumplir de manera ordenada, sistemática con los procesos y objetivos de contribuir a profundidad con un trabajo académico que brinde un precedente claro para otras propuestas a futuros de igual similitud.

Instrumentos y Distribución de Datos

En el desarrollo investigativo se utilizan instrumentos de recolección de datos, como encuestas, entrevistas que son útiles para detallar toda la información numérica estadística obtenida a través de la medición de las variables, de forma que pueda ser analizada e interpretada con el propósito de brindar la validez y confiabilidad necesaria a la investigación realizada.

Además, demostrar en lo que respecta a la situación actual de los emprendimientos que se llevan a cabo en la comuna de Ayangue donde requieren lograr mayor competencia administrativa y crecimiento económico al aprovechar recursos que mejoren su desempeño y participación en la reactivación económica asociada directamente con las actividades del sector turístico. “El punto de partida del instrumento de medición científico-académica está en la realidad de su interpretación objetiva, lo que nos permite formular los problemas de investigación” (Gallardo , 2018).

Entrevista

Es un cuestionario de preguntas abiertas porque le brinda al entrevistado la oportunidad de responder a su elección sin imponerle una opción de respuesta en virtud a profundizar en el tema de investigación, por lo tanto, se inicia el dialogando previamente, proyectando empatía y predisposición para atender las necesidades de cambio en la gestión emprendedora al formular preguntas que serán contestadas por personas autorizadas es decir, directivos principales de los negocios establecidos en la comuna de Ayangue que correspondan con la investigación.

Ficha de Observación.

“Es un instrumento de recolección de datos, que permite el análisis minucioso de una situación determinada, o el comportamiento y características de una persona. En ese sentido, resulta una herramienta útil para muchos ámbitos, como la docencia y la investigación científica” (Quishpe, 2015). La ficha de observación es un instrumento que facilita la recopilación de información no cuantificables, fue utilizada para sustentar el análisis y recoger otro tipo de datos en relación al tema de estudio.

Encuesta

Es realizada a un porcentaje representativo o muestra obtenida del total de la población que vive en Ayangue, de donde se va a realizar la recolección de datos y luego se hará el respectivo análisis de todo lo conseguido en la estadística, incluso una interpretación de cada grafico estadístico, toda respuesta de forma objetiva a lo que se desea proponer, cuando ya se conozca claramente la situación que actualmente atraviesan los negocios o emprendimientos de la comuna.

Población

En la selección de la población de estudio existen características decisivas que deben considerarse, una de ellas es la homogeneidad, que se refiere a que todos los miembros de la población tienen las mismas características según las variables que se habrán de estudiar, debido a que si no se asegura que la población sea homogénea puede conducir a elaborar conclusiones erróneas (Arias, 2018).

En este caso son los pobladores de la comuna de Ayangue quienes comprende una cantidad total de 1.400 según fuentes de consulta informativa otorgados por el municipio de Santa Elena y corroborados por el presidente de la casa comunal. Sr. Benjamín Ponce, sin embargo, el estudio va dirigido directamente para dueños de los

locales comerciales, que operan cerca de la playa donde realizan diversas actividades de emprendimientos propios. Se obtuvo una muestra significativa de 388 personas, al aplicar una fórmula finita, de acuerdo a las directrices investigativas académicas donde se procedió a realizar el cálculo respectivo dando un resultado lo siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (n - 1) + Z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra

K= Nivel de confianza 95%

-1,96

N= Población o universo 1.40

0

p= Probabilidad que suceda 50

%-0,5

q= Probabilidad que no su-

ceda %-0,5

e= Margen de error 0,5

%-0,05

$$n = \frac{(1.400)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(1.400 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(1.400)(3,8416)(0,25)}{0,0025(1.399) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{1,34456}{3,4604}$$

$$n = 388$$

Tabla 3*Turismo Emisor*

Características	Segmento orientado al ocio en familia/amigos	Segmento orientado a cultura y naturaleza
Porcentaje	Gran mayoría de los visitantes (85,8%)	Minoría entre los visitantes (14,2%)
Motivaciones	Especial importancia para disfrutar del tiempo de ocio en compañía de familiares y/o amigos	Especialmente interesados por conocer la zona: sus atractivos naturales y patrimonios
Características del Viaje	<p>Predominan quienes viajan con familiares o amigos</p> <p>Mayo duración en la estancia</p> <p>Representan la gran mayoría de quienes se alojan en viviendas de amigos o familiares y segundas residencias</p> <p>La mitad de ellos y habían estado antes en la zona</p>	<p>Viajan en su mayoría en pareja</p> <p>Menor duración en la estancia</p> <p>Pernoctan, casi todos, en alojamientos de pagos. Mayoritariamente en casas de turismo rural y hoteles de 2 a 4 *</p> <p>Predominan claramente quienes desconocían de la zona</p>
Satisfacción con aspectos concretos	Menos insatisfechos con la señalización	<p>Destacan por su máxima satisfacción con la sensación de seguridad</p> <p>Se muestran más críticos con las deficiencias de la señalización</p>
Intención de regresar	Más propensos a volver en el futuro	Menos interesados en repetir su visita, en consonancia por su interés en conocer nuevos lugares

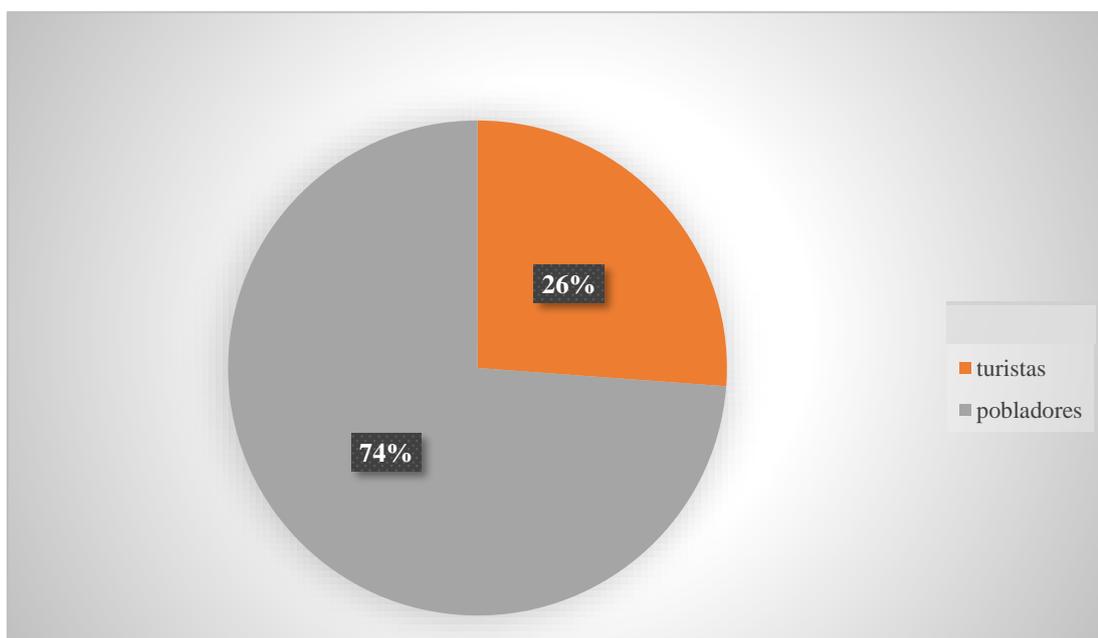
Nota. La tabla muestra las características del turismo emisor. Fuente: MINTUR Y OMT.

Análisis de Resultados

Al elaborar la investigación de campo en la comuna de Ayangué, Provincia de Santa Elena, se obtuvo datos numéricos que serán puesto en análisis con el fin de conocer el nivel de aceptación que tuvo el proyecto y de esta manera establecer un plan de acompañamiento a emprendimientos para facilitar una mayor gestión, proyección, aprovechamiento de la actividad comercial de los negocios que se llevan a cabo en la comuna mencionada.

Figura 4

Población muestra de la comuna Ayangué en la provincia de Santa Elena



Nota. La figura muestra las cifras de encuestados turistas y pobladores de la comuna Ayangué. Fuente: Comuna de Ayangué. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

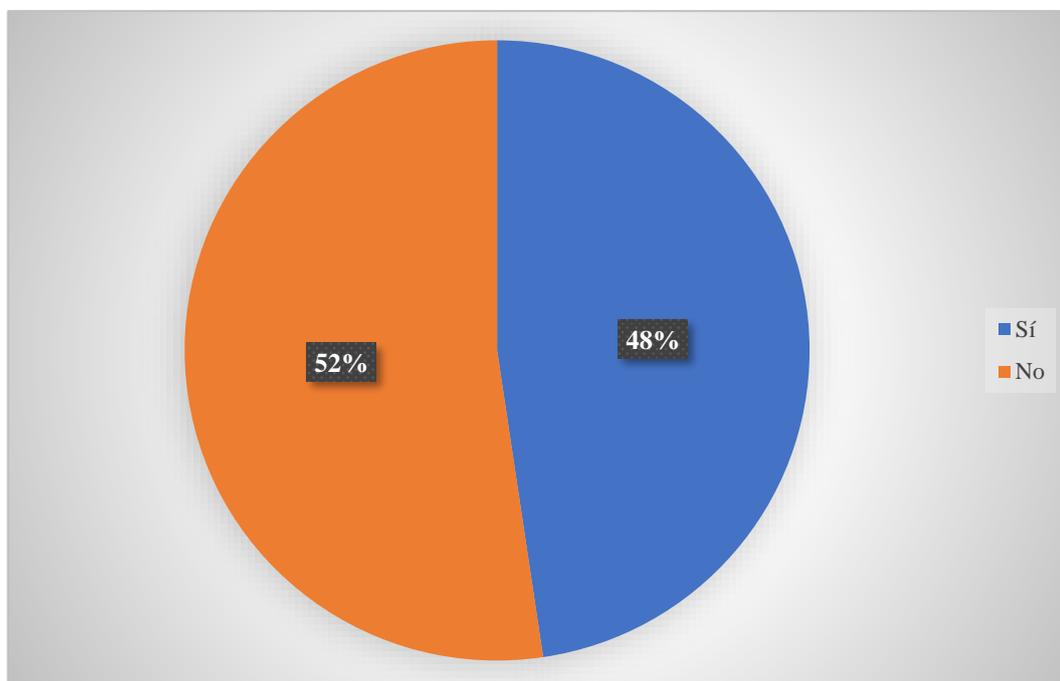
Análisis

Se determina con exactitud la cantidad de pobladores y turistas de la comuna de Ayangué para proceder con la entrevista y así obtener información respecto al tema de investigación, con la finalidad de aportar en la optimización de los negocios de la localidad a través del acompañamiento a los emprendimientos.

