



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA

**PLAN ESTRATEGICO PARA LA REACTIVACION Y TURISMO
MARITIMO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL DE
PASAJEROS Y CARGA “SAN LORENZO”**

TUTOR

MANTILLA BUENAÑO GUIDO MESIAS

AUTOR

DE LEON LANDAZURI JAIDER ENRIQUE

GUAYAQUIL

2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Plan estratégico para la reactivación y turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga "SAN LORENZO"		
AUTOR/ES: De León Landázuri Jaider Enrique	TUTOR: Mantilla Buenaño Guido Mesías	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura en Administración de Empresas	
FACULTAD: ADMINISTRACION	CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	N. DE PÁGS: 105	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Administración, Análisis cualitativo, Turismo, Reactivación económica.		
RESUMEN: Se realizará un plan estratégico que contribuya a la reactivación de las actividades de la cooperativa de turismo y transporte San Lorenzo del Pailón porque hay una baja de pasajeros producto de competencias y por otra parte esto conlleva a mejoras en la economía de los socios. De igual manera la cooperativa se verá beneficiada ya que mediante la acogida de los pasajeros y turistas volverá a reactivarse económicamente. El desarrollo de un plan estratégico para la reanudación del turismo de la cooperativa es esencial por varias razones importantes: Adaptación al cambio del mercado, recuperación económica, optimización de recursos e Incremento de visibilidad y reconocimiento.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

CONTACTO CON AUTOR/ES: De León Landázuri Jaider Enrique	Teléfono: 0981676490	E-mail: jdeleonl@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgr. Betty Aguilar Echeverria Teléfono: 259 6500 Ext. 201 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec Mgr. Carlos Correa Gonzalez Teléfono: (04) 259 6500 Ext. 203 E-mail: ccorreag@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

PLAN ESTRATEGICO PARA LA REACTIVACION Y TURISMO MARITIMO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL DE PASAJEROS Y CARGA "SAN LORENZO"

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%	6%	1%	3%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	web.ambiente.gob.ec Fuente de Internet	1%
2	es.wikipedia.org Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	1%
4	www.marcojuridico.morelos.gob.mx Fuente de Internet	1%
5	librocom.online Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	1%

8 hdl.handle.net
Fuente de Internet

1%

9 repositorio.uide.edu.ec
Fuente de Internet

1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%



Firmado electrónicamente por:
GUIDO MESIAS
MANTILLA BUENANO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado JAIDER ENRIQUE DE LEON LANDAZURI, declara bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, PLAN ESTRATEGICO PARA LA REACTIVACION Y TURISMO MARITIMO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL DE PASAJEROS Y CARGA “SAN LORENZO”, corresponde totalmente a él suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

Firma:



DE LEON LANDAZURI JAIDER ENRIQUE

C.I. 1003837414

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación Plan estratégico para la reactivación y turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “SAN LORENZO” designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: Plan estratégico para la reactivación y turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “SAN LORENZO”, presentado por el estudiante JAIDER ENRIQUE DE LEON LANDAZURI como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**GUIDO MESIAS
MANTILLA BUENANO**

Mg. Guido Mantilla Buenaño

C.C. 0913057881

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios y a todas las personas que han hecho posible la realización de esta tesis.

Agradezco a JULIO RENÉ PÉREZ PEÑAFIEL y MANTILLA BUENAÑO GUIDO MESIAS por su invaluable orientación, apoyo y paciencia durante todo el proceso. Sus consejos y conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo y la culminación de este trabajo.

Mi gratitud también se extiende a Hilda Montaña Monrroy quien con sus críticas constructivas y sugerencias enriquecieron significativamente este estudio.

Un agradecimiento especial a mi familia y amigos, cuyo amor, comprensión y aliento me han dado la fortaleza para superar los momentos difíciles y seguir adelante con determinación. Su apoyo ha sido incondicional y esencial en cada etapa de este proyecto.

Finalmente, agradezco a la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “SAN LORENZO DEL PAILON” por abrirme sus puertas y brindarme la información para desarrollar mi proyecto de titulación. Su colaboración ha sido crucial para el éxito de esta investigación.

A todos ustedes, muchas gracias.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres por su amor, apoyo y confianza inquebrantable. Sin su aliento constante y su fe en mis capacidades, este logro no hubiera sido posible. A mi familia, por estar siempre a mi lado y ofrecerme su apoyo incondicional en cada paso de este viaje. Su comprensión y ánimo han sido mi fuente de fortaleza.

A mis amigos, Cesar Garrido, Nathalia Estupiñán, Jardel Arroyo, Leslie Erazo, Mayeli Arroyo por su compañía, motivación y por creer en mí incluso en los momentos más difíciles. Su amistad ha sido un pilar en esta travesía.

A todos ellos, mi más profundo agradecimiento y admiración.

RESUMEN

El análisis de las actividades de transporte de la cooperativa revela una situación compleja y preocupante en cuanto a la circulación de pasajeros y la cantidad de viajes realizados. La cooperativa ha experimentado una disminución significativa en la demanda de sus servicios, lo que se ha reflejado en una baja circulación de pasajeros. Esta caída en la demanda puede ser atribuida principalmente a dos factores: la competencia creciente en el mercado y el impacto negativo de la pandemia mundial de COVID-19.

Competencia en el mercado: Uno de los factores clave en esta disminución de la demanda ha sido la aparición y expansión de nuevas compañías competidoras en el sector del transporte. Estas empresas han logrado captar parte del mercado que anteriormente pertenecía a la cooperativa, lo que ha generado una oferta más amplia y diversificada para los pasajeros y turistas. Los viajeros, al tener más opciones para elegir, han optado por otras alternativas, reduciendo la cantidad de pasajeros que utilizan los servicios de la cooperativa. La competencia no solo ha reducido la cuota de mercado de la cooperativa, sino que también ha influido en la creación de una percepción de mayor variedad y, posiblemente, de mejores precios o servicios por parte de las nuevas empresas.

Impacto de la pandemia de COVID-19: Otro factor fundamental que ha afectado gravemente a la cooperativa ha sido la pandemia de COVID-19, que provocó una paralización de las actividades y los servicios de transporte. La crisis sanitaria mundial, que comenzó hace más de cuatro años, obligó a la cooperativa a suspender temporalmente sus operaciones, lo que afectó gravemente la generación de ingresos, especialmente en lo relacionado con los viajes turísticos. Durante la pandemia, los viajeros se vieron restringidos por medidas de confinamiento, cancelación de eventos y restricciones de movilidad, lo que llevó a una drástica caída en la demanda de los servicios de transporte, especialmente aquellos vinculados al turismo.

Este parón en las actividades no solo afectó el flujo de pasajeros, sino que también tuvo consecuencias económicas considerables. La cooperativa, que

tradicionalmente había dependido de los viajes turísticos y el transporte de pasajeros como sus principales fuentes de ingresos, sufrió una reducción drástica en sus ganancias debido a la falta de servicios operativos. A pesar de los esfuerzos para adaptarse a las nuevas circunstancias, como la implementación de medidas de seguridad y la reactivación gradual de los servicios, la recuperación no ha sido rápida ni sencilla, ya que los turistas aún no han vuelto a los niveles previos a la pandemia y la competencia ha aumentado.

Desafíos y perspectivas: En resumen, la cooperativa se enfrenta a una doble crisis: por un lado, la competencia feroz de nuevas empresas que han ganado terreno en el mercado del transporte, y por otro, las secuelas económicas y operativas de la pandemia. Aunque la situación actual es difícil, existe la posibilidad de una eventual recuperación si la cooperativa logra adaptarse a los nuevos tiempos, diversificar sus servicios y mejorar su oferta para competir eficazmente en el mercado. Sin embargo, esto requerirá de un análisis estratégico profundo, inversión en innovación y una respuesta eficiente a las demandas cambiantes de los pasajeros y turistas. La recuperación podría ser más lenta de lo esperado, pero si la cooperativa se enfoca en optimizar sus operaciones y aprovechar las oportunidades emergentes en el sector, podría mejorar su posición en el mercado a largo plazo.

Palabras clave: Administración, Análisis cualitativo, Turismo, Reactivación económica.

ABSTRACT

The analysis of the cooperative's transportation activities reveals a complex and worrying situation regarding passenger circulation and the number of trips made. The cooperative has experienced a significant decrease in demand for its services, which has been reflected in low passenger circulation. This drop in demand can be mainly attributed to two factors: increasing competition in the market and the negative impact of the global COVID-19 pandemic.

Market competition: One of the key factors in this decrease in demand has been the appearance and expansion of new competing companies in the transportation sector. These companies have managed to capture part of the market that previously belonged to the cooperative, which has generated a broader and more diversified offer for passengers and tourists. Travelers, having more options to choose from, have opted for other alternatives, reducing the number of passengers who use the cooperative's services. Competition has not only reduced the cooperative's market share, but has also influenced the creation of a perception of greater variety and, possibly, better prices or services by new companies.

Impact of the COVID-19 pandemic: Another fundamental factor that has seriously affected the cooperative has been the COVID-19 pandemic, which caused a paralysis of activities and transportation services. The global health crisis, which began more than four years ago, forced the cooperative to temporarily suspend its operations, which severely affected income generation, especially related to tourist travel. During the pandemic, travelers were restricted by confinement measures, event cancellations and mobility restrictions, leading to a drastic drop in demand for transportation services, especially those linked to tourism.

This stoppage in activities not only affected the flow of passengers, but also had considerable economic consequences. The cooperative, which had traditionally relied on tourist travel and passenger transportation as its main sources of income, suffered a drastic reduction in profits due to a lack of operational services. Despite efforts to adapt to new circumstances, such as the

implementation of security measures and the gradual reactivation of services, the recovery has not been quick or easy, as tourists have not yet returned to pre-COVID levels. pandemic and competition has increased.

Challenges and perspectives: In summary, the cooperative faces a double crisis: on the one hand, fierce competition from new companies that have gained ground in the transportation market, and on the other, the economic and operational consequences of the pandemic. Although the current situation is difficult, there is the possibility of eventual recovery if the cooperative manages to adapt to new times, diversify its services and improve its offer to compete effectively in the market. However, this will require deep strategic analysis, investment in innovación and an efficient response to the changing demands of passengers and tourists. The recovery could be slower than expected, but if the cooperative focuses on optimizing its operations and taking advantage of emerging opportunities in the sector, it could improve its market position in the long term.

Keywords: Administration, Qualitative analysis, Tourism, Economic reactivation.

INDICE

AUTOR	1
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	ii
CERTIFICADO DE SIMILITUD	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR.....	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	2
1.1 Tema:	2
1.2 Planteamiento del Problema:	2
1.3 Formulación del Problema.....	4
1.4 Sistematización del problema	4
1.5 Objetivo General	4
1.6 Objetivos Específicos.....	5
1.7 Justificación	5
1.8 Delimitación	7
1.9 Idea a defender	8
1.10 Líneas de investigación	8
1.10.1 Línea de Investigación Institucional	8
CAPÍTULO II	9
MARCO REFERENCIAL	9
2.1 Marco Teórico.....	9
2.2 Teoría de la gestión estratégica.....	15
2.3 Beneficios de la gestión estratégica	17
2.4 Modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	17
2.5 Antecedentes de la investigación	18
2.6 Estructura y descripción de la cooperativa de la cooperativa.....	28
2.7 Estudio de mercado.....	28
2.8 Marco conceptual.....	31
CAPÍTULO III	33

MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.1 Diagnóstico del servicio de transporte fluvial y marítimo de san lorenzo.....	33
3.2 Segmentación del mercado.....	34
3.3 Enfoque de la investigación: Cualitativo.....	35
3.4 Alcance de la investigación: Exploratorio.....	35
3.5 Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	36
3.6 Cuestionario:.....	36
3.7 Población y muestra.....	40
3.8 Tipos de Muestra en investigación cualitativa.....	40
CAPÍTULO IV.....	41
PROPUESTA.....	41
4.1 Propuesta de modernización.....	41
4.1.1 Estrategias:.....	41
4.1.2 Presupuesto plan estratégico.....	44
4.2 Cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “san lorenzo”.....	44
4.2.1 Detalle de flujo de pasajeros transportados por la Cooperativa San Lorenzo del Pailón desde enero a mayo de 2024.....	45
4.2.2 Precios de acuerdo a turnos y frecuencias.....	45
4.2.3 Recorrido contratado para actividades turísticas.....	46
4.3 Plan de financiamiento de la cooperativa.....	50
4.4 Aprobación del reglamento de la ley de fortalecimiento de las actividades turísticas.....	50
CONCLUSIONES.....	53
5.1 Conclusiones en base al objetivo específico 1.....	54
5.2 Conclusión en base al objetivo específico 2.....	56
5.3 Conclusión en base al objetivo específico 3.....	59
RECOMENDACIONES.....	61
6.1 Recomendaciones en base al objetivo específico 1.....	62
6.2 Recomendación en base al objetivo específico 2.....	63
6.3 Recomendación en base al objetivo específico 3.....	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	69
ANEXOS.....	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rutas que cubre la cooperativa	3
Tabla 2 Frecuencia diaria	37
Tabla 3 Presupuesto Plan Estratégico	44
Tabla 4 Flujo de pasajeros	45
Tabla 5 Precios de acuerdo a turnos y frecuencia.....	45
Tabla 6 Recorrido contratado para actividades turísticas	46
Tabla 7 Presupuesto combustible	47
Tabla 8 Mantenimiento y reparaciones	47
Tabla 9 Zarpes	47
Tabla 10 Resumen de costos.....	48
Tabla 11 Rutas de turismo	49
Tabla 12 Ingresos por rutas	49

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	70
Figura 2.....	73
Figura 3.....	74
Figura 4.....	75
Figura 5.....	76
Figura 6.....	77
Figura 7.....	78
Figura 8.....	78
Figura 9.....	80
Figura 10.....	81
Figura 11.....	82
Figura 13.....	83
Figura 13.....	83
Figura 14.....	83
Figura 14.....	83
Figura 15.....	83
Figura 15.....	83
Figura 16.....	83
Figura 16.....	83
Figura 17.....	83
Figura 17.....	83

INTRODUCCIÓN

La cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga ``san lorenzo del pailón`` es una empresa que se dedica al turismo y transporte de carga y pasajeros a diferentes rutas aledañas al cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas. fue fundada el 01/06/1981 y se encuentra situada en El cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas en el sector: Imbabura – malecón Simón Bolívar.

En el análisis de sus actividades de transporte, presenta poca circulación de pasajeros y un descenso de viajes, esto se debe a la presencia y creación de nuevas compañías competidoras en el mercado dando como resultado poca demanda de nuestros servicios por parte de pasajeros y turistas, de igual forma hace 4 años la cooperativa se vio afectada por la pandemia mundial (COVID-19) la cual provocó la paralización de actividades y servicios que brindaba, de igual forma se vio afectada económicamente ya que no contaban con viajes y turismos que por lo general funcionaba como fuente de ingreso.

Con la implementación de un plan estratégico para la Revitalización del Turismo de la cooperativa San Lorenzo del Pailón no es solo una medida necesaria para resolver los desafíos actuales, sino también una oportunidad para promover el crecimiento, mejorar la sostenibilidad y fortalecer el papel de las cooperativas en las comunidades locales.

Implementar un plan estratégico en una cooperativa de transporte marítimo puede ofrecer una serie de beneficios cruciales para su operación y éxito a largo plazo. La importancia de las estrategias para una cooperativa y su reactivación es fundamental para garantizar su sostenibilidad, crecimiento y capacidad de adaptación a cambios en el entorno.