Encuestas Realizadas a los Propietarios de Establecimientos en Ayangue

Figura 5

¿Considera que los establecimientos comerciales de la comuna de Ayangue cumplen con un servicio de calidad?



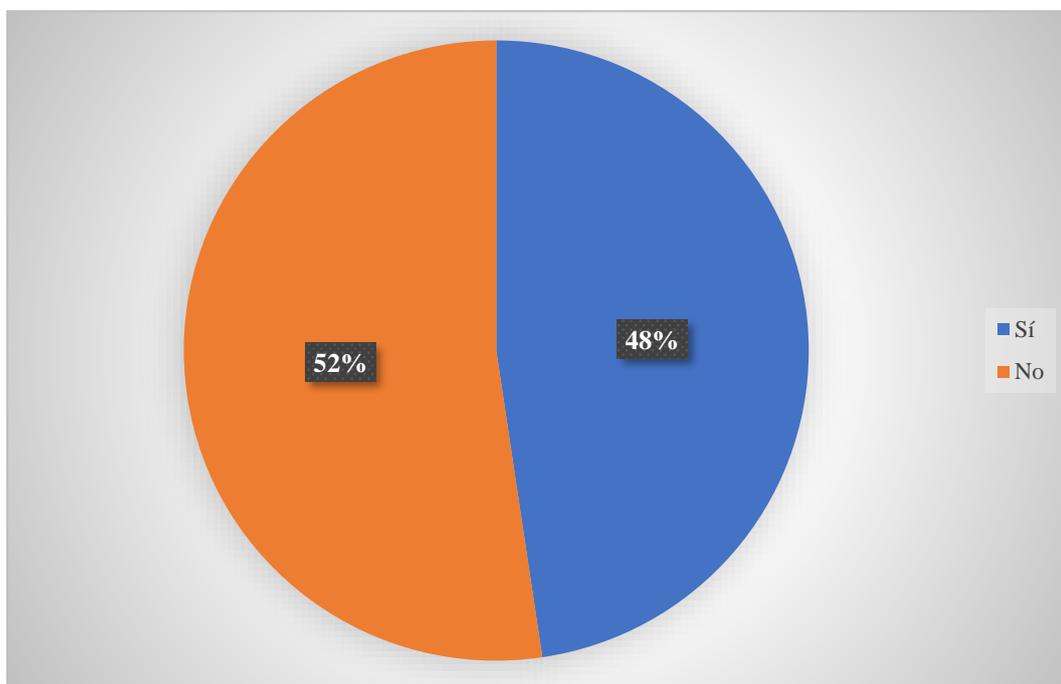
Nota. La figura muestra cifras con respecto al cumplimiento con servicios de calidad en los establecimientos comerciales de la comuna. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis

En la consulta realizada un 52% manifestaron que los establecimientos comerciales de la comuna de Ayangue no cumplen con un servicio de calidad mientras que el 48% considero que, si cumplen con un servicio de atención de calidad, esto comprueba la existencia de una necesidad en mejorar la calidad de servicio de los establecimientos de la localidad a través de estrategias financiera que optimicen su gestión operativa.

Figura 6

¿Considera que los planes de negocio dentro comuna de Ayangue cuentan con modelos de gestión favorables para generar ingresos en los establecimientos del lugar?



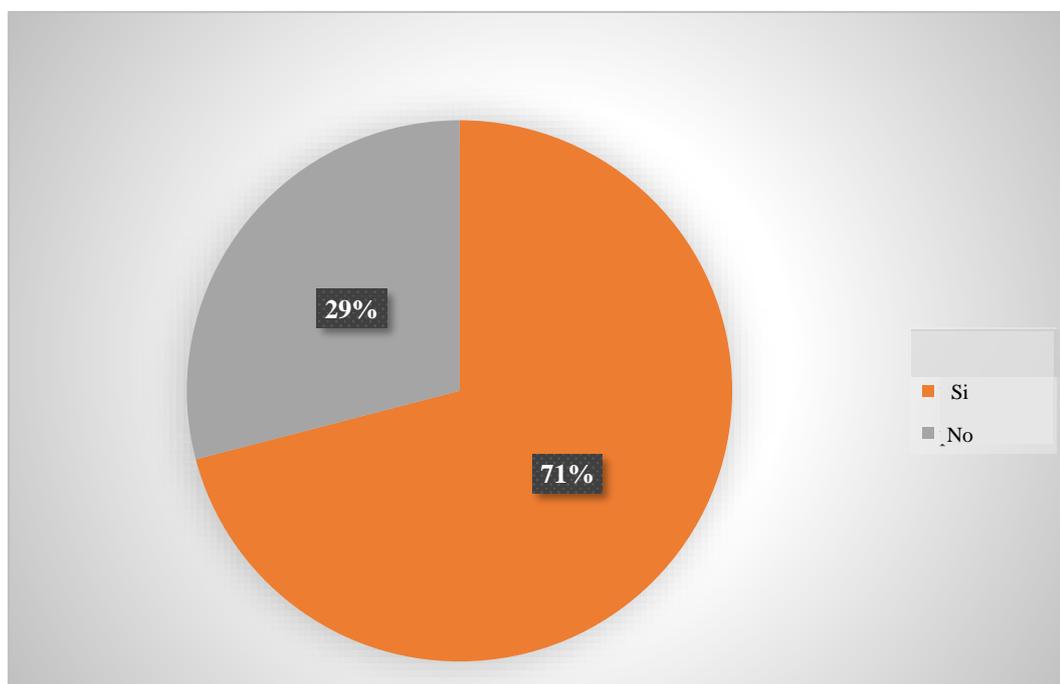
Nota. La figura muestra cifras con respecto a los planes de negocio que en la comuna cuentan con modelos de gestión que favorezcan e incrementen los ingresos en los establecimientos que existen en el lugar. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

En la siguiente pregunta el 52% de los encuestados manifestaron estar inconformes con los modelos de gestión que se dan en la comuna de Ayangue debido a que no favorece a la apertura estrategias empresariales que brinden ingresos, sin embargo, un 48% si están conformes con los planes de gestión dentro de la localidad, esto dificulta implementar un modelo de gestión exitoso.

Figura 7

¿Considera beneficioso implementar plan de acompañamiento para mejorar la gestión en los emprendimientos en la comuna de Ayangue?



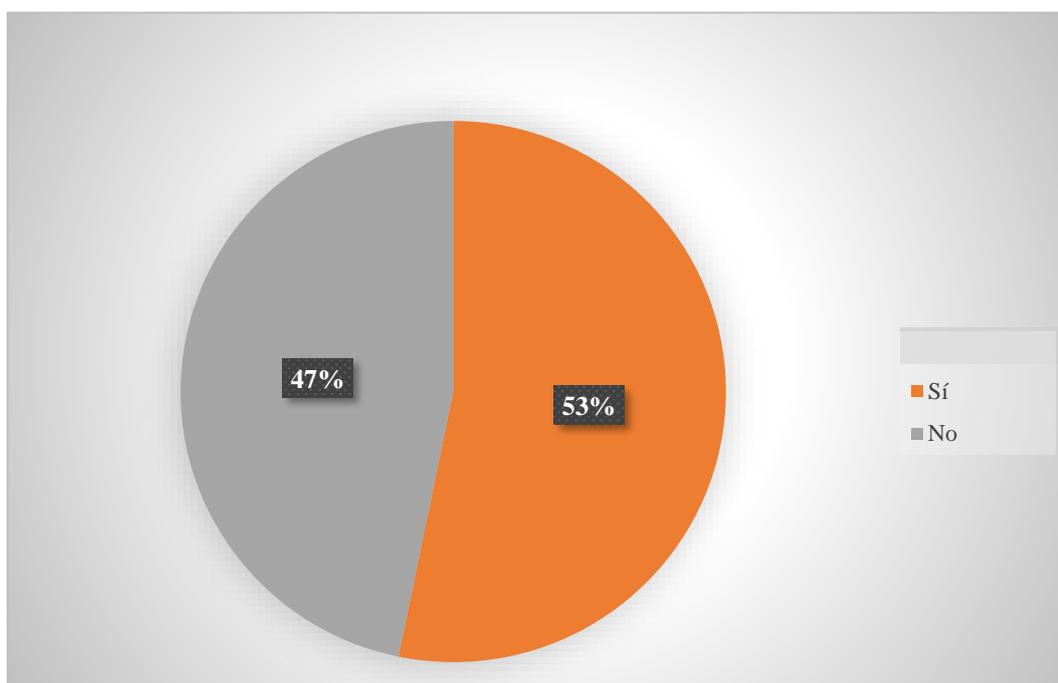
Nota. La figura muestra cifras en relación al beneficio que tiene implementar plan de acompañamiento con el objetivo de mejorar la gestión en los emprendimientos del lugar. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

El 71% de los encuestados considera que si resulta beneficiosa implementación de planes de acompañamiento de emprendimiento en la comuna de Ayangue debido a las estrategias de gestión actualizadas que están proporcionarán a los empresarios de la localidad y el 29 % afirma que no considera beneficioso implementar dichos planes de acompañamiento.

Figura 8

¿Considera que la capacitación continua empresarial impulsará una mayor operatividad de los negocios en la comuna de Ayangue?



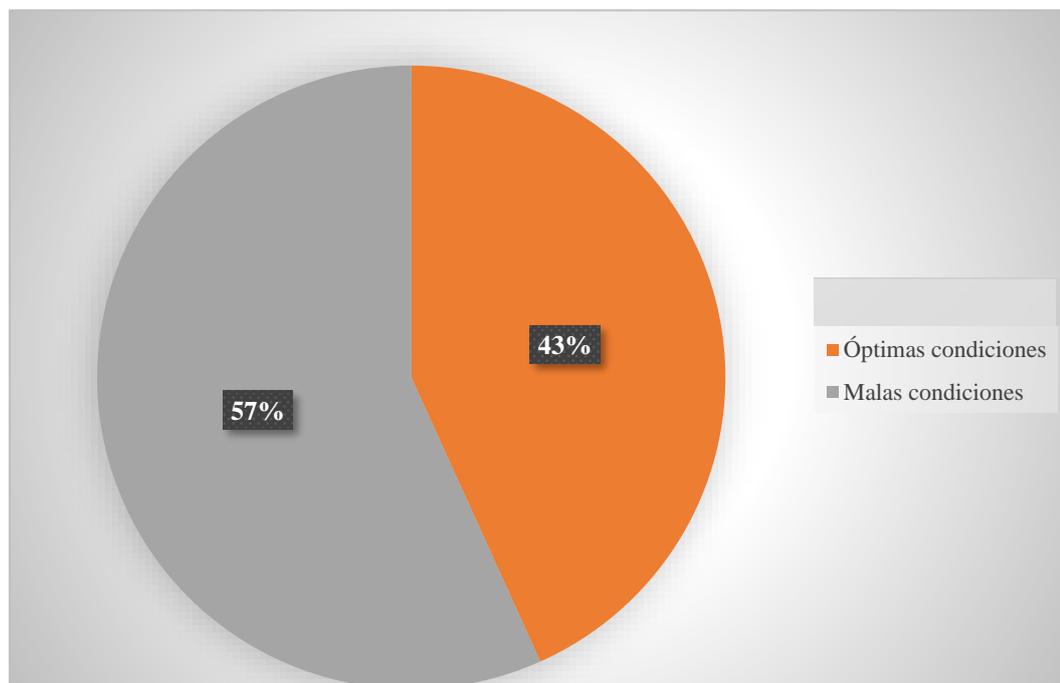
Nota. La figura muestra cifras con respecto a la aceptabilidad que tiene la comunidad con respecto a capacitaciones continuas empresariales que impulsen la operatividad de los negocios en Ayangue. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

Los encuestados mencionaron en un 53% que, si están a favor de recibir una capacitación continua que les brinden mayor resultado en la operatividad de sus negocios dentro de la comuna de Ayangue, sin embargo, un 47 % indicando que no están a favor de las capacitaciones.

Figura 9

¿Cómo califica las vías de acceso hacia la comuna de Ayangue?



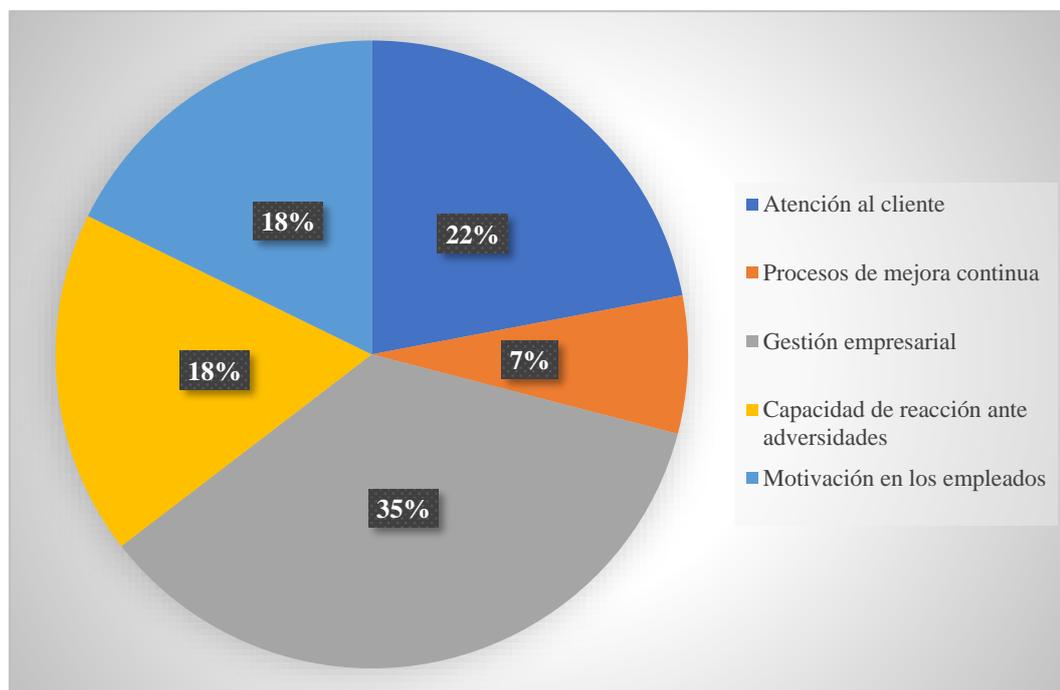
Nota. La figura muestra cifras de como califican los encuestados las vías de acceso hacia la comuna de Ayangue. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

El 57% de los encuestados indican que están en malas condiciones las vías de acceso hacia la comuna de Ayangue, lo que dificulta en gran magnitud la acogida de más turistas a la localidad, por lo que es un punto adverso a la economía y el turismo local. El 43% de los encuestados manifiestan que son óptimas las condiciones de las vías de acceso.

Figura 10

¿Qué aspectos desea mejorar en los establecimientos de la localidad de Ayangue?



Nota. La figura muestra cifras de aspectos que se deben mejorar en los establecimientos que existen en la localidad de Ayangue. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

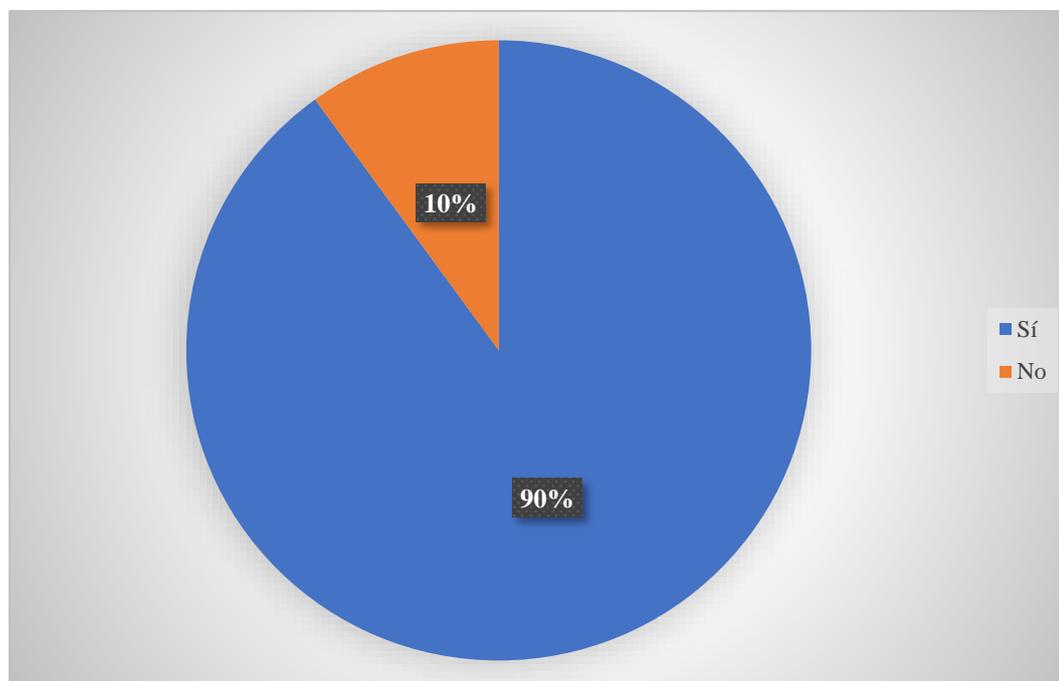
Análisis.

Los encuestados manifestaron los aspectos que deben mejorar los establecimientos de la localidad de Ayangue con un 35% la gestión empresarial, mientras con un 22% la atención al cliente, asimismo un 18% la capacidad de reacción ante adversidades, un 18% motivación en los empleados y un 7% en los procesos de mejora continua, lo que indica claramente que se debe tomar acción prioritaria de fortalecer los puntos mencionados en los negocios de la localidad.

Encuestas Realizadas a los Turistas de Ayangue

Figura 11

¿Considera que los obstáculos económicos han repercutido en la productividad de los establecimientos comerciales de la localidad de Ayangue?



Nota. La figura muestra el porcentaje de personas encuestadas que consideran que los obstáculos económicos han tenido repercusión en la productividad de los establecimientos comerciales que existen en Ayangue. Fuente: comuna de Ayangue.