CAPÍTULO I

1.1 Tema:

Plan estratégico para la reactivación y turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “SAN LORENZO”

1.2 Planteamiento del Problema:

La “Cooperativa de Transporte Fluvial de Pasajeros y Carga “San Lorenzo del Pailón”, es una empresa que se dedica al turismo y transporte de carga y pasajeros a diferentes rutas aledañas al cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas. fue fundada el 01/06/1981 y se encuentra situada en El cantón San Lorenzo, Provincia de Esmeraldas en el sector: Imbabura – malecón Simón Bolívar.

La disminución de viajes y poca circulación de pasajeros fue causada a raíz de la pandemia del COVID-19 en el 2020 en el cual hubo disposiciones de no circulación de embarcaciones a ninguna ruta plasmada, de igual forma hubo la apertura y la inauguración del puente de Mataje que conecta a Ecuador con Colombia teniendo como efecto la poca inclinación a el uso de la vía marítima y de las embarcaciones debido a que por vía terrestre resulta más rápido y seguro.

La cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajero y carga “SAN LORENZO DEL PAILON” en el análisis de sus actividades de transporte, presenta poca circulación de pasajeros y un descenso de viajes, esto se debe a la presencia y creación de nuevas compañías competidoras en el mercado dando como resultado poca demanda de nuestros servicios por parte de pasajeros y turistas.

La transportación fluvial y marítima de pasajeros es muy importante ya que por este medio las personas tienen la facilidad de llegar a sus hogares, realizar negocios, ir de paseo a playas, etc., ya que en la mayoría de pueblos aledaños al cantón San Lorenzo la única manera de llegar es por vía marítima, en ciertos casos personas acuden al cantón para hacer varias compras domésticas, algunos trámites y entre otras necesidades que no pueden

hacerlas en su pueblo, por ende las personas se movilizan por medio de embarcaciones que cubren rutas a diferentes lugares en diferentes horarios.

Las rutas que cubre son las siguientes:

Tabla 1 Rutas que cubre la cooperativa

(De León, Rutas de la cooperativa, 2024)	Ruta	Recorrido	Salida	Retorno
1	San Lorenzo - Limones	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones	7:30 9:30 13:00 16:00	10:30 13:30 16:00 s/h
2	San Lorenzo - Cauchal	San Lorenzo - Tolita del Pailón - Pampanal - Punta Bolívar - Chan guaral - Cauchal	7:30 14:30	9:00 15:30
3	San Lorenzo - Palma Real	San Lorenzo - El Viento - La Punta - Palma Real	7:30 14:00 16:00	9:00 15:30 s/h
4	San Lorenzo - La Tola	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones - La Tolita Pampa de Oro - La Tola	6:00 12:30	9:00 16:30
5	San Lorenzo - Borbón	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones - La Tolita Pampa de Oro - La Tola - Borbón	6:00 12:30	10:00 16:00
6	San Lorenzo - Puerto Palma	San Lorenzo - Pichangal - Puerto Palma	6:00 8:00 10:00 13:00 15:00 17:00	9:00 11:00 13:00 16:00 17:00 17:45
7	San Lorenzo - Campanita	San Lorenzo - Campanita	Depende de los turistas	

Nota. Esta tabla hace referencia a las rutas que cubre la cooperativa.

Fuente. COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO DE PASAJEROS Y CARGA "SAN LORENZO DEL PAILON", 2024

Elaborado por: De León (2024)

Hace 6-7 años aproximadamente, surgieron nuevas cooperativas competidoras brindando un servicio similar y eso afectó a la cooperativa

debido a que dichas cooperativas contaban con motores fuera de borda con mayor capacidad y velocidad, lo cual a los pasajeros les convenía ahorrar más tiempo del de costumbre.

Hace 4 años la cooperativa se vio afectada por la pandemia mundial (COVID-19) la cual provocó la paralización de actividades y servicios que brindaba, de igual forma se vio afectada económicamente ya que no contaban con viajes y turismos que por lo general funcionaba como fuente de ingreso.

1.3 Formulación del Problema

- ¿De qué forma un plan estratégico ayudará a la reactivación de las actividades a la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga “SAN LORENZO DEL PAILON”?

1.4 Sistematización del problema

- ¿De qué manera un análisis de la situación actual de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga SAN LORENZO DEL PAILON ayudará a la reactivación de sus actividades?
- ¿Qué estrategias se pueden diseñar para lograr el mejoramiento e innovación de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga “SAN LORENZO DEL PAILON”?
- ¿Cómo influye la evaluación de los costos y beneficios asociados en el mejoramiento y reactivación de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga “SAN LORENZO DEL PAILON”?

1.5 Objetivo General

Elaborar un plan estratégico para la reactivación del turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “SAN LORENZO DEL PAILON”

1.6 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis de la situación actual de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga ``San Lorenzo del Pailón``
- Diseñar estrategias que den lugar al mejoramiento e innovación de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga ‘San Lorenzo del Pailón``
- Evaluar los costos y beneficios asociados a el mejoramiento y reactivación de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga ``San Lorenzo del Pailón``

Son propósitos parciales que permiten cumplir con el objetivo general.

1.7 Justificación

Es importante realizar un plan estratégico que contribuya a la reactivación de las actividades de la cooperativa de turismo y transporte San Lorenzo del Pailón porque hay una baja de pasajeros producto de competencias y por otra parte esto conlleva a mejoras en la economía de los socios.

Mediante esta investigación en donde se busca tomar medidas para poner en marcha el plan estratégico, se beneficiarán los usuarios de nuestro servicio ya que la cooperativa ofrece tours a lugares atractivos los cuales muchos turistas han quedado fascinados y de igual forma se realizará renovaciones en cuanto al aspecto de las embarcaciones para que los pasajeros se sientan en un ambiente agradable y seguro. De igual manera la cooperativa se verá beneficiada ya que mediante la acogida de los pasajeros y turistas volverá a reactivarse económicamente.

El sector del turismo y el transporte marítimo ha sido gravemente afectado por diversas crisis, como la pandemia global y fluctuaciones económicas. Estas situaciones han reducido significativamente la demanda,

interrumpido operaciones y afectado la viabilidad financiera de muchas cooperativas. La reactivación efectiva de una cooperativa en este sector requiere una planificación estratégica robusta para superar estos desafíos y reposicionar la cooperativa en el mercado.

Un plan estratégico proporciona una visión y dirección claras para la cooperativa, lo que es crucial en el proceso de reactivación. Define un rumbo específico y metas concretas, lo cual:

Facilita el enfoque: Permite a todos los miembros de la cooperativa trabajar hacia objetivos comunes.

Alinea recursos y esfuerzos: Asegura que los recursos se utilicen de manera eficiente y efectiva.

La planificación estratégica es fundamental para la recuperación del cooperativismo turístico y marítimo. Proporciona una dirección clara, optimiza el uso de los recursos, permite a las cooperativas adaptarse a las nuevas condiciones del mercado y gestionar los riesgos de forma eficaz. Al implementar un plan estratégico bien pensado, la cooperativa puede superar los desafíos, recuperar su posición en el mercado y garantizar un crecimiento sostenible a largo plazo.

El desarrollo de un plan estratégico para la reanudación del turismo de la cooperativa es esencial por varias razones importantes.

Adaptación al cambio del mercado

La industria de viajes se ve profundamente afectada por eventos globales como la pandemia de COVID-19, los cambios en las preferencias de los viajeros y las nuevas regulaciones. El plan estratégico permitirá a la cooperativa adaptarse a estos cambios, identificar nuevas oportunidades y adaptar sus servicios a las necesidades actuales.

Recuperación económica

La recuperación del turismo es fundamental para restablecer la estabilidad financiera de la cooperativa. Un plan estratégico ayudará a identificar fuentes de ingresos alternativas, optimizar costos y maximizar el retorno de la inversión en infraestructura y campañas.

Optimización de recursos

El plan estratégico proporcionará una hoja de ruta clara para el uso eficaz de los recursos disponibles. Esto incluye optimizar la dotación de personal, gestionar las instalaciones y coordinar con los proveedores para garantizar que todos los recursos se utilicen de forma eficaz para lograr los objetivos del relanzamiento.

Incremento de visibilidad y reconocimiento

El plan estratégico ayudará a desarrollar campañas de marketing efectivas y aumentar la visibilidad de la cooperativa en el mercado turístico. Esto ayudará a aumentar el conocimiento de la marca y atraer a más turistas.

En resumen, la implementación de un plan estratégico para la Revitalización del Turismo de la cooperativa San Lorenzo del Pailón no es solo una medida necesaria para resolver los desafíos actuales, sino también una oportunidad para promover el crecimiento, mejorar la sostenibilidad y fortalecer el papel de las cooperativas en las comunidades locales. Un enfoque estratégico inteligente le ayudará a tomar decisiones informadas para lograr el éxito a largo plazo.

1.8 Delimitación

La investigación se realizará en el cantón San Lorenzo, ubicado en la frontera norte de la Provincia de Esmeraldas. Al norte limita con la República de Colombia y hacia el sur con el Cantón Eloy Alfaro. Sus coordenadas geográficas abarcan desde los 78.42° a 78.99° de longitud oeste y de 0.53° a 1.48° de latitud norte, cubriendo un territorio aproximado de 305,310 Ha.

Una parte del territorio se encuentra en la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje (REMACAM); la misma que se encuentra situada entre los Cantones de San Lorenzo del Pailón y Eloy Alfaro, cuenta con 51.300 hectáreas entre ríos navegables, matorrales, especies asociadas, y 6 especies de mangle, en la que se encuentran alrededor de 28 comunidades, sin incluir los centros poblados de los cantones que la albergan por su jurisdicción. (Fuente; Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Lorenzo del Pailón 2019-2023).

1.9 Idea a defender

Poner en marcha un plan estratégico de mejoras en la Cooperativa “San Lorenzo” que permitirá la reactivación turística, fluvial y marítima de la cooperativa para goce de turistas y pasajeros.

1.10 Líneas de investigación

1.10.1 Línea de Investigación Institucional

1. Formación integral, atención a la diversidad y educación inclusiva.
2. Sociedad Civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.
3. Territorio, medio ambiente y materiales innovadores para la construcción.
4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Es a partir de la década de los sesenta, que la Planificación Estratégica es valorada en América Latina, como instrumento para promover el desarrollo y desde esa fecha ha estado sujeta a muchos cambios, encadenados a modelos de desarrollo experimentados en la dinámica geopolítica de la región, la misma que al evolucionar en el tiempo dio paso a la emergencia de la Planificación Situacional, la misma que fue postulada por Carlos Matus, en virtud de considerar la existencia de multiplicidad de actores y considerando que las realidades pueden ser distintas dependiendo de cada lugar. (Matus, 1992; Lira, 2006).

Planificación Estratégica Situacional, que propone un marco conceptual metodológico diferente al utilizar a la prospectiva como elemento innovador en el manejo de incertidumbres mediante la toma de decisiones estratégicas, al partir de tres interrogantes ¿dónde estamos hoy?, ¿qué queremos hacer?, ¿cómo podemos llegar a hacerlo?, mientras que la Planificación Prospectiva, es aquella que establece objetivos de los cuales se desprenden políticas, que a su vez contiene líneas estratégicas de las cuales se desprenden las acciones de un plan político o Plan de Desarrollo. (ILPES, 2006).

La Planificación Estratégica Situacional y la Planificación Prospectiva son dos enfoques metodológicos para la toma de decisiones en el ámbito estratégico, pero con diferencias significativas en su conceptualización, enfoque y procesos.

Planificación Estratégica Situacional

La Planificación Estratégica Situacional se basa en un enfoque flexible y adaptativo que incorpora la prospectiva como una herramienta innovadora para

manejar la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones. Este modelo busca adaptarse a un entorno cambiante y aprovechar las oportunidades mientras se gestionan los riesgos. La prospectiva, en este contexto, juega un papel clave al ayudar a anticipar posibles escenarios futuros, lo que permite tomar decisiones estratégicas informadas en un ambiente incierto y dinámico.

Este enfoque parte de tres interrogantes fundamentales que guían todo el proceso de planificación:

¿Dónde estamos hoy?

Esta pregunta busca realizar un diagnóstico de la situación actual, evaluando el contexto interno y externo de la organización. El análisis de la realidad presente es crucial para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA), así como comprender las tendencias y los factores que influyen en el entorno en el que opera la organización.

¿Qué queremos hacer?

En este paso se definen los objetivos y metas que la organización busca alcanzar en el futuro. Sin embargo, la planificación estratégica situacional no asume que los objetivos sean estáticos o definitivos. La idea es tener una visión flexible, capaz de ajustarse a los cambios del entorno, a las nuevas oportunidades y a los riesgos emergentes.

¿Cómo podemos llegar a hacerlo?

Esta es la fase de la toma de decisiones estratégicas en la que se determinan las acciones y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos planteados. Aquí se identifican las estrategias a seguir, pero también se considera la posibilidad de ajustarlas conforme evolucionan las circunstancias. La clave de esta etapa es la capacidad de adaptarse a los cambios y mantener una visión de futuro flexible y abierta a nuevas oportunidades y desafíos.

El modelo de Planificación Estratégica Situacional reconoce la incertidumbre como una constante y propone utilizar la prospectiva para reducirla, anticipando posibles escenarios futuros. Este enfoque permite a la organización estar preparada para diversos posibles futuros, lo que mejora su capacidad de respuesta y resiliencia.

Planificación Prospectiva

Por otro lado, la Planificación Prospectiva es un enfoque más estructurado y predefinido, que busca proyectar el futuro de la organización a partir de una serie de objetivos claros. En este modelo, se parte de una visión de futuro más establecida, y se desarrolla un plan a partir de la definición de esos objetivos. La prospectiva en este caso se utiliza para prever las tendencias y necesidades futuras, y de esa forma, establecer políticas, estrategias y acciones que permitan alcanzar los objetivos establecidos

El proceso de Planificación Prospectiva implica los siguientes pasos:

Definición de Objetivos:

Se establecen los objetivos generales de la organización, los cuales definen la dirección en la que se espera que se encamine la entidad a lo largo del tiempo. Estos objetivos deben ser claros, alcanzables y alineados con la visión de futuro de la organización.

Establecimiento de Políticas:

Una vez definidos los objetivos, se diseñan las políticas que guiarán la acción organizacional. Estas políticas son principios generales que orientan la toma de decisiones y el comportamiento dentro de la organización para cumplir con los objetivos.

Líneas Estratégicas:

A partir de las políticas, se desarrollan las líneas estratégicas, que son áreas clave de acción y de enfoque prioritario para la organización. Las líneas

estratégicas son los ejes sobre los cuales se organizarán los esfuerzos y recursos para lograr los objetivos.

Acciones del Plan de Desarrollo:

Finalmente, las líneas estratégicas se desglosan en acciones concretas, que se reflejan en un plan de desarrollo detallado. Este plan especifica los pasos a seguir, los recursos necesarios, los plazos y las responsabilidades para implementar las estrategias y alcanzar los objetivos planteados.

En este modelo, la prospectiva se utiliza principalmente para proyectar un futuro deseado, basándose en el análisis de tendencias y la previsión de escenarios. Sin embargo, la planificación prospectiva puede ser menos flexible frente a cambios inesperados en el entorno, ya que asume que el futuro será una extensión de las tendencias y hechos actuales, lo cual no siempre es el caso en entornos altamente inciertos.

En cuanto a aspectos conceptuales, la Planificación Estratégica tiene su origen en la administración del desarrollo, siendo una combinación ecléctica de diez escuelas las escuelas de negocios, de las cuales se destacan mayores aportes provenientes de; i) la escuela de diseño que concibe a la estrategia como un proceso de concepción, y ii) la escuela de planificación que entiende a la estrategia como un proceso formal, que reconoce al ciclo de planificación como aquel conformado por once etapas de planificación. (Metcalf, Gabriel, 1994)

Es así que la Planificación Situacional propone un marco conceptual metodológico diferente al utilizar a la prospectiva como elemento innovador en el manejo de incertidumbres mediante la toma de decisiones estratégicas, al partir de tres interrogantes ¿dónde estamos hoy?, ¿qué queremos hacer?, ¿cómo podemos llegar a hacerlo?, mientras que la Planificación Prospectiva, es aquella que establece objetivos de los cuales se desprenden políticas, que a su vez contiene líneas estratégicas de las cuales se desprenden las acciones de un plan político o Plan de Desarrollo. (ILPES, 2006).

Es así, que la Planificación Estratégica, es una combinación ecléctica de diez escuelas las escuelas de negocios, de las cuales se destacan mayores

aportes provenientes de; i) la escuela de diseño que concibe a la estrategia como un proceso de concepción, y ii) la escuela de planificación que entiende a la estrategia como un proceso formal, que reconoce al ciclo de planificación como aquel conformado por once etapas de planificación. (Metcalf, Gabriel, 1994)

El marco teórico proporciona el contexto conceptual y empírico necesario para entender los conceptos y estrategias aplicables a la reactivación de una cooperativa de transporte marítimo. Este marco incluye teorías y enfoques relacionados con la gestión estratégica, la recuperación económica, y el funcionamiento de cooperativas.

A partir de la última década las tendencias turísticas internacionales apuntan a la convivencia entre las personas locales y los turistas. El turismo es un sector fundamental para la economía del Ecuador y en Guayaquil existe la oportunidad de fomentar este tipo de turismo por su diversidad cultural. En sectores populares de Guayaquil la cultura afrodescendiente está muy presente como es el caso de Isla Trinitaria. En este proyecto se analizó la viabilidad de potenciar el turismo, mediante la metodología PESTEL, que permitió deducir si el ambiente externo es favorable para la creación de la operadora turística Guaya Deep Excursiones, además se realizó un Benchmarking en conjunto a una investigación de mercados para identificar las tendencias locales sobre los servicios turísticos y qué segmento de mercado está interesado en el producto “Belleza Trinitaria” propuesta de este proyecto.

A ello se sumó un plan de negocios para verificar la viabilidad del proyecto y dar solución a los posibles riesgos en las operaciones del proyecto. Como resultado se obtuvo que el proyecto es viable y se recomienda tomar medidas y control ante los probables riesgos de las operaciones de la nueva empresa. A pesar de ser un proyecto que demande tiempo al momento de elaborarlo, tiene la capacidad de financiarse en menos de cinco años, además beneficiará en el estilo de vida a las personas residentes y en consecuencia aporta a la imagen de nuestra ciudad. (Pacheco Macias & Soriano Idrovo, 2020)

El objetivo del presente trabajo fue diseñar un plan estratégico para la reactivación turística de los cantones Sucre y San Vicente de la provincia Manabí, Ecuador, posterior al terremoto del 16 de abril del 2016.

Su importancia radica en el aporte socio-económico y competitivo que se genera tanto para los atractivos turísticos como para los establecimientos de alojamiento y restaurantes existentes en los cantones de estudio. La investigación se respalda en los fundamentos teóricos que se presentan sobre el turismo en el país, el marco normativo, la promoción turística, la satisfacción del cliente y el posicionamiento estratégico.

Para cumplir con el objetivo general de este estudio, se desarrolló una investigación de alcance descriptivo, con trabajo de campo, cuyo procedimiento constó de tres etapas: (1) diagnóstico de la situación actual de los establecimientos hoteleros y gastronómicos así como de los atractivos turísticos en la zona objeto de estudio, mediante la aplicación de entrevistas a los propietarios y/o administradores de los establecimientos de alojamiento y encuestas a una muestra de la PEA de los cantones estudiados; (2) posteriormente se analizaron los factores del macro entorno con el uso de la herramienta PESTA y se definió la posición competitiva de los establecimientos hoteleros y gastronómicos así como de los atractivos turísticos a través de la matriz de McKinsey; (3) en la última fase se diseñó un plan estratégico con el empleo de la matriz 5W+2H para la reactivación económica y turística de los cantones Sucre y San Vicente de la provincia Manabí.

Como resultado principal se destaca la necesidad de que los establecimientos hoteleros y de restauración apliquen estrategias de marketing que les otorgue un mayor nivel de competitividad en el mercado en que se desarrollan. Se concluye la importancia de la aplicación de las estrategias propuestas para lograr una efectiva reactivación turística, además del oportuno seguimiento y control del cumplimiento de las mismas, tanto por los propietarios de los hoteles y restaurantes como por las autoridades públicas correspondientes. (Velásquez Catagua, 2023)

El presente trabajo da a conocer una de las falencias de los gobiernos locales, que es, no contar con los instrumentos de gestión y mucho menos con un plan para reactivar el turismo. A raíz de la pandemia, el turismo se ha visto fuertemente afectado, generando zozobra, desconcierto e inseguridad en los trabajadores y operarios del turismo. La metodología que se ha empleado es la entrevista a los funcionarios de la municipalidad de Moche.

También se llevado a cabo, la observación al Plan de Desarrollo Concertado Local y se ha reunido abundante información relacionada al planeamiento estratégico y a la reactivación del turismo post pandemia. Del resultado de la investigación se tiene que es de suma importancia contar con los instrumentos de gestión, es decir, contar con un plan estratégico que coadyuve – en el caso en particular – a la reactivación del turismo en el distrito de Moche. Se concluyó que, en efecto, la falta de un plan estratégico en las municipalidades afecta de manera directa e indirecta en las estrategias, objetivos y acciones que las autoridades deben ejecutar a lo largo de su gestión. (Tello Quinche, 2022)

2.2 Teoría de la gestión estratégica

La gestión estratégica es el proceso en el que se marca el rumbo de la empresa y las acciones necesarias a corto, mediano y largo plazo. El objetivo es alcanzar un mejor rendimiento y ventaja competitiva apoyados en planificaciones de contingencias previsible e invariables. Es decir, se crean estrategias en caso de acciones que se pueden esperar y posibles pasos a dar en si surgen imprevistos. (Zendesk, s.f.)

La gestión estratégica no es un proceso único o estático, sino que se desarrolla en varias fases que se adaptan y evolucionan con el tiempo. Estas fases incluyen:

Análisis del entorno:

Es fundamental evaluar tanto los factores internos como externos que impactan a la empresa. El análisis externo involucra estudiar el mercado, la competencia, las tendencias económicas, las regulaciones gubernamentales, y

las dinámicas sociales y tecnológicas. En cuanto al análisis interno, se examinan los recursos, capacidades, fortalezas y debilidades de la organización.

Definición de objetivos estratégicos:

Con base en el análisis previo, se establecen objetivos claros y medibles que guiarán las decisiones a tomar. Estos objetivos abarcan diversas áreas como la rentabilidad, la cuota de mercado, la expansión geográfica, la innovación o la sostenibilidad, dependiendo de las necesidades y ambiciones de la organización.

Desarrollo de estrategias:

Una vez definidos los objetivos, se diseñan las estrategias necesarias para alcanzarlos. Las estrategias pueden incluir enfoques a nivel corporativo (diversificación, internacionalización, alianzas estratégicas) y a nivel funcional (marketing, operaciones, recursos humanos, tecnología). En esta etapa también se contemplan los planes de contingencia, es decir, las acciones a tomar en caso de que surjan situaciones imprevistas.

Implementación de las estrategias:

La implementación es una de las fases más críticas, ya que las estrategias deben ser traducidas en acciones concretas. Esto implica asignar recursos, definir responsabilidades, establecer plazos y coordinar actividades. Además, se deben gestionar los cambios dentro de la organización para garantizar que todos los empleados estén alineados con la visión estratégica.

Evaluación y control:

Es necesario establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el progreso y el impacto de las estrategias implementadas. Esto implica el uso de indicadores clave de desempeño (KPIs) que permitan ajustar las acciones si los resultados no son los esperados. La gestión estratégica es un proceso dinámico, y la flexibilidad es esencial para adaptarse a las circunstancias cambiantes.

La gestión estratégica sirve para explorar, identificar y priorizar oportunidades en un proceso continuo. Ofrece una visión amplia a los gerentes para entender el mercado, la posición de la empresa dentro de él y cómo ajustar el plan organizacional para mantener un equilibrio financiero. (Zendesk, s.f.)

La importancia de un plan estratégico es que permite ser objetivo en el análisis de costo-beneficio y descubrir si la empresa es rentable o, en su defecto, cómo hacerla rentable. Al mismo tiempo, analiza el sector con el fin de tomar decisiones que mantengan a la empresa en el mercado. (Zendesk, s.f.)

2.3 Beneficios de la gestión estratégica

Impulsa la proactividad en la empresa: analiza a los competidores y toma acción para competir en el mercado, en lugar de esperar y reaccionar;

Guía a la empresa en una dirección clara: define objetivos realistas y alineados con la visión de la empresa;

Consigue la supervivencia de la empresa a través de los cambios del mercado: evalúa oportunidades y amenazas y reconoce las fortalezas y debilidades de la compañía para crear estrategias; (Zendesk, s.f.)

Organiza y asegura un correcto uso de recursos: ayuda a llevar una buena supervisión de la liquidez y coordina el flujo de tesorería con los objetivos a largo plazo. Identifica los puntos donde debe invertir nuevos recursos para hacer frente a la competencia (Zendesk, s.f.)

2.4 Modelo de las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter te ayudarán a entender tu posición en el mercado y detectar y anticipar tendencias. En este artículo te explicamos en qué consiste el análisis de las 5 fuerzas de Porter y cómo hacerlo con algunas preguntas que te ayudarán a realizar el análisis de forma sencilla. (Alonso, 2023)

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter, llamado así por su creador, Michael E. Porter, nos obliga a poner el foco del análisis en: los clientes, los proveedores, los productos sustitutos, los nuevos competidores potenciales y la competencia.

Gracias al análisis de las amenazas de estas fuerzas competitivas, podemos determinar nuestra posición en el mercado y entender por qué tenemos la cuota de mercado actual. (Alonso, 2023)

En el diamante de Porter se analizan estos cinco elementos (clientes, proveedores, productos sustitutos, competidores potenciales y competencia) de forma separada pero interconectados, ya que cada uno de ellos incide en el nivel de competencia de la organización. Así, podemos definir el diamante de Porter o análisis de las 5 fuerzas de Porter como la representación en forma de diagrama de diamante de los elementos que determinan nuestra posición en una industria. (Alonso, 2023)

Así, las cinco fuerzas de Porter que se reflejan en el diagrama son:

1. Poder de negociación de los clientes
2. Poder de negociación de los proveedores
3. Amenaza de productos o servicios sustitutos
4. Amenaza de entrada de nuevos competidores
5. Rivalidad de los competidores actuales.

El modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter sirve, en esencia, para analizar el entorno competitivo de una industria. Gracias al análisis de Porter podremos:

- Visualizar el mapa actual de nuestra competencia y medir la rentabilidad de una industria.
- Elaborar una mejor estrategia competitiva y estrategia empresarial.
- Anticipar tendencias y detectar nichos de mercado.
- Elaborar un plan de marketing competitivo
- Crear un producto o servicio que no sea fácilmente sustituible

(Alonso, 2023)

2.5 Antecedentes de la investigación

La enfermedad del COVID-19 empezó en el año 2019, y fue identificada por primera vez el 1 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la

provincia de Hubei, en China, cuando se reportó a un grupo de personas con neumonía de causa desconocida. La Organización Mundial de la Salud OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020. En el caso de Ecuador, ese mismo día, la ministra de Salud, declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud del país. (Ministerio de Turismo, s.f.)

El Sr. presidente del Ecuador Lcdo. Lenin Moreno Garcés, el 16 de marzo de 2020, declaró el Estado de Excepción en el país donde se iniciaron varias restricciones para las personas y los negocios. Desde el 17 de marzo de 2020 además rige un Toque de Queda en el país. (Ministerio de Turismo, s.f.)

La pandemia mundial del COVID-19 ha generado una crisis sanitaria sin precedentes en el mundo y en nuestro país. Esta crisis a su vez, ha provocado una afectación económica de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional. Varios subsectores turísticos, a través de sus representantes gremiales, han expresado lo complejo de la situación en varias reuniones, entrevistas y comunicaciones escritas. Esta crisis ha producido significativas pérdidas económicas, tanto en la zona urbana como en las parroquias rurales. (Ministerio de Turismo, 2024)

En Gobierno de Nacional, declaró la Emergencia Sanitaria en todo el país, estableciendo varias medidas restrictivas para contener el contagio y propagación del COVID-19, para esto emitió varios Decretos, Acuerdos y Resoluciones. (Ministerio de Turismo, 2024)

El río Meta, uno de los ríos más importantes del país, presenta deficiencia en la infraestructura portuaria y el canal navegable del río, debido a que vive un proceso de deterioro por diferentes situaciones que han agravado el nivel de sedimentación, sumado con que la situación social, económica, cultural y medio ambiental de las poblaciones ribereñas que de una u otra manera viven de las actividades que se desarrollan en torno al río. Por ende, el objetivo de este trabajo es proponer una estrategia para reactivar el transporte fluvial en el río Meta y articular el transporte multimodal en el oriente colombiano. El diseño que se utilizará será un Diseño de Investigación- Acción, con una perspectiva de una Visión Técnico-Científica, el enfoque de la investigación será de tipo cualitativo.

Como resultados encontramos que la mejor estrategia para potencializar la navegabilidad en río, es fomentar el desarrollo agroeconómico y piscícola de la región, debido a que una de las grandes desventajas del plan para convertir al Meta como despensa agrícola es el transporte para la comercialización y exportación de los productos. (Barrera Sotelo, 2023)

La pandemia del Covid-19 de 2020 ha afectado fuertemente a las economías en el mundo cobrando un precio alto en términos sociales y económicos debido a las fuertes restricciones de bioseguridad implementadas como el cierre de fronteras, paralización parcial y hasta total de actividades productivas, distanciamiento social y cuarentenas que sumadas al miedo de la población a contagiarse del virus influyeron en la discontinuidad de los sectores económicos de cada país, siendo el sector turístico uno de los más afectados por esta crisis sanitaria.

Por ello tomar medidas para mitigar el impacto económico sobre hogares, así como el compromiso y esfuerzo del sector público y privado para generar una reactivación económica positiva a corto, mediano y largo plazo, han permitido el uso de estrategias, por ejemplo, una tarifa reducida de IVA a nivel nacional. Experiencias recientes de este tipo de medidas que en otros países se denominan “Tax Holidays” y su aplicación en Alemania e Irlanda implica utilizar reducciones generalizadas de tarifas de IVA por períodos de tiempo relativamente largos (seis o más meses) como en Colombia que tiene reducciones generalizadas de tarifas de IVA en días específicos y el caso de Reino Unido con reducciones específicas de IVA orientadas al sector turístico, podemos decir que son medidas que favorecen el consumo después de dos años de aprender a vivir con menos restricciones pero evitando el contagio.