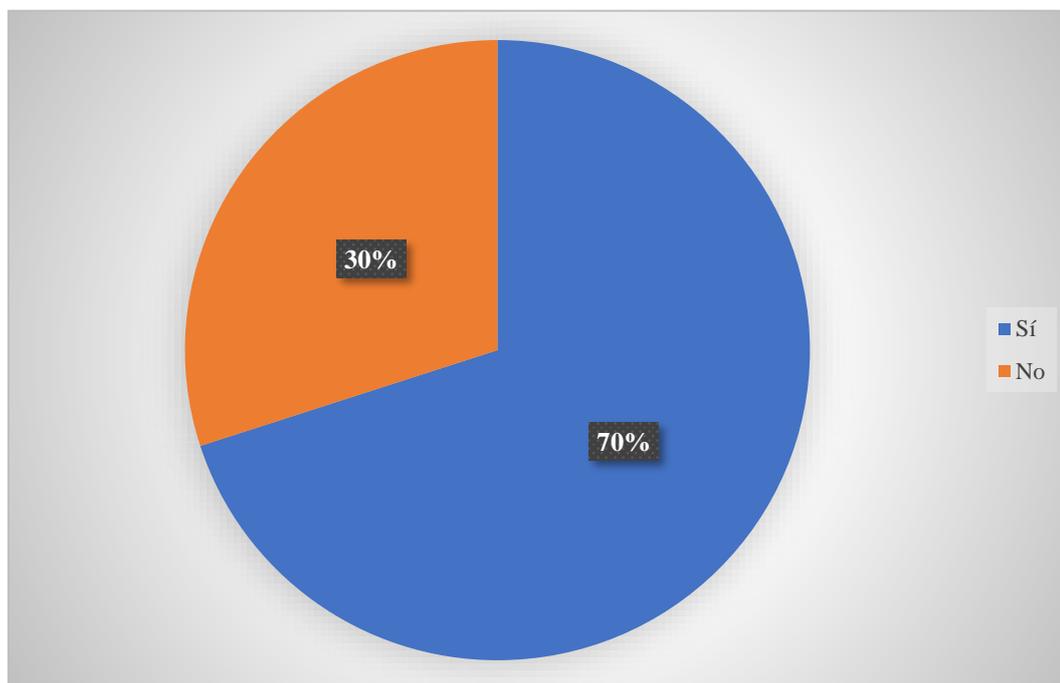
Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

En la encuesta realizada a los turistas de la localidad manifestaron en un 90% de que los obstáculos económicos han repercutido en la productividad de los establecimientos comerciales de Ayangue, debido a una menor visita de turistas lo que condicionó la implementación de estrategias de marketing que brinden resultados favorables para la sostenibilidad de los negocios locales y un 10% de los encuestados indican que no han repercutido.

Figura 12

¿Considera que las iniciativas financieras son limitantes en apoyar solo emprendimientos consolidados en la comuna de Ayangue?



Nota. La figura muestra el porcentaje de personas que consideran que en la comuna de Ayangue las iniciativas financieras son limitantes, porque existe solo apoyo a emprendimientos que están consolidados. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Análisis.

En las encuestas se mostró con un 70% de que las iniciativas financieras son limitantes en apoyar solo emprendimientos consolidados en la comuna de Ayangue debido a estas inversiones se dan en negocios ya consolidados en la localidad lo que dificulta la generación nuevos emprendimientos o iniciar ideas de negocios de mayor efectividad.

Figura 13

¿Considera favorable proporcionar a los emprendimientos de la comuna planes estratégicos que mejoren su calidad de servicios dentro de la comuna?



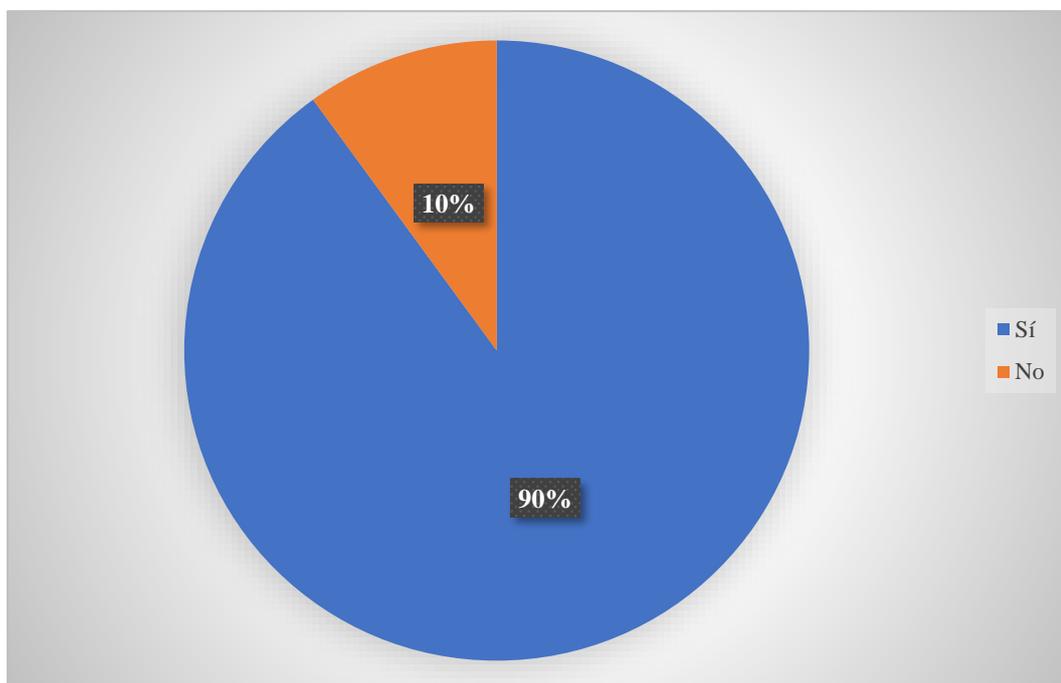
Nota. La figura muestra las cifras de encuestados que respondieron si es favorable o no proporcionar al emprendimiento planes estratégicos que mejoren la calidad de los servicios que ofrecen en la localidad. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Análisis.

El 80% que representa a la mayor parte de los encuestados opinaron que si ven favorable proporcionar planes estratégicos para la captación de inversionistas locales y extranjeros que apoyen el financiamiento de emprendimientos nuevos, por otro lado, el 20% respondieron que no es favorable.

Figura 14

¿Considera factible la implementación de un Plan de acompañamiento para los emprendimientos, negocios de la comuna de Ayangue?



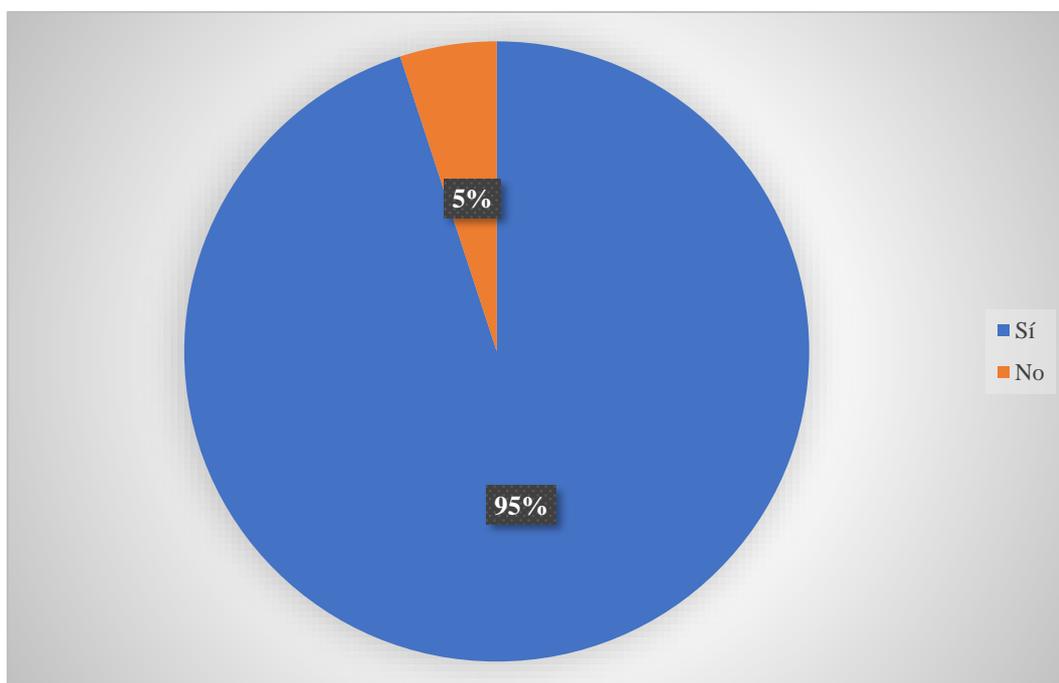
Nota. La figura muestra las cifras con respecto a la factibilidad que tiene la implementación de un acompañamiento para los emprendimientos y negocios que existen en la localidad de estudio. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Análisis.

Los resultados muestran que un 90% de los encuestados consideran factible la implementación de un acompañamiento para los emprendimientos, negocios de la comuna de Ayangue, sin embargo, un porcentaje mínimo del 10% contestaron que no es factible implementar acompañamiento en los negocios y emprendimientos.

Figura 15

¿Considera que para tener éxito las empresas en sus actividades necesitan de un punto de equilibrio entre sus ingresos y gastos?



Nota. La figura muestra las cifras de encuestados que consideran que para tener éxito en las actividades que ofrecen las empresas, es necesario equilibrar los ingresos y los gastos. Fuente: comuna de Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Análisis.

Se muestra en los resultados que el 95% de los encuestados manifiestan que para tener éxito las empresas en sus actividades si se necesita de un punto de equilibrio entre sus ingresos y gastos, esto evidencia que la propuesta cambiaría el rumbo de los emprendimientos de la localidad, por otro lado, un 5% de los encuestados contestaron que no es necesario el equilibrio entre los ingresos y gastos.

Discusión de Resultados de la Encuesta Realizada a los Propietarios de los Establecimientos de la Comuna de Ayangue

En la interpretación de los resultados estadísticos los propietarios de los establecimientos de la comuna de Ayangue expresan cierta inconformidad con el nivel económico que generan en la actualidad, debido a que por tiempos restrictivos no hubo una afluencia de visitante, lo que ocasionó el cierre de algunos negocios, además esto causó desinterés de parte de los mismos en actualizar sus conocimientos de gestión administrativa que atienden las necesidades del sector turístico, tales como adquirir o comerciar productos, requerir de servicios de comida, de entrenamiento personal, entre otros.

De igual forma los propietarios de los establecimientos en Ayangue manifestaron que un plan de acompañamiento es un aporte importante y significativo para la investigación debido a que corresponde a brindar asesoría, acompañamiento de tipo empresarial, atender las necesidades existentes en las empresas, con el objetivo de dar reconocimiento y certificación de los negocios que operan dentro del sector, al existir un escaso manejo de gestión administrativa, que directamente se relaciona con lo que se desea implementar en este caso el plan de acompañamiento emprendedor para los negocios en la comuna y cómo este plan influirá de forma positiva en el turismo del lugar.