En Ecuador uno de los ingresos públicos por tributos más importante y de mayor porcentaje en recaudación es el Impuesto al Valor Agregado IVA, el sector turístico que ocupa el cuarto puesto en términos de fuentes de ingresos no relacionados con el petróleo en Ecuador y contribuye de manera más positiva a este proceso de recaudación, con esta premisa los ingresos correspondientes a la industria turística de 2020 y 2021 en comparación al 2019 tuvieron una

reducción del 45% y por ende la recaudación de tributos provenientes de este sector disminuyó en igual porcentaje. (Ramos Álvarez & Núñez Villares, 2023)

El desarrollo de la presente investigación tiene como propósito general el de analizar el cumplimiento de la normatividad fluvial en Colombia, tomando como referente la ruta que comunica a los municipios de Quibdó y Río Quito en el departamento del Chocó y su comparativo con la normatividad de países como Perú y Brasil. Para lograr este objetivo, fue necesario caracterizar la situación actual del transporte fluvial en Colombia con respecto a la aplicación normativa y de seguridad para la movilización de pasajeros y de carga, tomando como referente la ruta fluvial entre los municipios de Quibdó y Río Quito de igual forma se hizo una revisión de la normatividad colombiana en cuanto a regulación y seguridad de transporte fluvial de pasajeros y de carga y su incidencia en la zona objeto de estudio, así mismo se realizó un análisis documental y comparativo de la normativa colombiana sobre regulación y seguridad fluvial con respecto a países como Brasil y Perú. (Perea Murillo et al., 2019)

Plan de marketing para la reactivación de paseos fluviales por el río Babahoyo en el cantón Samborondón

Trabajo que detalla el diseño de un plan de marketing turístico para la promoción de los paseos fluviales por el río Babahoyo, partiendo de la cabecera cantonal de Samborondón, es relevante para el turismo y la economía del cantón, así como para mantener vivas las costumbres montubias en la memoria de su colectivo. Comienza con la evaluación de la actual oferta de paseos fluviales que se realizan en el cantón Samborondón, luego se realiza el estudio de mercado pertinente y finalmente el plan de marketing que entrega un producto de óptima calidad de servicio a los futuros consumidores del mismo. (Moreno Flores & Larrea, 2020)

Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador

El artículo presenta el proceso de diseño de un modelo de gestión turística para fomentar el desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Manabí,

Ecuador, en esta investigación se identifican, analizan y clasifican las variables que caracterizan a los modelos de gestión turística, las cuales constituyen indicadores determinantes que deben incorporarse al diseño. Para encausar esta investigación se establecieron los siguientes objetivos específicos, fundamentar las bases teóricas que sustenten la investigación, determinar los indicadores básicos que caracterizan la gestión turística del territorio y diseñar un modelo de gestión que fomente el desarrollo turístico de las comunidades manabitas.

La metodología propuesta establece tres fases: 1) Diagnóstico turístico situacional del territorio, 2) Análisis de la gestión turística, 3) Formalización de un plan estratégico, donde se determine los procesos de planificación, se identifique las competencias y funciones de los entes involucrados de actividades que vinculen a la comunidad con el Gobierno Provincial de Manabí, se registre las inversiones, proyectos y financiación y se establezca un programa de monitoreo y evaluación; el modelo propuesto direccionado al desarrollo del turismo rural, constituye una herramienta para la coordinación de los entes involucrados, de vinculación entre las iniciativas privada y comunitaria con el apoyo de las planificaciones del GAD Provincial de Manabí, en función de potenciar un turismo comunitario sostenible. (REINOSO, 2017)

Análisis de la “Importancia de la Reactivación Y Resiliencia del Turismo Comunitario en el Ecuador POST COVID 19

Este artículo utiliza una revisión bibliográfica para analizar la reactivación y resiliencia del turismo comunitario en Ecuador post COVID-19. Las fuentes incluyen bases de datos académicas (Scopus, Web of Science), informes gubernamentales del Ministerio de Turismo de Ecuador, documentos de ONGs como la Organización Mundial del Turismo, y literatura académica. Se seleccionaron estudios relevantes sobre turismo comunitario, resiliencia económica y el impacto del COVID-19, priorizando calidad metodológica, recencia y contexto geográfico ecuatoriano.

El desarrollo y posicionamiento del turismo comunitario en Ecuador ha estado marcado por varios hitos significativos. Uno de los primeros fue la

Declaración de Otavalo en 2001, que estableció las bases para el reconocimiento y promoción de este tipo de turismo. A lo largo de los años, el turismo comunitario ha evolucionado, integrando prácticas sostenibles que no solo buscan atraer visitantes, sino también fortalecer la identidad cultural de los pueblos y nacionalidades del país.

La pandemia afectó severamente al sector, pero también impulsó cambios hacia una reactivación más sostenible. El reconocimiento legal del turismo comunitario como una actividad turística en Ecuador ha sido un proceso prolongado que culminó tras la pandemia de COVID-19. Este logro se concretó con la expedición del Reglamento General de Aplicación a la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento de Empleo, el 12 de julio de 2024. Este avance legal ha sido fundamental para consolidar el turismo comunitario como una actividad sostenible, que no solo fortalece la identidad cultural de los pueblos y nacionalidades, sino que también promueve la conservación del entorno y ofrece alternativas económicas viables para las comunidades locales. (Sotomayor et al., 2024)

Reactivación turística de la zona rural del cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas.

El presente proyecto tiene como finalidad promover y que posibilite la reactivación del turismo en el recinto “Y de la Laguna” de la zona rural del cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas mediante el diseño de una ruta turística. A fin de promover un desarrollo coherente del proyecto se establecieron diversas conceptualizaciones tomadas de fuentes bibliográficas confiables dentro de la materia turística, así como la adecuada aplicación de técnicas e instrumentos de investigación y recolección de información. Además, se plantearon objetivos específicos enfocados al proyecto, mediante los cuales se determinó una investigación de tipo no experimental, con metodología mixta lo que permitió determinar que existe un alto desconocimiento del sector, pero a su vez, mucha expectativa por visitar el destino.

Se detectó también una importante necesidad de fortalecimiento en las áreas de atención al turista, marketing, manejo de recursos e idiomas dentro de

la comunidad. Una vez realizado el estudio, se pudo concluir que el recinto cuenta con recursos turísticos que posibilitan el desarrollo de la actividad turística, así como el apoyo de sus habitantes y tiene una alta aceptación por parte del público objetivo, constituido principalmente por habitantes de la ciudad de Manta, sin embargo, es necesaria la implementación de una ruta que facilite a los turistas el ingreso y recorrido del destino, al igual que un plan estratégico que prepare a la comunidad en el campo turístico. (Parrales Bravo & Vélez Rivas, 2023)

Plan estratégico de marketing turístico para la ciudad de Esmeraldas provincia de Esmeraldas

El proyecto de investigación presente se enfoca en la elaboración de un plan estratégico de marketing turístico que permita activar y difundir el turismo en el cantón de Esmeraldas, mediante el planteamiento de las estrategias comunicacionales permitiendo informar de manera que llegue claramente la información al cliente potencial y real convenciéndolo de visitar Esmeraldas brindándoles todos sus atractivos turísticos y encantos naturales.

La metodología se basó en la recolección de información mediante la aplicación de encuestas hacia los visitantes en la ciudad de Esmeraldas, mediante la elaboración de la matriz FODA se pudo notar la situación actual de Esmeraldas ya que no existe un plan estratégico que promocióne a la ciudad como es debido, el gobierno autónomo desenraizado municipal del cantón Esmeraldas no hace mucha gestión para que el desarrollo de la actividad turística del cantón Esmeraldas sea reconocida, el plan estratégico que se va a presentar cuenta con estrategias de marketing mix y medos comunicacionales como es la TV, página Web, Facebook, Video promocional, trípticos, capacitaciones y artículos promocionales con la finalidad de informar y recordar a Esmeraldas por su riqueza natural y acogida de su gente diferenciándose de la competencia. (Cortez Valencia, 2019)

Plan estratégico para el desarrollo turístico de la parroquia San José de Chamanga del cantón Muisne perteneciente a la provincia de Esmeraldas.

El presente trabajo de investigación analiza el problema de la disminución de la actividad turística en la parroquia San José de Chamanga del cantón Muisne provincia de Esmeraldas ocasionado principalmente por la falta de promoción enfocada, recorridos monótonos y repetitivos, insuficiente control policial, y, poco personal capacitado para las actividades turísticas, ya que tradicionalmente la gente del sector se dedica a la agricultura, ganadería y pesca. Para solucionar este problema se planteó como objetivo general el diseñar un plan estratégico para el desarrollo turístico de la parroquia; y luego del análisis teórico de las variables, plan estratégico y desarrollo turístico, se ejecutó una investigación de campo de enfoque cuali-cuantitativo de tipo no experimental transversal y de alcance descriptivo que se desarrolló en el mes de febrero del año 2023 a través de las técnicas de encuesta y entrevista, posterior a la investigación de campo.

Se concluyó que el desarrollo turístico sostenible se puede considerar como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios para satisfacer las necesidades del turista. Además, de la necesidad de un programa de capacitación que genere habilidades respecto a servicio al cliente, rutas de la parroquia, calidad turística, turismo sostenible, entre otros. Así como la necesidad de estructurar un paquete turístico y programas de seguridad. En tal sentido, se proponen cuatro estrategias que están compuestas por: técnicas publicitarias, programa de capacitación, elaboración de paquetes turísticos y programa de seguridad, en total el plan propuesto necesita un financiamiento para cinco años de \$ 9.165 dólares, a responsabilidad del GAD parroquial con el auspicio del Ministerio de Turismo para que sea ejecutado de forma completa y efectiva. (Carrillo Rosero & Zambrano Muñoz, 2023)

Plan estratégico que fomente la reactivación turística en Manabí

La investigación tuvo como objetivo diseñar un plan estratégico que fomente la reactivación turística en la provincia de Manabí. El tipo de investigación adoptada fue de carácter mixta con enfoque descriptivo que para su efecto se programaron tres fases: la primera contempló el diagnóstico de la situación actual post terremoto que a través de la revisión bibliográfica y de documentos apoyada con fichas de caracterización, encuestas, entrevistas y

matrices permitió establecer que el sector tras la catástrofe fue fuertemente afectado, en especial la infraestructura hotelera, identificándose además otras problemáticas que están ligadas a la deficiente gestión y carente planificación que han retardado el proceso de reactivación en la provincia.

La segunda fase implicó un análisis estratégico del sector turístico mediante el FODA para evaluar la gestión que dictaminó que las estrategias que se deben adoptar son las de reorientación, por lo que en base a la matriz para dicho fin se identificaron un total de cinco lineamientos orientados a alcanzar la reactivación local. Por último, la tercera fase tuvo como fin elaborar el plan estratégico a través de una ficha que permitió realizar un adecuado planteamiento que incluyó la declaración de la misión y visión, apoyada en unas políticas, premisas y valores, así como la formulación de la programación estratégica basada en las líneas de acción que determinaron un total de seis programas y quince proyectos, con su respectiva ficha de evaluación y control, pretendiendo dar solución a las problemáticas identificadas en la zona. (Navarrete Chóez, 2021)

Estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en el sector El Guadual, parroquia Alto-Tambo, cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas.

A través de este estudio se pretende desarrollar estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en el sector de “El Guadual”, Parroquia Alto - Tambo, cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas, una comunidad con una valiosa diversidad natural y cultural y con un alto potencial para desarrollar turismo comunitario. La investigación consta de tres capítulos: Marco teórico, marco metodológico y planteamiento de la propuesta y finalmente el desarrollo de la propuesta. La bibliografía utilizada aporta un muy buen contenido teórico ya que se ha indagado en revistas digitales y autores de reconocido prestigio en el mundo académico del turismo. (Encarnación Castro & Rodríguez Santacruz, 2015)

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SOSTENIBLE: PROPUESTA PARA UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN LORENZO

El presente trabajo de investigación se ha elaborado con el fin de realizar una propuesta para un plan de desarrollo turístico en la parroquia San Lorenzo de la ciudad de Manta, tomando en cuenta a las autoridades parroquiales y cantonales centrado los esfuerzos en el mejoramiento comercial de la parroquia, enriqueciendo la biodiversidad, la cultura, el turismo en general; sin embargo el turismo no cuenta con planes actuales que fomente su crecimiento como actividad por lo cual se ha identificado un importante número de recursos y atractivos turísticos, que no han podido ser aprovechados debido al conocimiento precario de la potencialidad turística del sector; este desconocimiento ha conducido a que esta actividad no sea considerado un aporte al desarrollo social y económico.

Por lo tanto, es necesario mencionar que las autoridades y habitantes de la parroquia no están conscientes de la potencialidad turística del sector; esto conlleva a que los recursos no sean cuidados de manera adecuada para que puedan ser perdurables en el tiempo. Para la realización del presente trabajo investigativo se recolectó información, de campo a través de una entrevistas dirigida a la población sobre la realidad turística actual de la parroquia; con la información obtenida se procedió a analizar e interpretar los resultados, esto permitió concluir que la parroquia San Lorenzo es considerada un sector turístico por excelencia, por esta razón se ha planteado como propuesta un estudio de potencialidad turística que evidencie las posibilidades de la parroquia para desarrollarse en alternativas que aporten a su desarrollo, crecimiento social y económico. (Balle, 2023)

Repensando la recuperación del sector turístico ecuatoriano hacia el contexto post-COVID-19

El objetivo de esta investigación fue analizar la recuperación del turismo ecuatoriano hacia el contexto post-COVID-19, en el corto, mediano y largo plazo. Para el examen, se conciben los retos que deberán tener la academia y los actores involucrados en el desarrollo de una industria, donde su práctica esté basada en el valor agregado del conocimiento desde la investigación científica.

La metodología utilizada para elaborar esta investigación ha sido una revisión documental bibliográfica para el análisis de contenido sobre la relación turismo COVID-19 en Ecuador, cuyo examen se inserta en el paradigma de la investigación cualitativa, desde un enfoque interpretativo. Las restricciones impuestas por la emergencia COVID-19, han tenido un impacto significativo en la confianza de los turistas, para volver a frecuentar el territorio de Ecuador, por lo que eliminar incertidumbres para turistas y empresas del sector es el denominador común para un reinicio. El pensamiento central que emerge en estas condiciones es la necesidad de concebir la crisis generada por COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano, como una oportunidad para modificar el paradigma tradicional en que se ha desenvuelto el turismo. (Pisco, 2022)

2.6 Estructura y descripción de la cooperativa de la cooperativa

La Cooperativa de Transporte Fluvial y Marítimo de pasajeros y carga San Lorenzo del Pailón viene laborando en la cabecera cantonal de San Lorenzo desde abril de 1982, según Acuerdo Ministerial # 580 de la Dirección de Cooperativas del Ministerio de Bienestar Social, con un directorio conformado por su presidente, vicepresidente, secretario, Tesorero, 3 Vocales Principales, 3 Vocales Suplentes y un Síndico.