Discusión de Resultados de la Encuesta Realizada a los Turistas de la Comuna de Ayangue

Los resultados estadísticos determinan lo siguiente: los turistas manifiestan que debe haber un refuerzo en el capital de trabajo de los negocios dentro de la comuna de Ayangue, para comenzar a reactivar la economía local y allí mayor participación de los comuneros en sus respectivas actividades del sector productivo, comercial, de servicios entre otros. Por lo tanto, es adecuado reforzar la información cultural a través de los medios comunicativos del sector turístico para captar la atención de personas que gustan visitar atractivos diferentes por la fauna y flora característica del lugar sumado a los lugares culturales que son de sumo interés para personas del lugar o externas.

Capítulo IV: Propuesta

“Plan de Acompañamiento a Emprendimientos Turísticos en la Comuna de Ayangue, Provincia de Santa Elena”

Antecedentes

La Provincia de Santa Elena, es una población dedicada a diversas actividades de emprendimientos que busca salir adelante aprovechando los atractivos que existen en los alrededores, para brindar al visitante una experiencia gratificante, mediante la promoción y oferta de servicios bajo los estándares de calidad en alojamiento, entretenimiento, entre otros, sin embargo en tiempos recientes surgió una crisis emergente donde la afluencia de personas fue limitada, esto generó que muchos de los negocios del lugar cierren las operaciones comerciales de forma temporal y permanente en muchos casos, debido a que los gerentes no fueron capaces de visualizar alternativas que brinden igualdad de condiciones en el mercado turístico frente a un escenario que enfrenta el desempleo y el incremento de necesidades básicas en la población.

A pesar de dicha situación, el panorama actual en el país invita a que los micro empresarios locales reactiven su actividad es decir, que abran nuevamente sus negocios para brindar nuevas fuentes de empleo a través de las asociaciones y representantes de grupos que inciten al surgimiento de nuevos planes de desarrollo y apoyo empresarial, dando como resultado un dinamismo eficaz en las actividades turísticas donde se construya un escenario adecuado para los ingresos económicos mediante el aprovechamiento de la riqueza natural y cultural que tienen las comunidades en general, al momento de buscar oportunidades estratégicas creativas, en tiempos complicados, donde la toma de decisiones es muy crucial para proyectar un cambio renovador que permita superar las dificultades de los tiempos, en base a la planificación organizada de los recursos y a la confianza de asumir retos por parte de los emprendedores.

Por lo tanto, se busca desarrollar acciones que permitan que los emprendimientos de la Comuna de Ayangue puedan consolidar sus negocios de una forma sustentable.

Objetivo

Elaborar un plan de acompañamiento a emprendimientos por fases donde estructuran actividades, métodos de evaluación de negocio Canvas del sector turístico, capacitaciones administrativas para fortalecer la gestión empresarial en los establecimientos de la comuna Ayangue, Provincia de Santa Elena.

Componentes Sociales Participativos

Participación. Involucrar la participación de todos los propietarios de establecimientos dentro de la comuna de Ayangue para la realización del plan de acompañamiento estructurado por fases, que diagnostiquen el estado actual de los mismos sumado al modelo de negocios Canvas para emprendimientos turísticos, asimismo utilizar herramientas de comunicación y circulación de la cultura en Ayangue, servicio al cliente y gestión de relaciones mediante talleres con un cronograma establecido, con el objetivo de mejorar la gestión que realizan las empresas del lugar.

“INNPULSA Ayangue” Acompañamiento para Emprendedores de la Comuna de Ayangue

INNPULSA Ayangue es un programa que permitirá crear las bases de proyectos sustentables de todos los negocios de la comuna de Ayangue. Durante 3 meses te proponemos que te proyectes a corto y mediano plazo los pasos a seguir en cada una de las áreas de interés para poner en marcha o innovar tu emprendimiento.

Figura 16

INNPULSA Ayangue



Nota. La figura muestra el logo de INNPULSA Ayangue. Autora: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Figura 17
Fases del programa



Nota. La figura muestra las fases del programa INNPULSA Ayangue.

Fase 1: Diagnostico Situacional de los emprendimientos de Ayangue

Permite emitir un diagnóstico de los emprendimientos turísticos, en esta fase se evalúa la situación actual de forma general para los emprendimientos turísticos legalmente registrados en Ayangue para lo cual se utiliza como herramienta de análisis el FODA.

Tabla 4*Análisis FODA de la situación de los emprendimientos turísticos*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es la principal actividad económica del sector. • Alianzas público - privadas orientadas a la competitividad. • Legalización de la comuna. • Ambiente mega-diverso y riqueza natural sustentable. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Turismo es un gran generador de empleo y motor de la economía. • Espacio geográfico para construcción de infraestructura para la elaboración ferias demás eventos en la comuna. • Plan de acompañamiento a emprendimientos que permitan administrar adecuadamente sus negocios.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Poca iniciativa para acceder a planes de capacitación administrativa. • Problemas de financiamiento en el sistema financiero. • Créditos limitados. • Escasa cultura de emprendimiento. • Falta de programas de emprendimiento dentro de la comuna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencias en la organización sectorial y políticas públicas. • Inestabilidad económica, política y social. • Invasión de tierras comunales. • Contaminación del medio ambiente. • Temporalidad marcada.

Nota. La tabla muestra el análisis FODA (fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas) con respecto a la situación de los emprendimientos turísticos
Fuente: Datos de la investigación.

La presente tabla trata acerca del análisis FODA, donde se determina las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que debe enfrentar los emprendimientos de la comuna de Ayangue porque a través de este análisis se obtuvo un criterio más asertivo de posibles oportunidades inmediatas de generar ingresos al aprovechar los recursos de la zona y los convenios que se realizan durante el proceso de implementación de la misma.

Dentro de esta fase los emprendedores han identificado su situación, ahora es necesario que ellos definan su negocio para esto se propone realizar las siguientes actividades:

1. Conversatorio de su posibilidades actuales y futuras
2. Taller Definición de mi emprendimiento Turístico
3. Convenios interinstitucionales con el Gad de Ayangue
4. Convenios con la empresa privada
5. Visitas a entidades financieras
6. Acceso a líneas de crédito

Para cada emprendedor se propone seguir 5 pasos que le permitirá emprender de forma consciente y organizada.

1. Defina una idea con valor
2. Especifique la Declaración de la Misión
3. Ponga en Marcha
4. Defina su Modelo de Negocio Sostenible
5. Establezca Metas y Supuestos

La realización de estos pasos orientara al emprendedor a ir por un camino seguro y realista y es ahí donde surgen dudas por eso se propone que junto a los pasos indicados sean contestadas las siguientes preguntas.

Tabla 5

Preguntas claves que todo emprendedor debe responder

¿Qué?	¿Qué pretendo lograr? ¿Puedo crearlo? ¿Tiene mi emprendimiento una diferencia realmente superior respecto a la competencia? ¿Bajo qué condiciones lo haré? ¿Dejaría otras cosas de lado por el éxito de este emprendimiento? ¿Podré mantenerlo y mejorarlo mañana?
¿Cómo?	¿Cómo voy a manejar el negocio? ¿El emprendimiento lo iniciaré y llevaré adelante solo o con otra persona? ¿Cómo daré a conocer mi producto o servicio? ¿Cómo y dónde lo podría vender?
¿Porqué?	¿Quiero hacer esto? ¿Por qué? ¿Estoy motivado realmente? ¿Puedo hacer esto? ¿Hay antecedentes de un negocio similar?
¿A quién?	¿A quiénes voy a ofrecer el producto o servicio?
¿Cuánto?	¿Cuánto me va a costar iniciar el emprendimiento? ¿Cuánto dinero tengo? ¿Qué y hasta dónde estoy dispuesto a arriesgar? ¿Cuánto me va a costar mantenerlo? ¿A qué precio podría vender el producto o servicio?

Nota. Información tomada de (Cajo Riofrio Cristina et al., 2018).

Fase 2: Modelo de negocios CANVAS para emprendimientos turísticos

Es un formato establecido en la evaluación de los modelos de negocios del sector turístico a fin de que todos los negocios que tanto explícita como implícitamente, emplean un modelo de negocio particular. Un modelo de negocio Canvas, describe el diseño o la arquitectura de la creación de valor para el cliente, así como los mecanismos empleados para la entrega de valor.

Para el correcto desarrollo de esta metodología se propone que antes de comenzar a diseñar el modelo de negocios, se realice una lluvia de ideas de posibles clientes de la idea básica del producto o servicio que se planea ofrecer. Para realizar esto se sugiere lo siguiente.

- Distinguir entre clientes y usuarios, partiendo de la premisa de que “Un cliente es alguien que paga por tu producto. Un usuario no.”
- Dividir los segmentos de clientes en otros más pequeños, debido a que muchos emprendedores tienen la concepción de que las soluciones que proveen son tan universales, que aplican a todo el mundo. Sin embargo, se debe empezar con un segmento específico.
- Poner todos los segmentos en el mismo lienzo en primera instancia, utilizando un color distinto para identificar cada segmento de clientes.

Figura 18

Modelo de negocios - Canvas



Nota. La ilustración muestra el lienzo del modelo de negocios Canvas. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Figura 19

Modelo de negocios- Canvas- ejemplo



Nota. La ilustración muestra un ejemplo del lienzo del modelo de negocios Canvas. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Un modelo de negocio tiene dos funciones importantes: **la creación de valor y la captación de valor**. En la creación, se definen una serie de actividades, desde la adquisición de materias primas, lo que dará lugar a un producto o servicio nuevo, hasta la satisfacción por parte del consumidor final, a través de esas actividades que crean valor. La segunda función indica que el establecimiento requiere de un recurso único, activo o posición dentro de esa serie de actividades, en las que la empresa tiene una ventaja competitiva, por tanto, utiliza para ello la perspectiva propuesta de valor y de mercado.

Dentro de esta fase es importante establecer las correctas herramientas del marketing para eso debemos identificar y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, ofreciendo una propuesta de valor altamente diferenciada.

Marketing Mix

Producto o servicios: los emprendedores deben aprender a definir su producto y servicio, conocer sus gustos y preferencias, capacidad de pago y satisfacer sus necesidades. Los productos o servicios que se ofrecen en la Comuna de Ayangue deben ser estudiados para asegurar el buen funcionamiento del emprendimiento.

Lugar o Plaza: se debe establecer la ubicación de los servicios a ofrecer y los canales de distribución para comercializar el producto o servicio.

Promoción: Otra parte importante es definir qué medios se utilizará para dar a conocer a los productos o servicios, teniendo en cuenta el perfil del cliente meta.

Utilización de estas herramientas deben permitir que la experiencia del usuario sea de gran satisfacción en todo el servicio ofrecido.

Fase 3: Programa de Formación General a Emprendedores de la Comuna de Ayangue.

Dentro del Plan de Acompañamiento para los emprendedores de la comuna de Ayangue se propone realizar Talleres de Formación General que permitan generar conocimientos susceptibles de generar emprendimientos con alto potencial de innovación turística. Estas actividades forman parte de un Programa de Formación a Emprendedores en la Comuna de Ayangue.

Tabla 6

Datos informativos de los Talleres

Número de personas/emprendimientos	30 propietarios del emprendimiento
Tiempo del programa	Cada taller tiene un mes de duración de 2 horas diarias de lunes a viernes Total 3 meses
Grupos de interés	Cada grupo estará dividido por tipo de actividad Sector gastronómico Artesanos / Pesqueros Operadoras de Turismo Embarcaciones de Turismo Hoteles – Hosterías Restaurantes y comida rápida

Nota. La tabla muestra los datos informativos de los talleres. . Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Programa de Formación a Emprendedores en la Comuna de Ayangue.

Talleres de Innovación Turística: talleres de capacitación dirigidos a los dueños de los emprendimientos de Ayangue con el fin de ofrecer productos y servicios turísticos de calidad las actividades específicas son:

- Capacitación en temas específicos: organización, ventas, marketing, impuestos, finanzas, costos, liderazgo, etc.
- Mesas de trabajo que permita construir junto con los asistentes, su propia red de contactos.
- Estudio de casos, actividad de desarrollo, ampliación y análisis de un proceso, una persona un proyecto que se destaca dentro del sector turístico.

Talleres de Acompañamiento al Proyecto de Vida: son espacios de acompañamiento que propician el desarrollo de un plan de vida para los emprendedores donde se logre un intercambio de experiencias con el fin de potenciar el desarrollo de sus capacidades y se logren resultados que promuevan el fortalecimiento empresarial. Las actividades específicas son:

- Rutina y transformación actividad de reflexión y motivación.
- Taller de Proyecto de vida actividad de planeación y de motivación con el fin de conseguir metas personales y desarrollar competencias que le permiten el éxito dentro de un contexto empresarial.

Talleres de Estrategias Comerciales: consiste en la formación y acompañamiento en estrategias comerciales para la correcta venta y posicionamiento de los productos turísticos.

- Estudios de casos
- Clínica de Ventas
- Curso de Marketing

Acompañamiento a la formulación de Planes de Negocio asesorías individuales de acuerdo a las necesidades de los emprendedores de la comuna de Ayangue ofreciendo herramientas para el fortalecimiento de las estrategias comerciales, mejoramiento de la calidad y experiencia del turista.

- Estudios de casos.

- Realización del Plan de Negocios
- Coaching para emprendedores

Fase 4: Guía para el Emprendedor

Una guía debe recoger todo lo requerido para el emprendedor al momento de la creación de su negocio donde se detallan las herramientas que permitan conocer a los emprendedores los procesos simplificados que los diferentes actores del ecosistema ponen a su servicio. Esta guía debe contener lo siguiente:

- Introducción
- Glosario de Términos
- La creación y formalización de empresas
 - Tipos de compañía
 - Constitución de la empresa
 - Que son las Pymes
 - Direcciones de interés
- Obligaciones laborales y tributarias
 - Obligaciones laborales
 - Registro de trabajadores en el IESS
 - Direcciones de interés
 - Obligaciones Tributarias
 - Ruc
 - Régimen Simplificado para emprendedores
 - Impuestos
 - IVA
 - Direcciones de interés
- Protección de la marca y propiedad intelectual
 - Qué es una marca
 - Porqué protegerla
 - Como registrarla
 - Patentes
 - Direcciones de interés
 - Los permisos de operación y funcionamiento.
 - Notificación Sanitaria
 - Registro Sanitario

- Tasas y costos

Por último, en el apéndice 1 consta la guía resumida para los emprendedores de la comuna Ayangue. A continuación, detalló el cronograma y costo del plan de acompañamiento a emprendedores:

Figura 20

Cronograma del Plan de acompañamiento a emprendedores



Nota. La figura muestra el cronograma para el plan de acompañamiento a emprendedores de la comuna Ayangue. Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Figura 21

Costo del Plan de acompañamiento a emprendedores



Costos Plan de Acompañamiento a Emprendedores

FASES	COSTOS
Diagnostico Situacional de los emprendimientos de Ayangue.	\$50
Modelo de negocios CANVAS para emprendimientos turísticos	\$75
Programa de Formación General a Emprendedores de la Comuna de Ayangue.	\$150
Guía para el Emprendedor	Gratis

Nota. La figura muestra el costo para el plan de acompañamiento a emprendedores de la comuna Ayangue. . Elaborado por: Henríquez Manueles Elsa Maribel.

Conclusiones

- Los emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue es la principal fuente de ingresos de sus pobladores sin embargo al realizar el diagnostico situacional se pudo observar que dichos emprendimientos carecen de iniciativas administrativas por lo que no permite un crecimiento sustentable a los negocios de la localidad. La falta de conocimiento para innovar nuevos productos y servicios hace que se estanque el crecimiento económico de la comuna de Ayangue. Por tal razón las autoridades locales, creen necesario desarrollar un plan de acompañamiento para los emprendedores de la comuna de Ayangue.
- El estudio de campo concluyo que en un gran porcentaje los emprendimientos carecen de herramientas administrativas lo que no permite una correcta gestión viéndose afectados en tiempos de pandemia pues durante ese tiempo se vieron limitados a los servicios que tradicionalmente se ofrece. Así mismo, el estudio muestra que es necesario realizar acciones que permitan la sustentabilidad de los emprendimientos de la comuna de Ayangue.
- La elaboración de un plan de acompañamiento a emprendedores asegura que los emprendimientos de la comuna puedan desarrollarse adecuadamente utilizando herramientas que les permita ofrecer sus productos y servicios de una manera diferente y así crecer exponencialmente. La capacitación en temas como desarrollar un modelo de negocio o definir su producto o servicio es la forma correcta y segura de que los emprendimientos sean considerados a largo plazo.

Recomendaciones

Fomentar la cooperación entre la banca privada y la pública con el fin de proporcionar herramientas financieras para los emprendedores de la comuna de Ayangue esto debe venir acompañado con un programa de educación financiera que les permita organizarse a los dueños de negocios. Por otro lado, la realización de convenios con la empresa privada nacional e internacional impulsara el desarrollo sostenible del turismo en dicho sector. Es importante que la situación actual de los emprendedores tome un giro hacia la transformación empresarial y digital.

El apoyo brindado a los emprendedores es necesario para su correcta organización y puesta en marcha del negocio por eso es necesario que se realice campañas de concientización a los emprendedores demostrando las ventajas que hay al ingresar a un programa de acompañamiento al emprendedor.

Impulsar e implementar los programas de acompañamiento al emprendedor debe ser de forma permanente y recurrente. Estos programas deben ser innovados cada cierto tiempo pues el emprendedor requiere capacitación constante e incluso sesiones de mentorías personalizadas que los anime a continuar y no desfallecer en el camino. El apoyo debe venir acompañado no solo para realizar gestiones locales sino también gestiones regionales y/o nacionales hasta internacionales.

Referencias

- Álvarez Acosta, R., & Núñez Guale, L. (22 de 08 de 2021). *Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena – Ecuador*. Obtenido de Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena – Ecuador: <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077026/html/>
- Alvarez, P., & Andrade, M. (14 de 07 de 2016). *La Innovacion y el Emprendimiento: necesidades en la educacion superior*. Obtenido de La Innovacion y el Emprendimiento: necesidades en la educacion superior: <file:///C:/Users/USER/Downloads/1367-Texto-del-articulo-6224-1-10-20200507.pdf>
- Arias, J. (11 de 09 de 2018). *Redalyc.El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Obtenido de Redalyc.El protocolo de investigación III: la población de estudio: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arispe, C. (01 de 10 de 2020). *La investigacion cientifica*. Obtenido de La investigacion cientifica: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/La-investigacion-cientifica.pdf>
- Armijos, F. (02 de 09 de 2019). *Gestión de administración de los Recursos Humanos*. Obtenido de Gestión de administración de los Recursos Humanos: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163
- Asamblea Nacional . (28 de 02 de 2020). *Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion* . Recuperado el 19 de 08 de 2022, de Ley Organica de Emprendimiento e Innovacion : https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_Ley-Organica-Emprendimiento-Innovacion.pdf
- Azuero, E. (12 de 11 de 2018). *Dialnet-SignificatividadDelMarcoMetodologicoEnElDesarrollo-7062667.pdf*.