La parte Administrativa, está conformada por un Gerente, un Contador y una secretaria en la Boletería. Además, el resto de socios de la organización cuentan con embarcaciones que muchos de ellos conducen, unidades de 14 metros de largo por 1.40 de ancho con motores fuera de borda de cada una con dos motores de 40 HP., y cubierta plástica para proteger a los pasajeros en caso de lluvias, además de poseer dos botes fibra de vidrio con capacidad para 15 personas con cubierta de lona y motores de 75 HP. Cabe señalar que la Cooperativa cuenta con una sede para reuniones y una oficina para la atención al público.

2.7 Estudio de mercado

La investigación de mercado es una investigación utilizada por diversas industrias para informar decisiones y comprender mejor el entorno empresarial

al que se enfrentan cuando hacen negocios. Este tipo de investigaciones son especialmente útiles para analizar hábitos de compra, áreas de actividad, demanda de productos o análisis de la competencia para asegurar buenos resultados comerciales.

La investigación de mercado es un proceso fundamental que ayuda a las empresas a comprender y analizar su entorno empresarial para tomar decisiones informadas y estratégicas. Este tipo de investigación es utilizada por diversas industrias con el objetivo de obtener datos relevantes sobre el mercado, los consumidores, los competidores y las tendencias del sector. Con el conocimiento derivado de la investigación de mercado, las organizaciones pueden adaptar sus productos, servicios y estrategias para satisfacer mejor las necesidades del consumidor, mejorar su competitividad y asegurar un rendimiento comercial más efectivo.

Objetivos y Propósitos de la Investigación de Mercado

El principal objetivo de la investigación de mercado es recolectar información relevante que permita a las empresas tomar decisiones informadas sobre sus operaciones comerciales, estrategias de marketing y desarrollo de productos. Esta información proporciona a las empresas un entendimiento profundo de varios aspectos cruciales del mercado, tales como:

Hábitos de compra:

Analizar cómo, cuándo y por qué los consumidores compran ciertos productos o servicios. Esto ayuda a las empresas a identificar patrones de comportamiento de los consumidores y sus preferencias, lo que les permite diseñar productos o servicios más atractivos y relevantes.

Demanda de productos:

Permite a las empresas conocer la demanda actual y futura de sus productos o servicios. A través de estudios de demanda, se pueden identificar las necesidades no cubiertas del mercado, áreas de oportunidad para la innovación o expansión, y prever la aceptación de nuevos productos.

Áreas de actividad:

Se refiere a la identificación de los segmentos de mercado en los cuales la empresa tiene mayor presencia o puede expandirse. Con esta información, las organizaciones pueden centrar sus esfuerzos en las áreas más rentables o en las que haya mayor potencial de crecimiento.

Análisis de la competencia:

Evaluar a los competidores directos e indirectos en el mercado. Este análisis permite a las empresas conocer las fortalezas y debilidades de sus competidores, sus estrategias de marketing y precios, lo que ayuda a desarrollar tácticas más competitivas. Además, el análisis de la competencia puede descubrir lagunas en el mercado que la empresa puede aprovechar para obtener una ventaja estratégica.

En el caso de la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga, se realizará un estudio de mercado para comprender el potencial de mercado y de cierta forma predecir riesgos en el plan estratégico el cual es la reactivación de las actividades de transporte y turismo; Confiar en la investigación de mercado puede permitirle comprender mejor el alcance de sus pérdidas y buscar soluciones tempranas o anticipadas.

La cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga enfrenta el reto de reactivar sus actividades en un contexto complejo que combina la reanudación de los servicios de transporte y turismo tras la interrupción provocada por la pandemia u otras circunstancias adversas. Para abordar este desafío y mejorar la toma de decisiones, la cooperativa llevará a cabo un estudio de mercado, cuyo objetivo principal es comprender el potencial del mercado y predecir los posibles riesgos que puedan afectar su operación futura. Este estudio de mercado se convierte en una herramienta estratégica fundamental para asegurar la sostenibilidad de la cooperativa, ya que permitirá obtener una visión detallada del entorno en el que opera y facilitará la planificación de medidas correctivas o de adaptación frente a posibles obstáculos.

2.8 Marco conceptual

Infraestructura

La infraestructura es el conjunto de servicios, medios técnicos e instalaciones que permiten el desarrollo de una actividad. La palabra infraestructura proviene del latín infra (“debajo”) y structus (“construido”), y por ello se utiliza este término para referir a una estructura que sustenta a otra, actuando como su base.

Es la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tienen en un proyecto, tomando en cuenta los recursos con los que se cuenta para su realización.

La cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajero y carga dispone de recursos necesarios para llevar a cabo con eficacia los recorridos y los viajes a todas las rutas que ofrecen. Estos recursos son: combustible, folletos con información de la ruta, chalecos, embarcaciones con carpa, etc.

Cooperativa de transporte: Las Cooperativas de Transporte, constituyen un modelo societario que se ha puesto muy de moda en los últimos años y que es importante que conozcas.

No obstante, para que lo entiendas bien, antes debes de saber estos dos conceptos:

Definición de transportista: persona que se dedica al transporte de mercancías.

Cooperativa: sociedad formada por personas para satisfacer sus necesidades económicas y empresariales.

De esta manera, las cooperativas de transporte se caracterizan por agrupar a transportistas, tanto personas físicas como jurídicas, con el objetivo de brindarse distintos tipos de servicios y ayudas entre ellos. (Rivero, 2020)

Fluvial: Perteneiente o relativo al río. (Real Academia Española)

Logística: La logística se refiere al marco de planificación que permite a las empresas almacenar y transportar sus mercancías a sus clientes. Abarca la adquisición, la gestión de inventarios, la distribución, el almacenamiento, el transporte, el embalaje y la gestión de riesgos. (Discover, 2023)

Marítimo: Perteneiente o relativo al mar. (Real Academia Española)

Pailón: La actual zona de San Lorenzo era conocida antiguamente como “pailón”, que descompuesta equivaldría a: pail=olla y on=calor intenso. Lugar que es como una olla por el calor sofocante. (Jijon, 2018)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diagnóstico del servicio de transporte fluvial y marítimo de san lorenzo

La enfermedad del COVID-19 empezó en el año 2019, y fue identificada por primera vez el 1 de diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan, capital de la provincia de Hubei, en China, cuando se reportó a un grupo de personas con neumonía de causa desconocida. La Organización Mundial de la Salud OMS la reconoció como una pandemia global el 11 de marzo de 2020. En el caso de Ecuador, ese mismo día, la ministra de Salud, declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud del país. (Ministerio de Turismo, 2024)

El Sr. presidente del Ecuador Lcdo. Lenin Moreno Garcés, el 16 de marzo de 2020, declaró el Estado de Excepción en el país donde se iniciaron varias restricciones para las personas y los negocios. Desde el 17 de marzo de 2020 además rige un Toque de Queda en el país.

La pandemia mundial del COVID-19 ha generado una crisis sanitaria sin precedentes en el mundo y en nuestro país. Esta crisis a su vez, ha provocado una afectación económica de gran magnitud, siendo el turismo una de las actividades más afectadas a nivel mundial y nacional. Varios subsectores turísticos, a través de sus representantes gremiales, han expresado lo complejo de la situación en varias reuniones, entrevistas y comunicaciones escritas. Esta crisis ha producido significativas pérdidas económicas, tanto en la zona urbana como en las parroquias rurales. (Ministerio de Turismo, 2024)

En Gobierno de Nacional, declaró la Emergencia Sanitaria en todo el país, estableciendo varias medidas restrictivas para contener el contagio y propagación del COVID-19, para esto emitió varios Decretos, Acuerdos y Resoluciones.

Repensando la recuperación del sector turístico ecuatoriano hacia el contexto post-COVID-19

El objetivo de esta investigación fue analizar la recuperación del turismo ecuatoriano hacia el contexto post-COVID-19, en el corto, mediano y largo plazo. Para el examen, se conciben los retos que deberán tener la academia y los actores involucrados en el desarrollo de una industria, donde su práctica esté basada en el valor agregado del conocimiento desde la investigación científica.

La metodología utilizada para elaborar esta investigación ha sido una revisión documental bibliográfica para el análisis de contenido sobre la relación turismo COVID-19 en Ecuador, cuyo examen se inserta en el paradigma de la investigación cualitativa, desde un enfoque interpretativo. Las restricciones impuestas por la emergencia COVID-19, han tenido un impacto significativo en la confianza de los turistas, para volver a frecuentar el territorio de Ecuador, por lo que eliminar incertidumbres para turistas y empresas del sector es el denominador común para un reinicio. El pensamiento central que emerge en estas condiciones es la necesidad de concebir la crisis generada por COVID-19 en el sector turístico ecuatoriano, como una oportunidad para modificar el paradigma tradicional en que se ha desenvuelto el turismo. (Pisco, 2022)

3.2 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado implica dividir el mercado objetivo en grupos más pequeños con características similares como edad, ingresos, rasgos de personalidad, comportamiento, intereses, necesidades o ubicación.

Para ello se considerará todos esos aspectos que pueden ser utilizados para optimizar el servicio de transporte y turismo que se ofrece en la cooperativa.

Objetivos de la segmentación de mercado

Servicio: Proporcionar servicios de calidad es uno de los principales objetivos de la compañía, que pretende atraer a todos los usuarios e interesados que quieran utilizar nuestros servicios, así como garantizar la seguridad y comodidad a bordo en los desplazamientos en rutas.

Precio: En cuanto al precio, la compañía tiene como objetivo, ofrecer un precio que sea cómodo para los pasajeros y turistas manteniendo la idea

principal de ofrecer el mejor servicio. De esta manera se puede considerar la idea de ofrecer descuentos en precios ya sean individuales o grupales cuando se trate de grupos de turistas.

Promoción: Brindar a los usuarios, pasajeros y turistas, viajes y excursiones en embarcaciones cómodas y espaciosas a precios que se ajusten a sus presupuestos y brindarles experiencias que se adapten a sus necesidades.

3.3 Enfoque de la investigación: Cualitativo

Se utilizará un enfoque cualitativo debido a que de esta manera se puede comprender las actitudes de las personas, en este caso de los usuarios y pasajeros que se inclinan hacia el servicio de la cooperativa y de cierto modo generar nuevas ideas con respecto a la situación actual de la cooperativa y como se pueden aplicar métodos de mejora.

El uso de un enfoque cualitativo en el estudio de mercado para la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga es fundamental para comprender las actitudes, percepciones y expectativas de los usuarios y pasajeros que utilizan sus servicios. Este enfoque permite obtener una visión más profunda y detallada de las razones subyacentes que motivan a los pasajeros a optar por los servicios de la cooperativa, sus necesidades no satisfechas y las áreas donde consideran que la cooperativa podría mejorar. Además, la investigación cualitativa ofrece la posibilidad de generar nuevas ideas que podrían contribuir al diseño de estrategias innovadoras y eficaces para la reactivación de la cooperativa y la mejora de su competitividad en el mercado.

3.4 Alcance de la investigación: Exploratorio

Se implementará un alcance exploratorio en la investigación para entender mejor los factores que contribuyen a la desaceleración de actividades y la disminución de pasajeros en la cooperativa de transporte fluvial y marítimo. Este enfoque es esencial en situaciones donde la problemática no está completamente definida o cuando se requiere un análisis preliminar para identificar las variables relevantes que influyen en el rendimiento del servicio. Al optar por un alcance exploratorio, se busca obtener una visión holística de las

dinámicas que impactan la operación de la cooperativa, permitiendo un diagnóstico más preciso que informe decisiones estratégicas futuras.

3.5 Técnica e instrumentos para obtener los datos

En cuanto a la cooperativa ``SAN LORENZO DEL PAILON`` se empleará la técnica de entrevista utilizando como instrumento el cuestionario a personas que conformen la cooperativa, en este caso, socios y gerente para de este modo conocer más a profundidad cuáles han sido algunos de los motivos que se reflejan en la problemática y qué medidas tomar para poder lograr la reactivación de las actividades de la cooperativa.

3.6 Cuestionario:

(FRANCISCO BETANCOURT – GERENTE DE LA COOPERATIVA)

¿Cuál cree usted que fue la causa de la disminución de pasajeros en la cooperativa San Lorenzo del Pailón?

La disminución de pasajeros se dio a causa de la pandemia surgida en el 2020 por la cual la cooperativa tuvo que suspender sus actividades por disposiciones del gobierno para evitar el contagio y la propagación de aquella enfermedad, este decrecimiento de pasajeros y de actividad en la cooperativa también se vio afectada por la apertura del puente internacional Mataje.

Otra causa de la poca actividad turística debido a la violencia, ya que San Lorenzo está considerada como zona roja a nivel nacional.

¿Considera usted que la falta de modernización de la cooperativa tenga como consecuencia la poca demanda de sus servicios?

No considero que la falta de modernización de la cooperativa sea un motivo que afecte a la demanda de sus servicios, lo que si pienso y considero es que deberíamos mejorar la presentación de la cooperativa para brindar una mejor imagen a los pasajeros y turistas que requieran de nuestros servicios.

¿Qué servicios ofrece la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga San Lorenzo del Pailón?

Los servicios que ofrece la cooperativa San Lorenzo del Pailón son: Transporte de pasajeros y carga a las rutas mencionadas anteriormente y turismo a diferentes lugares turísticos como, por ejemplo: La ruta de La Tola (Arqueológica), ruta de los cangrejos, ruta de las cascadas, entre otros lugares.

¿Cuántos socios conforman la cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga San Lorenzo del Pailón?

La cooperativa cuenta con 14 socios la cual se encuentra conformada por su presidente, vicepresidente, secretario, Tesorero, 3 Vocales Principales, 3 Vocales Suplentes y un Síndico. La parte Administrativa, está conformada por un Gerente, un Contador y una secretaria en la Boletería.

¿Cuáles son las rutas que cubre la cooperativa actualmente después de la disminución de pasajeros debido a las causas ya mencionadas anteriormente?

Debido a los factores mencionados en la primera pregunta la cooperativa actualmente solo cubre dos rutas las cuales son: San Lorenzo – Limones y San Lorenzo – Palma Real, dando como promedio diario un flujo de pasajeros equivalente a 60 personas ida y vuelta.

Tabla 2. Frecuencia diaria

RUTAS/DESTINOS	FRECUENCIA DIARIA							
	1	2	3	4	5	6	7	8
SL-Limones	6:30 a. m.	7:30 a. m.	10H30AM	13H00 PM	16H00 PM			
SL- Palmarreal	6:30 a. m.	7:30 a. m.	11H30AM	12H00 PM	16H00 PM			
SL-Pampanal		7:30 a. m.	11H00AM	14H00 PM				
SL-Puerto Palma	6:00 a. m.	7:30 a. m.	09H00AM	10H30 AM	12H00 PM	13H30 PM	15H00 PM	16H30 PM

Nota. Esta tabla muestra las frecuencias diarias de la cooperativa actualmente

Fuente. COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO DE PASAJEROS Y CARGA ``SAN LORENZO DEL PAILON``, 2024

Elaborado por: De León (2024)

(DILIA MIDEROS – SOCIO DE LA COOPERATIVA)

¿Con cuantas embarcaciones contaba la cooperativa anteriormente y con cuantas embarcaciones cuenta actualmente?

La cooperativa anteriormente contaba con 7 embarcaciones, hoy en día la cooperativa cuenta con 4 embarcaciones.

¿Cómo sobrellevaban la situación del surgimiento de nuevas cooperativas y el surgimiento de embarcaciones ilegales (competencia desleal)?

La creación de muchas empresas que ofrecen el servicio de transporte marítimo de pasajeros nos afectó de manera directa ya que en este sector referente a el muelle máximo podía haber dos cooperativas o dos empresas con este servicio, pero en la actualidad hay 8, por ende, no se logran obtener resultados ya que cada cooperativa labora 1 por días, es decir, que la cooperativa San Lorenzo del Pailón trabaja 1 día y descansa 7 días. Del mismo modo surgieron lo que son las competencias desleales conocidas como embarcaciones piratas por la actividad no formal que realizaban en cuanto al transporte marítimo de pasajeros.

¿Cuál es la ventaja competitiva de la cooperativa San Lorenzo del Pailón frente a la competencia?

Una de las ventajas competitivas de la cooperativa San Lorenzo del Pailón es que cuenta con una oficina física en donde se les ofrece información a pasajeros y turistas que requieran de ella, en donde se realizan reuniones laborales de los socios y en donde el público puede observar fotografías de los lugares turísticos en donde la cooperativa realiza los recorridos.

¿De qué manera la disminución de viajes y la poca circulación de pasajeros afecto a los socios de la cooperativa?

La poca circulación de pasajeros afecto mucho a los socios económicamente ya que al no haber actividad de transporte y actividad turística como lo había anteriormente antes que ocurrieran dichos factores, no veían resultados en cuanto a los ingresos y gran parte de motoristas y ayudantes

manifestaron que se sentían preocupados porque no lograban llevar el sustento a sus familias ya que contaban únicamente con ese trabajo.

¿Qué sugerencias o que estrategias usted puede aportar para la reactivación del turismo de la cooperativa San Lorenzo del Pailón?

Como sugerencia sería implementar estrategias que ayuden a impulsar la presencia de la cooperativa de manera digital con las herramientas de las redes sociales y de igual manera estrategias que estén sujetas a un plan de modernización en la cooperativa para de este modo ofrecer una mejor imagen y tener una buena presentación tomando en cuenta que nuestra cooperativa es la una que cuenta con una oficina.

(OMAR CUERO – MOTORISTA DE LA COOPERATIVA)

¿Con que frecuencia los pasajeros viajan hacia las rutas que cubre actualmente la cooperativa?

Con una frecuencia regular teniendo un promedio aproximado de 60 pasajeros diarios entre todas las rutas, esta cantidad puede variar dependiendo el día o por algunos factores como, días festivos, feriados, fin de año, etc.

¿Cuánta es la capacidad de las embarcaciones?

Las embarcaciones grandes (Lanchas – Canoas) tienen capacidad de hasta 40 pasajeros y las embarcaciones pequeñas (botes) tienen capacidad de hasta 15-18 pasajeros.

¿Con que motores cuentan las embarcaciones?

Las embarcaciones grandes cuentan con motores fuera de borda de 45HP (dos en cada embarcación) y las embarcaciones pequeñas cuentan con motores fuera de borda de 75 HP (dos en cada embarcación).

3.7 Población y muestra

La población total del cantón San Lorenzo. Según el censo del año 2001 indica que el cantón tiene alrededor de 28,180 habitantes; siendo la población urbana 14.600 Hab. y 13.580 Hab. la población rural. Hoy en día san Lorenzo cuenta con aproximadamente 42.000 habitantes, lo que determina una significativa tasa de crecimiento; además, esta población se ve incrementada año a año por el proceso migratorio fronterizo. Indudablemente, en la actualidad, está demostrado un aumento demográfico y de igual manera, se calcula que un 35% de los pobladores actuales no son originarios del cantón.

3.8 Tipos de Muestra en investigación cualitativa

- Muestreo para la presentación y demostración de evidencias

El muestreo para la presentación y demostración de evidencias es crucial en una investigación, proyecto o presentación de cualquier tipo. Permite seleccionar un grupo representativo de datos o información que sea suficiente para apoyar las conclusiones y recomendaciones.

- Muestreo de participantes voluntarios

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Propuesta de modernización

La Cooperativa de Transporte Fluvial de Pasajeros y Carga “San Lorenzo del Pailón”, se encuentra comprometida a emprender el desafío de implementar **acciones y estrategias** para superar los problemas de disminución de pasajeros y desaceleración de actividades.

Alternativa, que radica en elaborar un plan estratégico para la reactivación del turismo marítimo de la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “San Lorenzo del Pailón”. Documento que contiene estrategias que darán lugar al mejoramiento e innovación de la cooperativa “San Lorenzo del Pailón”

4.1.1 Estrategias:

Con el objeto de poner en marcha un plan estratégico que contempla la implementación de mejoras basadas en estrategias de marketing, que permita la reactivación turística, fluvial y marítima de dicha cooperativa, se contemplan las siguientes estrategias:

- E1.** Gestionar imagen Institucional como estrategia de sostenibilidad, camino al aceleramiento del negocio y mejorar diferenciación con respecto a competidores.
- E2.** Generar valor agregado al servicio de transporte turístico
- E3.** Adaptar Servicios de acuerdo a intereses de los turistas
- E4.** Contar con diferentes canales para comunicar

E.1. Gestionar imagen Institucional

Gestión que contempla el uso de herramientas de marketing para fortalecer la imagen institucional como estrategia de sostenibilidad, camino al aceleramiento del negocio y mejorar diferenciación con respecto a competidores, cuyas acciones se detallan a continuación:

- Mejorar presencia online
- Definir la identidad de cada eje temático, que para este caso es; turismo y transporte de tal manera que no se emite mensaje incoherente o confuso
- Mejorar diferenciación con respecto a competidores
- Posicionar Filosofía Corporativa
- Adaptar contenidos de la página web de acuerdo al consumidor
- Visitar Ministerio de Turismo, embajadas en la ciudad de Quito para entregar brochure con contenido sobre paquetes que conforman la Oferta Turística de la Cooperativa

Contar con diferentes canales para comunicar

Esta estrategia, prevé la aplicación herramientas digitales que contribuyan a posicionar la presencia de la Cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “San Lorenzo del Pailón” en el mercado turístico local, provincial, nacional e internacional, mediante la aplicación de las siguientes acciones:

- Crear spots publicitarios para promocionar atractivos turísticos Página Web, Instagram, Tik tok.
- Crear página de Facebook que direcciona automáticamente a contacto WhatsApp con el objeto brindar atención al cliente
- Elaborar Flipping Book a través de un generador de folletos digitales interactivos – Flipsnack utilizando sitio web.

E2. Generar valor agregado al servicio de transporte turístico

Se trata de complementar los servicios de logística turística con guías y paquetes además de incluir otros rubros como; excursiones, alimentación y presentaciones culturales, contando para ello con las siguientes acciones:

- Taller de capacitación de Guías Turísticos de la Cooperativa-Convenio Cámara de Turismo de San Lorenzo
- Realizar recorrido para definir rutas turísticas con valor agregado. Se trata de identificar distintas rutas que tengan en común atractivo ancla.

E3. Adaptar Servicios de acuerdo a intereses de los turistas

- Estrategia que consiste en equipamiento, innovación y mejoras en la logística de transporte turístico con la finalidad de adaptar los servicios de acuerdo a intereses de los turistas, para lo cual se contemplan las siguientes acciones:
- Promocionar paquetes turísticos ofertados por la Cooperativa
- Elaborar material de visibilidad y difusión de la actividad turística desplegada por la Cooperativa; Banners, gorras, camisetas, trípticos.
- Armar portafolio con fotografías de atractivos turísticos de la zona
- Implementar trabajos de pintura y renovación de cubiertas de las embarcaciones
- Adquisición de salvavidas con distintivos propios de la nueva identidad turística de la Cooperativa.

4.1.2 Presupuesto plan estratégico

Tabla 3 Presupuesto Plan Estratégico

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	COSTOS
OE2. Diseñar estrategias que den lugar al mejoramiento e innovación de la cooperativa ``San Lorenzo del Pailón``	1. Gestionar imagen Institucional	Mejorar presencia online	200,00
		Definir la identidad de cada eje temático, que para este caso es; turismo y transporte de tal manera que no se emite mensaje incoherente o confuso	100,00
		Mejorar diferenciación con respecto a competidores	50,00
		Posicionar Filosofía Corporativa	50,00
		Adaptar contenidos de la página web de acuerdo al consumidor	100,00
	2. Generar valor agregado al servicio de trasporte turístico	Taller de capacitación de Guías Turísticos de la Cooperativa-Convenio Cámara de Turismo de San Lorenzo	450,00
		Realizar recorrido para definir rutas turísticas con valor agregado. Se trata de identificar distintas rutas que tengan en común atractivo ancla.	180,00
	3. Adaptar Servicios de acuerdo a intereses de los turistas	Elaborar material de visibilidad y difusión de la actividad turística desplegada por la Cooperativa; Banners, gorras, camisetas, trípticos y afiches	600,00
		Armar portafolio con fotografías para promocionar paquetes turísticos ofertados por la Cooperativa y atractivos turísticos de la zona	300,00
		Implementar trabajos de pintura y renovación de cubiertas de las embarcaciones	2.400,00
		Adquisición de 50 chalecos salvavidas con distintivos propios de la nueva identidad turística de la Cooperativa.	1.000,00
	4. Contar con diferentes canales para comunicar	Crear spots publicitarios para promocionar atractivos turísticos Página Web, Instagram, Tik tok.	900,00
		Crear página de Facebook que direcciona automáticamente a contacto WhatsApp con el objeto brindar atención al cliente	100,00
		Elaborar Flipping Book a través de un generador de folletos digitales interactivos – Flipsnack utilizando sitio web; https://www.flipsnack.com/es/digital-brochure	200,00
PRESUPUESTO TOTAL			6.630,00

Nota. Esta tabla indica el presupuesto del plan estratégico para el mejoramiento e innovación de la cooperativa.

Elaborado por: De León (2024)

4.2 Cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga “san lorenzo”

El precio habitual del servicio de transporte de acuerdo a frecuencias y turnos establecidos a disposición de los usuarios frecuentes de: Tambillo, Tolita de los Ruanos, Limones, Borbón, Maldonado, Pampanal, Changuaral, Santa Rosa, Cauchal, El Viento, Casas Viejas, Pichangal, Palma Real, La Cabecera Cantonal de San Lorenzo, y del vecino país Colombia, provenientes del Departamento de Nariño (Puerto Palma, Tumaco, Chontal, La Barca, Candelilla) es el siguiente:

4.2.1 Detalle de flujo de pasajeros transportados por la Cooperativa San Lorenzo del Pailón desde enero a mayo de 2024

Tabla 4 Flujo de pasajeros

MES	RUTAS																TOTAL PASAJEROS POR MES			
	SL-Limonos				SL- Palmarreal				SL-Pampanal				SL-Puerto Palma							
	No. Pasajeros Diarios	Turnos diarios	Días	TOTAL	No. Pasajeros Diarios	Turnos diarios	Días	TOTAL	No. Pasajeros Diarios	Turnos diarios	Días	TOTAL	No. Pasajeros Diarios	Turnos diarios	Días	TOTAL				
Enero	18	5	8	720	19	5	8	760	22	3	7	462	15	8	8	960	2.902			
Febrero	33	5	7	1.155	32	5	7	1.120	30	3	7	630	15	8	8	120	3.025			
Marzo	19	5	8	760	22	5	8	880	22	3	7	462	16	8	8	128	2.230			
Abril	40	5	8	1.600	36	5	7	1.260	30	3	7	630	15	8	8	120	3.610			
Mayo	20	5	7	700	25	5	8	1.000	27	3	8	648	15	8	8	120	2.468			
TOTAL PASAJEROS				4.935					5.020					2.832					1.448	14.235

Nota. Esta tabla hace referencia a el flujo de pasajeros en la cooperativa.

Fuente. COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO DE PASAJEROS Y CARGA "SAN LORENZO DEL PAILON", 2024

Elaborado por: De León (2024)

4.2.2 Precios de acuerdo a turnos y frecuencias

Tabla 5 Precios de acuerdo a turnos y frecuencia

No.	Ruta	Recorrido	Salida	Retorno	Precio Pasaje por persona
1	San Lorenzo - Limones	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones	7:30 9:30 13:00 16:00	10:30 13:30 16:00 s/h	\$ 5,00
2	San Lorenzo - Cauchal	San Lorenzo - Tolita del Pailón - Pampanal - Punta Bolivar - Changuaral - Cauchal	7:30 14:30	9:00 15:30	\$ 5,00
3	San Lorenzo - Palma Real	San Lorenzo - El Viento - La Punta - Palma Real	7:30 14:00 16:00	9:00 15:30 s/h	\$ 5,00

4	San Lorenzo - La Tola	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones - La Tolita Pampa de Oro - La Tola	6:00 12:30	9:00 16:30	\$ 5,00
5	San Lorenzo - Borbón	San Lorenzo - Tambillo - Tolita de los Ruanos - Limones - La Tolita Pampa de Oro - La Tola - Borbón	6:00 12:30	10:00 16:00	\$ 5,00
6	San Lorenzo - Puerto Palma	San Lorenzo - Pichangal - Puerto Palma	6:00 8:00 10:00 13:00 15:00 17:00	9:00 11:00 13:00 16:00 17:00 17:45	\$ 12,00

Nota. Esta tabla indica los precios de acuerdo a turnos y frecuencias.

Fuente: Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón, que responden a frecuencias y turnos establecidos por la Capitanía de Puerto de San Lorenzo.

Elaborado por: De León (2024)

En aquellos casos en los que de manera paralela a los turnos se presente la demanda de servicio para uso exclusivo de turistas y visitantes, los mismos recorridos antes descritos se manejan con la modalidad de pago global en función al número de pasajeros, conforme al siguiente detalle:

4.2.3 Recorrido contratado para actividades turísticas

Tabla 6 Recorrido contratado para actividades turísticas

Precios	RUTAS			
	SL-Limones	SL- Palmarreal	SL-Pampanal	SL-Puerto Palma
Grupos de 1-10 Pasajeros	80	80	80	96
Grupos de 12-16 Pasajeros	90	90	90	96
Grupos de 18 a 20 Pasajeros	95	95	95	100
Grupos de 20 a 25 Pasajeros	100	100	100	110

Nota. Esta tabla indica el recorrido contratado para actividades turísticas.

Fuente: Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón

Elaborado por: De León (2024)

Las tablas de precios descritas, han sido establecidas en función de los siguientes costos; combustible, lubricantes, mantenimiento y reparaciones, zarpes, otros gastos de operación, gasto de Personal, y costos administrativos;

siendo importante precisar que en el rubro correspondiente gastos de personal se contempla; gerente de operaciones, motorista, proero, control de Combustible y guardianía; además de indicar que, el rubro correspondiente al zarpe se caracteriza por registrar dos tarifas diferenciadas, la primera de \$ 2,40 USD de lunes a viernes y la segunda de \$ 5,00 USD aplicable para los días sábados y domingos.

Tabla 7 *Mantenimiento y reparaciones*

DETALLE	Mantenimiento y reparaciones			
	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNITARIO	VALOR RECORRIDO
SL-Limonos	GLOBAL	1	5,00	5,00
SL- Palmarreal	GLOBAL	1	5,00	5,00
SL-Pampanal	GLOBAL	1	5,00	5,00
SL-Puerto Palma	GLOBAL	1	10,00	10,00

Nota. Esta tabla indica el presupuesto de mantenimiento y reparaciones.