Obtenido de Dialnet-SignificatividadDelMarcoMetodologicoEnElDesarrollo-7062667.pdf: <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-SignificatividadDelMarcoMetodologicoEnElDesarrollo-7062667.pdf>

Baena, G. (09 de 12 de 2017). *Metodología de la investigación. 3ra. edición. Grupo Editorial*. Obtenido de Metodología de la investigación. 3ra. edición. Grupo Editorial: <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/La-investigacion-cientifica.pdf>

Borrayo, C., & Valdez, B. (28 de 06 de 2019). *Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México*. Obtenido de Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México: <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>

Briceño, M., & Granados, A. (15 de 05 de 2018). *Acompañamiento en la elaboración de planes de negocio para tres emprendedores con énfasis en mercadeo*. Recuperado el 21 de 08 de 2022, de Acompañamiento en la elaboración de planes de negocio para tres emprendedores con énfasis en mercadeo: <https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6390/1/2018-Acompañamiento-plan-de-negocio.pdf>

Calderon, J. (12 de 09 de 2017). *COACHING ventaja competitiva sector turismo*. Obtenido de COACHING ventaja competitiva sector turismo : <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16675/Calder%20C3%B3nRoaJoseYecid2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrillo, D. (16 de 09 de 2020). *Determinantes del Desarrollo Sostenible en Ecuador (1992-2016)*. Obtenido de Determinantes del Desarrollo Sostenible en Ecuador (1992-2016): <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15390/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-310.pdf>

Consuelo, N. (09 de 07 de 2020). *Competencias laborales y formación profesional de profesoras de educación inicial, en el distrito de Lurigancho en PERÚ*. Obtenido de competencias laborales y formación profesional de profesoras de educación inicial, en el distrito de Lurigancho en Perú: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-444.pdf>

- Creative Commons. (14 de 12 de 2020). *Etapas de la investigación bibliográfica*. obtenido de etapas de la investigación bibliográfica: <https://www.fenf.edu.uy/index.php/inicio/gestion-y-servicios/biblioteca/hojainformativa/> [consulta: 14 dic 2020]
- Cumbicus, E. (18 de 06 de 2020). *Estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de contabilidad y auditoría de la PUCESE*. Recuperado el 19 de 08 de 2022, de Estado actual de los emprendimientos atendidos por la carrera de contabilidad y auditoría de la PUCESE: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2100/1/Cumbicus-Velez-Estefania.pdf>
- Delgado , A., & Vargas, E. (04 de 12 de 2016). *Innovation in tourism companies, where are they and where are de going?* Obtenido de Innovation in tourism companies, where are they and where are de going?: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/96575/778-3792-1-PB.pdf>
- Diario El Comercio. (26 de 03 de 2021). La Ley de Emprendimiento se ha cumplido parcialmente en un año; solo 157 negocios acceden a beneficios. *El Comercio*, pág. 01. Recuperado el 27 de 08 de 2022, de La Ley de Emprendimiento se ha cumplido parcialmente en un año; solo 157 negocios acceden a beneficios: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ley-emprendimiento-negocios-beneficios-emprendedores.html>
- Diario El Comercio. (19 de 08 de 2022). *MEF: El 100% de los fertilizantes estará exonerado del IGV para impulsar el sector agrícola*. Obtenido de MEF: El 100% de los fertilizantes estará exonerado del IGV para impulsar el sector agrícola: <https://elcomercio.pe/economia/peru/el-100-de-los-fertilizantes-estara-exonerado-del-igv-para-impulsar-el-sector-agricola-anuncia-ministra-de-economia-nndc-noticia/>
- Duarte, S. (12 de 09 de 2015). *El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos*. Obtenido de El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos: <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ElPerfilDelEmprendedorYLosEstudiosRelacionadosALos-5297970.pdf>

- ECOVIS Ecuador. (21 de 05 de 2021). *Impacto del Covid en la Economía ecuatoriana*. Obtenido de Experiencia Global: <https://ecovis.com.ec/impacto-del-covid-en-la-economia-ecuatoriana/>
- Farias, L. (12 de 09 de 2020). *Universidad Catolica de Guayaquil*. Recuperado el 28 de 08 de 2022, de Universidad Catolica de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15417/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-597.pdf>
- Fernandez Cavia, J., & Cavaller Reyes, V. (13 de 05 de 2014). *Web quality index (WQI) for official tourist destination websites*. Obtenido de Web quality index (WQI) for official tourist destination websites: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/109826/5/Diaz_Cavaller_TMP_2014_WQI.pdf
- Gallardo , E. (20 de 12 de 2018). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo Huancayo: Universidad Continental*. Obtenido de Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo Huancayo: Universidad Continental: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Galo López, J. (30 de 11 de 2020). De la teoría a la práctica: el emprendimiento en Ecuador en época de COVID-19. *Universidad Andina Simón Bolívar, 01*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/982-37-2374-2-10-20220218.pdf>
- Garcia, V. (12 de 07 de 2015). *Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. obtenido de emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo: https://cojetac.files.wordpress.com/2015/04/tesis_admon_final_2015.pdf
- GEM. (19 de 01 de 2017). *Reporte GEM Ecuador 2017 - Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de Reporte GEM Ecuador 2017 - Global Entrepreneurship Monitor: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50078>

- Gomez, J. (09 de 09 de 2021). *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 2021, vol. I, núm. 171, Enero, ISSN: 0482-5276 2215-2601. Recuperado el 28 de 08 de 2022, de *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 2021, vol. I, núm. 171, Enero, ISSN: 0482-5276 2215-2601: <https://www.redalyc.org/journal/153/15369755012/15369755012.pdf>
- Guia Del Emprendedor Turistico. (12 de 01 de 2018). *Ministerio de turismo de Ecuador*. Obtenido de Ministerio de turismo de Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-Final.compressed.pdf>
- Henao, S. (17 de 06 de 2020). *Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas*. Recuperado el 21 de 08 de 2022, de *Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas*: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/18448/Emprendimiento-en-Colombia-principales-dificultades-y-consideraciones-para-sortearlas-Sonia-Henao-1088249410.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernandez, R. (11 de 10 de 2017). *Metodologia de la Investigacion*. Obtenido de *Metodologia de la Investigacion*: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Herruzo, E. (10 de 09 de 2019). *2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf*. Obtenido de *2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf*: <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Herruzo, E. (28 de 01 de 2019). *Libro emprendimiento e innovacion*. Obtenido de *Libro emprendimiento e innovacion*: <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Juarez , L., & Cebrian, R. (11 de 02 de 2016). *Estructura del mercado turistico*. Obtenido de *Estructura del mercado turistico*:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mfj_CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (12 de 10 de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación: https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_Ley-Organica-Emprendimiento-Innovacion.pdf

Lopez, L. (11 de 02 de 2019). *Escuela de formación profesional de negocios internacionales y turismo*. Obtenido de Escuela de formación profesional de negocios internacionales y turismo: https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6266/Leibniz_Informe_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lopez, R., & Contreras, R. (01 de 12 de 2015). *El emprendimiento y crecimiento de las Pymes*. Obtenido de El emprendimiento y crecimiento de las Pymes: <https://www.redalyc.org/pdf/416/41648308006.pdf>

Magadan, M. (12 de 09 de 2015). *Turismo y tendencias. septem ediciones*. Obtenido de Turismo y tendencias. septem ediciones.: <https://books.google.com.ec/books?id>

Manosalvas, O. (10 de 04 de 2020). *1367-Texto del artículo-6224-1-10-20200507.pdf*. Obtenido de 1367-Texto del artículo-6224-1-10-20200507.pdf: <file:///C:/Users/USER/Downloads/1367-Texto-del-articulo-6224-1-10-20200507.pdf>

Marulandia, A., & Montoya, I. (06 de 06 de 2018). *El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor*. Obtenido de El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor: <https://www.redalyc.org/journal/1872/187258177007/html/>

Medina, A. (14 de 02 de 2018). *Emprendimiento, un instrumento de desarrollo para la sociedad contemporánea*. Recuperado el 19 de 08 de 2022, de Revista Científica Multidisciplinaria: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:1bOEN0vJtzoJ:45.2>

38.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/download/1155/400&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Mendoza, G. (10 de 12 de 2019). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/97409/1/tesis_geovanny_xavier_mendoza_arteagageovani.pdf

Ministerio de Turismo del Ecuador. (11 de 01 de 2019). *Plan Estratégico Institucional*. Obtenido de Plan Estratégico Institucional: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Plan-estrategico-institucional.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (12 de 09 de 2020). *Comportamiento del turismo provincia de SANTA ELENA*. Obtenido de comportamiento del turismo provincia de Santa Elena: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Folleto-Santa-Elena.pdf>

Muñoz, P. (20 de 04 de 2019). *Informe de avance a la política pública de Emprendimiento*. Recuperado el 19 de 08 de 2022, de Informe de avance a la política pública de Emprendimiento: <https://deldichoalhecho.ecuador-decide.org/wp-content/uploads/2019/04/Emprendimiento.pdf>

Ojeda, C., & Mármol, P. (2022). *Marketing turístico* (Tercera ed.). España: Paraninfo S.A.

Ordoñez, M. (20 de 02 de 2019). *Un análisis de la gestión administrativa de emprendimientos comunitarios en el marco de la economía popular y solidaria*. Recuperado el 19 de 08 de 2022, de Un análisis de la gestión administrativa de emprendimientos comunitarios en el marco de la economía popular y solidaria: [Dialnet-UnAnalisisDeLaGestionAdministrativaDeEmprendimient-7164307.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/97409/1/tesis_geovanny_xavier_mendoza_arteagageovani.pdf)

Organización Mundial del Turismo OMT. (22 de 01 de 2020). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles preandémicos*. Obtenido de el turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles preandémicos: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

- Orozco, J., & Parra, L. (21 de 11 de 2016). *Del modelo IN3 a EAN Impacta –2011-2016 - Redalyc*. Obtenido de Del modelo IN3 a EAN Impacta –2011-2016 - Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/206/20649705004/movil/>
- Panosso, A. (11 de 06 de 2017). *Teoría-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf*. Obtenido de Teoría-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Parra, D. (21 de 07 de 2016). *Acompañamiento a emprendedores en la Universidad AN: Del modelo IN3 a EAN Impacta –2011-2016–*. Obtenido de Acompañamiento a emprendedores en la Universidad AN: Del modelo IN3 a EAN Impacta –2011-2016–: <https://www.redalyc.org/journal/206/20649705004/html/>
- Patiño, D. (1 de 01 de 2018). *El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible*. Obtenido de El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p24.pdf>
- Pinos Chuya, A. (05 de 11 de 2018). *Análisis de la situación Financiera y económica de los emprendimientos turísticos en el sector de Cuenca*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana/Repositorio : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21873/1/UPS-CT009569.pdf>
- Pinto , A. (11 de 09 de 2016). *Propuesta de un plan de acompañamiento a emprendedores*. obtenido de propuesta de un plan de acompañamiento a emprendedores: <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/01088804-a431-428f-9edc-33a567deae79/content>
- Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador. (26 de 10 de 2020). *Informe de evaluación “plandetur 2020*. obtenido de informe de evaluación PLANDETUR 2020: https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2

- Sánchez, D. (2021). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo en el cantón San Pedro de Pelileo. *Artículo de investigación*, 06, 10. Recuperado el 2022, de Instituto Superior Tecnológico Pelileo:
<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/vinculos/article/download/1739/1953?inline=1>
- Sistema Turístico. (04 de 02 de 2022). *El sistema turístico según Neil Leiper*. Obtenido de El sistema turístico según Neil Leiper: <https://sistema-turistico.site123.me/teorias-del-sistema-turistico/el-sistema-turistico-segun-neil-leiper>
- Tapia, A. (2017). *Plan de desarrollo económico comuna Ayangue - Alex Tapia Angel.pdf*. Obtenido de Plan de desarrollo económico comuna Ayangue - Alex Tapia Angel.pdf: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2604/1/plan-de-desarrollo-economico-comuna-Ayangue-Alex-Tapia-Angel.pdf>
- Túñez-López, M., & Altamirano, V. (02 de 03 de 2016). *Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión*. Obtenido de Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión: <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/811>
- Túñez, M., & Sixto, J. (30 de 09 de 2011). *Revista Latina de Comunicación social*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación social: http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_santiago/09_tunez.html
- Valencia Cruzaty, L. (2017). Dialnet-EmprendimientoEnEcuadorEstudioDeCaso-6297479.pdf. En A. d. Sociales., *Emprendimiento en Ecuador. Estudio de Caso: Provincia de Santa Elena* (págs. pp. 27-32). Guayaquil: Revista Killkana Sociales. Vol. 1, No. 2, mayo-agosto, 2017.
- Vasquez, E. (09 de 12 de 2020). *Universidad estatal península de santa elena facultad de ciencias administrativas*. Obtenido de Universidad estatal península de santa elena facultad de ciencias administrativas: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5385/1/UPSE-TDT-2020-0029.pdf>

Zamora, S. (11 de 11 de 2017). *Revista Espacios La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador*. Obtenido de Revista Espacios La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

Apéndice

Apéndice A Guía para el emprendedor

Guía para el Emprendedor



Comuna de Ayangue

La Creación y formalización de empresas



Tipos de compañía

- Sociedad Anónima
- Compañía de Responsabilidad Limitada
- Sociedad por Acciones Simplificadas

Constitución de la empresa



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS

¿Qué son las Pymes?



Microempresa



Pequeña
empresa



Mediana
Empresa

Obligaciones laborales y tributarias



Obligaciones Laborales



Obligaciones Tributarias



Obligaciones laborales y tributarias



Obligaciones Ambientales



Protección de la marca y propiedad intelectual

Protección de la Marca



Propiedad Intelectual



Apéndice B Comuna Ayangue de la parroquia Colonche







Apéndice C Plan turístico Tour Comuna Ayangue

TOUR AYANGUE 2022

Bienvenido a la Comuna de Ayangue

Los comuneros y operadores turísticos se capacitaron sobre las normas de distanciamiento social y bioseguridad.

Buen viaje..
Visitanos Pronto..!!!

Gobierno del Encuentro | Juntos lo logramos

Esta playa de Santa Elena es conocida como "La Piscina del Pacífico", por las aguas apacibles que bordean una ribera del mar formada de arenales. La ensenada de este sitio forma una piscina natural de aguas cálidas y suaves arenas, para disfrutar de la calidez de las aguas ecuatorianas.

Ubicada a 120 kilómetros de la ciudad de Guayaquil, la comunidad de Ayangue se compone de bellos paisajes, exuberante naturaleza y espacios propicios para realizar deportes de aventura como buceo y snorkeling.

TOUR AVISTAMIENTO DE BALENAS
Y Snorkel

RESERVA CON NOSOTROS
TEL: 0981042101
La esperamos.....

Apéndice D Entrevista realizada al presidente de casa comunal de Ayangue

Datos del entrevistador: Henríquez Manueles Elsa Maribel

Datos del entrevistado: Sr. Félix Benjamín Ponce

Objetivo. Recolectar información acerca del tema de investigación con el fin de conocer un criterio fidedigno de la situación actual de los emprendimientos de la comuna de Ayangue.

1. **¿Considera que la situación actual en la economía del país ha repercutido en que la actividad turística y que esta no sea más demandante como en otros periodos en la comuna?**

Considero que la crisis económica post COVID 19 dio como resultado una descompensación de ingresos en las familias no solo de la comuna sino en el país en general, esto ha condicionado que la afluencia de los turistas sea un tanto menor que en otros años

2. **¿Está de acuerdo que los emprendimientos de la comuna están recuperándose de poco de lo acontecido en la pandemia covid19?**

Se llevaron a cabo feria temáticas enfocadas en causar interés a los turistas a ser parte de las actividades turísticas dentro de la comuna sin embargo la crisis origino que no todas personas tengan presupuesto para realizar visitas dentro de los lugares turísticos de la Provincia de Santa Elena

3. **¿Considera que las medidas de bioseguridad para los negocios impacto de forma drástica en los gastos operativos de los mismos?**

En parte si, por que cambia su presupuesto considerablemente sumado a la poca capacidad de público en sus establecimientos ha disminuido sus ingresos durante estos años post pandemia

4. **¿Considera que en la actualidad las medidas gubernamentales están beneficiando a los resurgimientos de los emprendimientos?**

En la actualidad las autoridades han tomado medidas que incentivan al sector productivo apertura de poco sus negocios

5. **¿Considera importante la implementación de un plan de acompañamiento a los emprendimientos en Ayangue?**

Siempre será bien recibido iniciativas que mejoren la gestión en los emprendimientos en todos sus aspectos administrativos, financiero, en su gestión gerencial.

**Apéndice E Ficha de observación a la comuna Ayangue de la parroquia
Colonche**

FICHA DE OBSERVACIÓN

**TEMA: “PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO A EMPRENDI-
MIENTOS TURÍSTICOS EN LA COMUNA DE AYANGUE, PRO-
VINCIA DE SANTA ELENA” 2022**

LUGAR: Provincia de Santa Elena, Comuna Ayangue.

FECHA: 22 de febrero del 2022

ELABORADO POR: Henríquez Manueles Elsa Maribel

OBSERVACIÓN: La provincia de Santa Elena es un destino turístico, que en la parte de infraestructura y servicios turísticos.

Sin embargo, en la realidad le falta una gestión empresarial que busque formas de desarrollar y direccionar los negocios de una de sus comunas en este caso Ayangue por lo que se debe; hacer una valorización de sus bienes y servicios que se generan para aportar con un plan de acompañamiento factible a las necesidades de desarrollo y financiamiento. De tal forma que pueda motivar al sector privado a proporcionar recursos e invertir en las empresas de la localidad lo cual es beneficioso para la población y los turistas; se proyecta en conocer el manejo turístico de acuerdo a lo encontrado en la investigación para determinar el nivel de desconocimiento que se tiene acerca de optimizar la gestión de emprendimiento de negocios llevados a cabo por parte de los pobladores de la comuna Ayangue para así aprovechar al máximo el desarrollo del turismo y de tal manera del uso adecuado de los recursos financieros influyan en la continuidad de los mismos.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Henríquez Manueles Elsa Maribel**, con C.C: #0917904591, autora del trabajo de titulación: **Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 22 días del mes de septiembre del año 2022

Henríquez Manueles, Elsa Maribel

C.C: 0917904591



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos en la comuna de Ayangue, provincia de Santa Elena.		
AUTORA	Henríquez Manueles, Elsa Maribel		
REVISORA/TUTORA	Lic. Ramos Guachilema, Timotea Inés Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	93
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimiento e Innovación, Organización y Dirección de Empresas, Ética y Responsabilidad Social		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Competencias administrativas, actividad turística, conocimientos administrativos, planificación, capacitaciones.		
RESUMEN:	<p>A través de la realización del presente trabajo informativo se pone en análisis las estrategias que tienen como objetivo el diseño y elaboración de un plan de acompañamiento a emprendimientos turísticos dirigido a la comuna de Ayangue, al emitir un diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos de turísticos en la comuna se expone el diseño metodológico de tipo exploratorio a fin de conocer las necesidades partiendo de la investigación bibliográfica de campo, seguido de los instrumentos de recolección de datos como la encuesta y la entrevista que validan el estudio del tema, donde los resultados presentados demuestran claramente la necesidad que tienen las empresas en mejorar su gestión administrativa dando factibilidad a la propuesta mencionada. La provincia de Santa Elena es uno de los sitios turísticos más visitados del Ecuador y América Latina. Por lo tanto, se debe acoplar estrategias que mejoren la gestión de los emprendimientos en una de sus localidades como lo es la comuna de Ayangue donde se evalúa la gestión interna y externa, calidad de atención al cliente el fortalecimiento en el desarrollo sus competencias financieras productivas por ello se plantea capacitar a los encargados en conocimientos actualizados en el campo administrativo además de una óptima planificación, ejecución de diversas acciones que aseguren eficiencia en la marcha al implementar un plan de acompañamiento y sean parte complementaria de lo que ofrece el destino turístico. La metodología a seguir será mixta seguido de la interpretación estadística que servirá para idear un plan de acompañamiento competente a los criterios enfocados en el emprendimiento turístico de la comuna de Ayangue.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORA:	0988311229	marylsa@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Teresa Susana Knezevich Pilay		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			