Fuente. Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón

Elaborado por. De León (2024)

Tabla 8 *Presupuesto combustible*

DETALLE	Combustible				
	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	Frec. Dia	VALOR RECORRIDO
SL-Limonos	GALONES	16	2,50	1	40,00
SL- Palmarreal	GALONES	16	2,50	1	40,00
SL-Pampanal	GALONES	16	2,50	1	40,00
SL-Puerto Palma	GALONES	20	2,50	1	50,00

Nota. Esta tabla indica el presupuesto para combustible.

Fuente. Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón

Tabla 9 *Zarpes*

DETALLE	Zarpes				
	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	Lun-vier.	Sab./dom.	VALOR RECORRIDO
SL-Limonos	Zarpes	1	2,40	5,00	2,40
SL- Palmarreal	Zarpes	1	2,40	5,00	2,40
SL-Pampanal	Zarpes	1	2,40	5,00	2,40
SL-Puerto Palma	Zarpes	1	2,40	5,00	2,40

Nota. Esta tabla indica el precio de los zarpes.

Fuente. Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón
Elaborado por: De León (2024)

Tabla 10 Resumen de costos

DETALLE	Combustible	Lubricantes	Mantenimiento y reparaciones	Zarpes	Otros gastos de operación	Personal	Costos Administrativos	TOTAL
SL-Limonos	40,00	0	5,00	2,4	5	15	5,00	72
SL-Palmarreal	40,00	0	5,00	2,4	5	15	5,00	72
SL-Pampanal	40,00	0	5,00	2,4	5	15	5,00	72
SL-Puerto Palma	50,00	0	10,00	2,4	5	15	5,00	87

Nota. Esta tabla indica el resumen de costos

Fuente. Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón
Elaborado por: De León (2024)

La Cooperativa San Lorenzo del Pailón cuenta con suficientes embarcaciones y un personal con experiencia probada, para poner a disposición de la demanda turística de aquellos que deseen disfrutar de una diversidad de atracciones dignas de ser visitadas, en los diferentes campos, tales como: medicinales, investigación, recreación, deporte, etc. Es así que se ha procedido a determinar las siguientes rutas:

- Ruta de los pájaros, incluye parada en la playa de Cauchal
- Ruta de las Cascadas
- Ruta Arqueológica; recorrido Tolita Pampa de Oro y la Tola
- Ruta de los Manglares
- Ruta de los cangrejos; cacahual, El Capricho y Borbón

La modalidad de fijación de la tarifa de transporte se establece de acuerdo al análisis de los costos operativos, distancia de los recorridos, además de considerar como factor determinante la cantidad de pasajeros que conforman los grupos de visitantes a ser transportados hacia las diferentes rutas.

Tabla 11 *Rutas de turismo*

Descripción	RUTAS				
	San Lorenzo - La Tola (Ruta Arqueológica)	San Lorenzo - Borbón (Ruta de los cangrejos)	San Lorenzo - Campanita (Ruta de los Manglares)	San Lorenzo San Antonio (Ruta de las Cascadas)	San Lorenzo Las Malvinas (Ruta de los pájaros)
Grupos de 1-10 Pasajeros	\$ 96,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Grupos de 12-16 Pasajeros	\$ 96,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Grupos de 18 a 20 Pasajeros	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00
Grupos de 20 a 25 Pasajeros	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00

Nota. Esta tabla indica las rutas de turismo de la cooperativa.

Fuente: Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón.

Elaborado por: De León (2024)

Tabla 12 *Ingresos por rutas*

Descripción	RUTAS				
	San Lorenzo - La Tola	San Lorenzo - Borbón	San Lorenzo - Campanita	San Lorenzo San Antonio	San Lorenzo Las Malvinas
Grupos de 1-10 Pasajeros	\$ 96,00	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Grupos de 12-16 Pasajeros	\$ 96,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Grupos de 18 a 20 Pasajeros	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00
Grupos de 20 a 25 Pasajeros	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00

Nota. Esta tabla indica los ingresos por rutas.

Fuente. Registros diarios de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón

Elaborado por: De León (2024)

4.3 Plan de financiamiento de la cooperativa

Los miembros de la Cooperativa San Lorenzo del Pailón, tienen como expectativa central, que, una vez concluido el Plan Estratégico, objeto de la presente investigación, este documento se convierta en una hoja de ruta de vital importancia al proveerles de insumos tales como: Estrategias de Marketing y el Plan de Negocio.

Partiendo de la premisa de que con el primero se enfocan en mejorar su imagen comercial y digital, que les permita posicionar de mejor manera su rol en el transporte turístico local, mientras que con el segundo se piensa reforzar su solicitud de financiamiento a ser presentada por parte de su institución ante la Banca Pública con el objetivo de oxigenarse de suficientes recursos económicos para modernizar sus embarcaciones, dentro de un plazo no mayor a cinco años, con una tasa preferencial bajo la modalidad de crédito productivo, en concordancia a lo dispuesto en el Reglamento General de aplicación de la Ley Orgánica para el fortalecimiento de las actividades turísticas y fomento del empleo Expedido mediante Decreto No. 333 por Daniel Noboa Azín Presidente de la República del Ecuador publicado el 13 de julio de 2024 en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No, 600.

4.4 Aprobación del reglamento de la ley de fortalecimiento de las actividades turísticas

El presidente de la República, Daniel Noboa Azín, firmó el Decreto Ejecutivo N° 333, que aprueba el reglamento general para la aplicación de la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo. Esta ley, previamente aprobada por la Asamblea Nacional, busca impulsar la competitividad y la promoción del sector turístico en el país, además de brindar alivio financiero a los operadores turísticos afectados por diversas situaciones.

El reglamento aprobado establece disposiciones específicas para la implementación de la ley, incluyendo la coordinación entre el Ministerio de Turismo y las instituciones públicas y privadas del Sistema Financiero Nacional

para otorgar créditos con tasas y plazos preferenciales al sector turístico. Asimismo, se implementarán condiciones de refinanciamiento más favorables para las operaciones existentes del sector.

Entre otras disposiciones importantes del reglamento, se destacan:

Promoción y Desarrollo Turístico: La creación del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador, financiado con las tasas Eco delta y Potencia Turística, para apoyar programas y proyectos de promoción y competitividad turística.

Facilidades de Pago: Los prestadores de servicios turísticos que tengan obligaciones tributarias pendientes con el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) podrán acceder a facilidades de pago de hasta 24 meses.

Competitividad Aérea: Reducción progresiva del recargo al combustible aéreo hasta llegar a 0%, con el objetivo de mejorar las condiciones operativas para las aerolíneas y reducir los costos de viaje.

Turismo Comunitario: Fomento y promoción del turismo comunitario a través de estrategias coordinadas por el Ministerio de Turismo.

Empleo en el Sector Turístico: Coordinación con los entes rectores de Trabajo y Educación Superior para la elaboración e implementación de planes y programas que mejoren la empleabilidad y profesionalización en el sector turístico.

El ministro de Turismo, (Olsen, 2024) Niels Olsen, destacó la importancia de este avance reglamentario: “Con la aprobación del reglamento, damos un paso crucial para la implementación efectiva de la Ley de Fortalecimiento de las Actividades Turísticas. Esto permitirá no solo la reactivación económica del sector, sino también la consolidación del turismo como una de las principales fuentes de ingresos no petroleros del país”.

Con la promulgación de este reglamento, se espera que el sector turístico ecuatoriano cuente con un marco normativo claro y favorable que incentive la

inversión, el desarrollo sostenible y la competitividad a nivel nacional e internacional. (Ministerio de Turismo, 2024)

CONCLUSIONES

Reactivación Necesaria:

La pandemia y otros factores externos han afectado significativamente el turismo marítimo. La reactivación es crucial para restaurar la viabilidad económica y asegurar el empleo dentro de la cooperativa.

Oportunidades de Crecimiento:

Existen oportunidades para aprovechar las nuevas tendencias de viajes, como el ecoturismo y los viajes de aventura. El plan estratégico permitirá a la cooperativa aprovechar estas oportunidades adaptándose a las necesidades del mercado.

Optimización de Recursos:

La cooperativa debe mejorar la eficiencia operativa para reducir costos y maximizar la rentabilidad. Esto incluye la optimización de las rutas, horarios y el mantenimiento de la flota.

Fortalecimiento de la Infraestructura:

Es esencial actualizar y mantener la infraestructura necesaria para el turismo marítimo, incluyendo las embarcaciones y los servicios a bordo.

5.1 Conclusiones en base al objetivo específico 1

Estado de las embarcaciones y la Infraestructura:

Condiciones de las embarcaciones: Las embarcaciones pueden estar desactualizadas o necesitar reparaciones, lo que impacta en la eficiencia y seguridad operativa.

Infraestructura: La infraestructura de embarque y desembarque podría requerir modernización para mejorar la experiencia del usuario y cumplir con los estándares actuales.

Eficiencia Operativa:

Rutas y Horarios: La planificación de rutas y horarios puede no estar optimizada, afectando la satisfacción del cliente y la rentabilidad.

Mantenimiento: La falta de un plan de mantenimiento preventivo puede llevar a costos inesperados y a la disminución de la vida útil de las embarcaciones.

Aspectos Financieros:

Rentabilidad: La cooperativa podría enfrentar desafíos financieros, con posibles desequilibrios entre ingresos y gastos.

Costos Operativos: Los costos operativos, incluyendo el combustible y el personal, pueden ser elevados y no estar bien controlados.

Demanda y Mercado:

Tendencias de Demanda: Puede haber una disminución en la demanda debido a cambios en el mercado o en las preferencias de los clientes.

Competencia: La cooperativa enfrenta una competencia creciente que podría estar ofreciendo servicios más modernos o mejores precios.

La región de San Lorenzo y sus alrededores ofrecen una belleza natural impresionante, que incluye la cercanía al Parque Nacional Cayapas-Mataje, playas en la zona costera y la biodiversidad de la región del Chocó. Estas características pueden convertirse en atractivos turísticos si se aprovechan adecuadamente.

Turismo ecológico y cultural: Una cooperativa de transporte fluvial podría facilitar el acceso a destinos turísticos de ecoturismo, rutas en la selva, avistamiento de fauna y visitas a comunidades indígenas, lo que atraerá turistas tanto nacionales como internacionales. Esto generaría ingresos no solo para la cooperativa, sino para los negocios y servicios relacionados con el turismo en la región.

Promoción de la cultura local: El turismo cultural también podría crecer si la cooperativa promueve la riqueza cultural y étnica de la zona, incluidas las tradiciones afroecuatorianas y de las comunidades indígenas.

La ubicación estratégica de San Lorenzo, cerca de la frontera con Colombia, hace que una cooperativa de transporte fluvial también pueda desempeñar un papel fundamental en la integración regional y el comercio transfronterizo.

Facilitación del comercio transfronterizo: El transporte fluvial puede convertirse en un puente económico entre Ecuador y Colombia, facilitando el intercambio de productos y servicios, especialmente para las comunidades locales que dependen de esta relación comercial.

Fomento de la cooperación y seguridad: Una cooperativa puede colaborar con otras entidades gubernamentales o privadas para promover un comercio fronterizo seguro y ordenado, lo que podría mejorar la seguridad en la región y fortalecer las relaciones entre ambos países.

Una cooperativa de transporte fluvial en San Lorenzo, Esmeraldas, no solo ofrece ventajas económicas y logísticas, sino que también tiene el potencial de ser un motor de desarrollo social, cultural y ambiental para la región. Mediante la mejora de la conectividad, la creación de empleos, el fomento del turismo y la

sostenibilidad, una cooperativa bien gestionada podría transformar la economía local y contribuir a la estabilidad y el crecimiento de la región. Sin embargo, para que estos beneficios se materialicen, es crucial que la cooperativa esté respaldada por una buena planificación, inversiones en infraestructura adecuada y un enfoque en la gestión sostenible y responsable de los recursos naturales.

5.2 Conclusión en base al objetivo específico 2

Desarrollar estrategias mejoradas e innovadoras para la cooperativa de transporte fluvial de pasajeros y carga SAN LORENZO DEL PAILON es esencial para garantizar su competitividad y sostenibilidad a largo plazo. En una industria que enfrenta rápidos cambios en tecnología, demandas del mercado y preferencias de los clientes, las cooperativas deben adoptar un enfoque innovador centrado en la mejora continua. La implementación de una estrategia bien diseñada puede conducir a una mayor eficiencia operativa, una mejor experiencia de usuario y una posición más sólida en el mercado.

El sector del transporte fluvial, tanto de pasajeros como de carga, enfrenta una serie de desafíos y oportunidades que requieren que las cooperativas adopten estrategias innovadoras y mejoradas. La cooperativa San Lorenzo del Pailón, para mantener su competitividad y garantizar su sostenibilidad a largo plazo, debe centrarse en un enfoque innovador y en la mejora continua. En un entorno en constante cambio, donde la tecnología avanza rápidamente y las preferencias de los clientes evolucionan, es fundamental desarrollar e implementar una estrategia bien diseñada que optimice su funcionamiento y fortalezca su posición en el mercado.

La Necesidad de Innovación en un Entorno Cambiante

El transporte fluvial se enfrenta a desafíos significativos, como la competencia creciente de otros modos de transporte, la presión por cumplir con normativas ambientales y la necesidad de adaptarse a las expectativas cambiantes de los consumidores. Los clientes de hoy no solo buscan servicios

de transporte eficientes, sino también experiencias que agreguen valor, como la comodidad, la transparencia y la atención a la cliente personalizada.

En este contexto, la innovación se convierte en una necesidad imperiosa. San Lorenzo del Pailón debe evaluar y reconfigurar sus operaciones, incorporando nuevas tecnologías y enfoques que respondan a las demandas del mercado. Esto puede incluir desde la digitalización de procesos hasta la adopción de embarcaciones más sostenibles y eficientes.

Estrategias para Mejorar la Eficiencia Operativa

Una de las áreas clave en las que la cooperativa puede implementar estrategias innovadoras es en la mejora de la eficiencia operativa. Esto puede lograrse mediante:

Automatización de Procesos: La integración de tecnologías que automatizan la gestión de reservas, la programación de rutas y el seguimiento de embarcaciones puede reducir significativamente los errores humanos y optimizar el uso de recursos. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también libera al personal para enfocarse en tareas de mayor valor.

Optimización de Rutas: Utilizar herramientas de análisis de datos y algoritmos para determinar las rutas más eficientes puede resultar en un uso más efectivo del tiempo y los recursos. La optimización de rutas no solo reduce costos, sino que también mejora la puntualidad y la satisfacción del cliente.

Capacitación y Desarrollo del Personal: Invertir en la formación continua del personal asegura que los empleados estén actualizados en las mejores prácticas y tecnologías del sector. Un equipo bien capacitado puede ofrecer un servicio al cliente superior y contribuir a una cultura de innovación dentro de la cooperativa.

Mejorando la Experiencia del Usuario

La experiencia del usuario es un factor determinante en la satisfacción del cliente y la fidelización. Para San Lorenzo del Pailón, esto implica:

Personalización de Servicios: La implementación de sistemas que recojan y analicen datos de clientes puede permitir a la cooperativa ofrecer servicios personalizados que se ajusten a las preferencias individuales. Desde opciones de catering a bordo hasta actividades recreativas durante el viaje, la personalización puede diferenciar a la cooperativa de sus competidores.

Facilitación de Reservas y Pagos: La creación de plataformas digitales amigables que permitan a los usuarios reservar y pagar por sus servicios de manera rápida y sencilla es esencial. Estas plataformas deben ser accesibles desde dispositivos móviles y ofrecer opciones de pago variadas para maximizar la comodidad del cliente.

Comunicación Transparente: Mantener a los clientes informados sobre horarios, cambios en las rutas o condiciones climáticas a través de aplicaciones móviles o plataformas en línea es fundamental para construir una relación de confianza. La comunicación proactiva puede minimizar la frustración del cliente y mejorar su experiencia general.

Posicionamiento en el Mercado

Para asegurar una posición sólida en el mercado, San Lorenzo del Pailón debe considerar:

Alianzas Estratégicas: Colaborar con otras empresas del sector, como operadores turísticos y agencias de viajes, puede abrir nuevas oportunidades de negocio y mejorar la visibilidad de la cooperativa. Estas alianzas pueden ofrecer paquetes atractivos que integren el transporte fluvial con otras experiencias turísticas.

Enfoque en la Sostenibilidad: La adopción de prácticas sostenibles y el uso de embarcaciones ecológicas no solo responden a las expectativas del mercado, sino que también pueden convertirse en un punto de venta clave. Promover un compromiso con la sostenibilidad puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

Innovación Continua: Establecer un proceso de innovación continua, donde se evalúen regularmente las operaciones y se busquen mejoras, es crucial. Esto puede incluir la investigación sobre nuevas tecnologías, la participación en ferias del sector y la recopilación de feedback de clientes para identificar áreas de mejora.

5.3 Conclusión en base al objetivo específico 3

Evaluar los costos y beneficios asociados al mejoramiento y reactivación de una cooperativa de transporte fluvial y marítimo de pasajeros y carga es esencial para tomar decisiones informadas y garantizar la sostenibilidad y rentabilidad de la cooperativa.

Costos Iniciales Significativos:

Inversión en Infraestructura: La modernización de las embarcaciones y la infraestructura requiere una inversión significativa. Esto incluye la renovación de las instalaciones de embarque y desembarque, y la implementación de tecnologías avanzadas.

Las embarcaciones son el corazón del transporte fluvial, y su renovación y modernización son claves para garantizar que este sector sea eficiente y competitivo. Las embarcaciones tradicionales pueden ser menos eficientes en términos de consumo de combustible, emisión de gases contaminantes, seguridad y velocidad de operación. Para mejorar estos aspectos, es fundamental invertir en embarcaciones más modernas y tecnológicamente avanzadas.

Las embarcaciones modernas están diseñadas para ser más eficientes en el uso de combustible, lo que reduce los costos operativos y la huella de carbono de las flotas. Esto se logra a través de mejoras en el diseño de los cascos, la incorporación de motores más eficientes y el uso de tecnologías como la propulsión híbrida o incluso la energía solar o eólica en algunos casos. Esta modernización puede significar una reducción de costos a largo plazo, ya que el consumo de combustible es uno de los gastos operativos más altos en las embarcaciones.

Por ejemplo, las embarcaciones equipadas con sistemas de propulsión híbridos o sistemas de optimización de combustión pueden reducir hasta un 20-30% en los costos de combustible, lo cual es un ahorro significativo para las empresas de transporte fluvial.

La infraestructura de carga y descarga, como los puertos, embarcaderos y terminales fluviales, debe ser moderna y eficiente para complementar las mejoras en las embarcaciones. En muchos casos, la infraestructura fluvial en los países en desarrollo es obsoleta, lo que dificulta una operación ágil y económica. Invertir en la modernización de esta infraestructura es esencial para optimizar el flujo de mercancías y personas, reducir tiempos de espera, mejorar la competitividad y aumentar la seguridad.

RECOMENDACIONES

Desarrollo de una Propuesta de Valor Única:

- Definir y promover experiencias diferenciadas: Ofrecer rutas temáticas, servicios personalizados y actividades exclusivas que resalten el valor único de la cooperativa.
- Implementar prácticas sostenibles: Promover el turismo responsable mediante la adopción de tecnologías limpias y la reducción de la huella de carbono.

Innovación en la Oferta Turística:

- Crear paquetes turísticos atractivos: Desarrollar paquetes que combinen transporte fluvial con otras actividades turísticas locales, como visitas a parques naturales, sitios históricos o eventos culturales.
- Incluir opciones de ecoturismo: Aprovechar el entorno natural para ofrecer experiencias de ecoturismo que atraigan a un público interesado en la naturaleza y la conservación.

Mejora de la Infraestructura y el Servicio:

- Actualizar la flota: Invertir en la modernización de las embarcaciones para mejorar la comodidad, seguridad y eficiencia energética.
- Optimizar las rutas y horarios: Ajustar las rutas y los horarios de los servicios para adaptarse mejor a la demanda estacional y a las preferencias de los turistas.

6.1 Recomendaciones en base al objetivo específico 1

Modernización de las embarcaciones y la Infraestructura:

Invertir en Renovaciones: Actualizar o reemplazar embarcaciones obsoletas para mejorar la eficiencia y seguridad. Modernizar las instalaciones de embarque y desembarque para ofrecer una mejor experiencia al cliente.

Implementar Mantenimiento Preventivo: Desarrollar e implementar un plan de mantenimiento preventivo para minimizar problemas y costos inesperados.

Optimización de Operaciones:

Revisar Rutas y Horarios: Analizar y ajustar las rutas y horarios para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Considerar la implementación de tecnologías para la planificación y gestión de rutas.

Control de Costos: Revisar los costos operativos, como el combustible y los salarios, e identificar oportunidades para reducir gastos sin comprometer la calidad del servicio.

Fortalecimiento Financiero:

Revisión Financiera: Realizar un análisis financiero detallado para identificar áreas de pérdida y oportunidades de ingresos adicionales. Establecer un presupuesto y una estrategia de control de costos.

Buscar Nuevas Fuentes de Ingreso: Explorar oportunidades para diversificar las fuentes de ingresos, como la oferta de servicios adicionales o la colaboración con otras empresas turísticas.

Adaptación a la Demanda y Competencia:

Estudio de Mercado: Realizar un estudio de mercado para entender mejor las tendencias actuales y las preferencias de los clientes. Ajustar los servicios ofrecidos en función de estos hallazgos.

Analizar Competencia: Evaluar las estrategias de la competencia y buscar formas de diferenciarse, ya sea mediante la innovación en el servicio o la mejora en la relación calidad-precio.

6.2 Recomendación en base al objetivo específico 2

Para mejorar e innovar la cooperativa de transporte fluvial y marítimo, es fundamental adoptar un enfoque estratégico que abarque la implementación de tecnologías avanzadas, la optimización operativa, el desarrollo de nuevos servicios, la sostenibilidad y el fortalecimiento de la experiencia del cliente. Con estas estrategias, la cooperativa podrá no solo mantenerse competitiva en un mercado en evolución, sino también liderar en términos de eficiencia y satisfacción del cliente.

El sector del transporte fluvial y marítimo está en constante evolución, y los consumidores están cada vez más interesados en servicios personalizados y soluciones integradas. Las cooperativas deben innovar no solo en sus procesos operativos, sino también en su oferta de servicios para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado.

Cambios en la Demanda del Consumidor

Los consumidores de hoy están más informados y son más exigentes. Buscan no solo la eficiencia y la rapidez en el transporte de sus mercancías, sino también servicios personalizados que se ajusten a sus necesidades específicas. Esta tendencia hacia la personalización ha llevado a las empresas a repensar sus ofertas. Los consumidores esperan soluciones integradas que no solo incluyan el transporte, sino también servicios adicionales como la logística, el almacenamiento y la gestión de la cadena de suministro. Esta necesidad de un enfoque holístico representa un desafío, pero también una oportunidad para las cooperativas en el sector.

Innovación en Procesos Operativos

Para adaptarse a estas demandas, las cooperativas deben innovar no solo en sus procesos operativos, sino también en su oferta de servicios. La

adopción de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial, el Big Data y el Internet de las Cosas (IoT) puede mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones. Por ejemplo, el uso de sistemas de seguimiento en tiempo real permite a las cooperativas ofrecer información actualizada a sus clientes, mejorando la transparencia y la confianza.

Además, la automatización de procesos puede reducir costos y minimizar errores, lo que a su vez puede permitir a las cooperativas ofrecer precios más competitivos sin sacrificar la calidad del servicio. Sin embargo, esta transformación digital requiere una inversión significativa en infraestructura y capacitación del personal, lo que puede ser un reto para algunas cooperativas.

Desarrollo de Servicios Personalizados

Las cooperativas también deben centrarse en el desarrollo de servicios personalizados que respondan a las necesidades específicas de los clientes. Esto puede incluir desde opciones de envío más flexibles hasta soluciones logísticas adaptadas a sectores particulares como la agricultura, la pesca o el comercio electrónico. La segmentación del mercado y el análisis de datos pueden ayudar a identificar oportunidades para desarrollar estos servicios personalizados.

Por ejemplo, una cooperativa podría ofrecer un servicio de transporte que priorice la sostenibilidad, utilizando embarcaciones de bajo consumo energético o tecnologías que reduzcan las emisiones. Este tipo de oferta no solo atrae a consumidores conscientes del medio ambiente, sino que también puede cumplir con regulaciones gubernamentales cada vez más estrictas en materia de sostenibilidad.

Colaboración y Alianzas Estratégicas

Para innovar eficazmente, las cooperativas también pueden considerar la formación de alianzas estratégicas con otras empresas del sector o con proveedores de tecnología. Estas colaboraciones pueden permitir el acceso a recursos y conocimientos que, de otro modo, serían difíciles de conseguir. Además, la creación de redes de colaboración puede facilitar el intercambio de

información y mejores prácticas, potenciando así la innovación y la competitividad.

Un área de gran potencial es la ampliación de servicios intermodales, donde se combinen el transporte fluvial o marítimo con el terrestre para ofrecer soluciones de transporte puerta a puerta más eficientes. Además, las cooperativas pueden explorar la posibilidad de ofrecer servicios de carga más especializados, como el transporte de mercancías refrigeradas o de productos de alto valor agregado, lo que diversifica su oferta y abre nuevas oportunidades comerciales.

El desarrollo de plataformas digitales para la gestión de reservas, seguimiento en tiempo real de las mercancías y pago en línea también puede mejorar la competitividad de la cooperativa, haciéndola más atractiva para los clientes, especialmente los más jóvenes y tecnológicos.

Para que una cooperativa de transporte fluvial y marítimo no solo sobreviva, sino que prospere en un mercado global competitivo, es necesario adoptar un enfoque estratégico multifacético. La implementación de tecnologías avanzadas, la optimización operativa, la innovación en la oferta de servicios, la sostenibilidad y el fortalecimiento de la experiencia del cliente son elementos clave que permitirán a la cooperativa mantenerse competitiva y líder en su sector.

Al adoptar estas estrategias, la cooperativa no solo logrará mejorar la eficiencia y reducir costos, sino que también ofrecerá un valor superior a sus clientes, impulsando la satisfacción y fidelización. En última instancia, la innovación y la mejora continua se convertirán en los pilares sobre los cuales la cooperativa podrá construir un futuro sólido y exitoso, asegurando su liderazgo en el transporte fluvial y marítimo.

La adopción de estrategias innovadoras por parte de cooperativas en el sector del transporte fluvial y marítimo es crucial para su evolución y éxito a largo plazo. En un entorno caracterizado por la competencia creciente y las expectativas cambiantes de los clientes, la implementación de tecnologías avanzadas y procesos eficientes no solo mejora la operatividad de la

cooperativa, sino que también crea un valor añadido significativo para sus clientes. Este enfoque integral no solo impulsa la satisfacción y la fidelización del cliente, sino que también sienta las bases para un futuro sólido y sostenible.

Mejora de la Eficiencia y Reducción de Costos

Una de las principales ventajas de adoptar estrategias innovadoras es la mejora en la eficiencia operativa. La implementación de tecnologías como la automatización y el análisis de datos permite a las cooperativas optimizar sus operaciones. Por ejemplo, la automatización de procesos logísticos reduce los tiempos de espera y mejora la precisión en el manejo de la carga, lo que se traduce en menos errores y menores costos operativos.

Además, el uso de herramientas de gestión de la cadena de suministro, que analizan en tiempo real el flujo de mercancías, permite a las cooperativas anticiparse a problemas potenciales, como retrasos o congestiones en los puertos. Esta capacidad de respuesta no solo mejora la eficiencia, sino que también permite a la cooperativa ofrecer un servicio más confiable y predecible a sus clientes.

Valor Superior para los Clientes

Al mejorar la eficiencia y reducir costos, las cooperativas pueden trasladar esos beneficios a sus clientes, ofreciendo precios más competitivos sin comprometer la calidad del servicio. Sin embargo, el valor no se mide únicamente en términos de precio. La personalización de los servicios, basada en un profundo entendimiento de las necesidades del cliente, es un aspecto fundamental para ofrecer un valor superior.

Las cooperativas pueden utilizar datos de clientes para adaptar sus servicios a las demandas específicas de diferentes sectores, ofreciendo soluciones únicas que no solo satisfacen, sino que superan las expectativas. Por ejemplo, una cooperativa podría diseñar un servicio de transporte especializado para productos perecederos que garantice condiciones óptimas de almacenamiento y transporte, lo que resulta en una experiencia de cliente mejorada.

Impulso a la Satisfacción y Fidelización del Cliente

La satisfacción del cliente es un factor determinante en la fidelización. Cuando las cooperativas son capaces de ofrecer un servicio personalizado, eficiente y confiable, no solo generan satisfacción, sino que también construyen una relación de confianza con sus clientes. Esta relación se traduce en lealtad, lo que es esencial en un sector donde la competencia es intensa.

La fidelización de clientes no solo se traduce en ventas recurrentes, sino que también genera un efecto positivo en la reputación de la cooperativa. Un cliente satisfecho es más propenso a recomendar los servicios de la cooperativa a otros, lo que puede abrir nuevas oportunidades de negocio. En un mundo donde el boca a boca y las reseñas en línea son influyentes, la satisfacción del cliente puede convertirse en una ventaja competitiva crucial.

Innovación y Mejora Continua como Pilares Fundamentales

La innovación no es un evento aislado, sino un proceso continuo. Para que las cooperativas se mantengan relevantes y competitivas, deben adoptar una cultura de mejora continua que fomente la adaptación y la evolución constante. Esto implica no solo la adopción de nuevas tecnologías, sino también la formación y capacitación continua del personal para garantizar que todos estén alineados con la visión innovadora de la cooperativa.

Las cooperativas deben estar dispuestas a escuchar a sus clientes y aprender de sus experiencias para seguir mejorando sus ofertas. Este enfoque no solo ayuda a anticipar cambios en las necesidades del mercado, sino que también posiciona a la cooperativa como un líder de pensamiento en la industria, creando una identidad de marca fuerte y confiable.

6.3 Recomendación en base al objetivo específico 3

Planificación Financiera y Presupuestaria:

Desarrollar un Plan Financiero Detallado: Elaborar un plan financiero que detalle los costos iniciales, las fuentes de financiación y el retorno esperado de la inversión. Incluir análisis de flujo de caja y escenarios de costos-beneficios.

Explorar Opciones de Financiación: Considerar diversas opciones de financiación, como préstamos, subvenciones o inversores, para cubrir los costos iniciales sin comprometer la estabilidad financiera de la cooperativa.

Son acciones que deben corresponderse con el desarrollo de los objetivos específicos abordado en las conclusiones y enfocadas a la posible solución de la problemática que motivó el estudio.

Pueden referirse a situaciones que la investigación no realizó o no resolvió debido al alcance planteado.

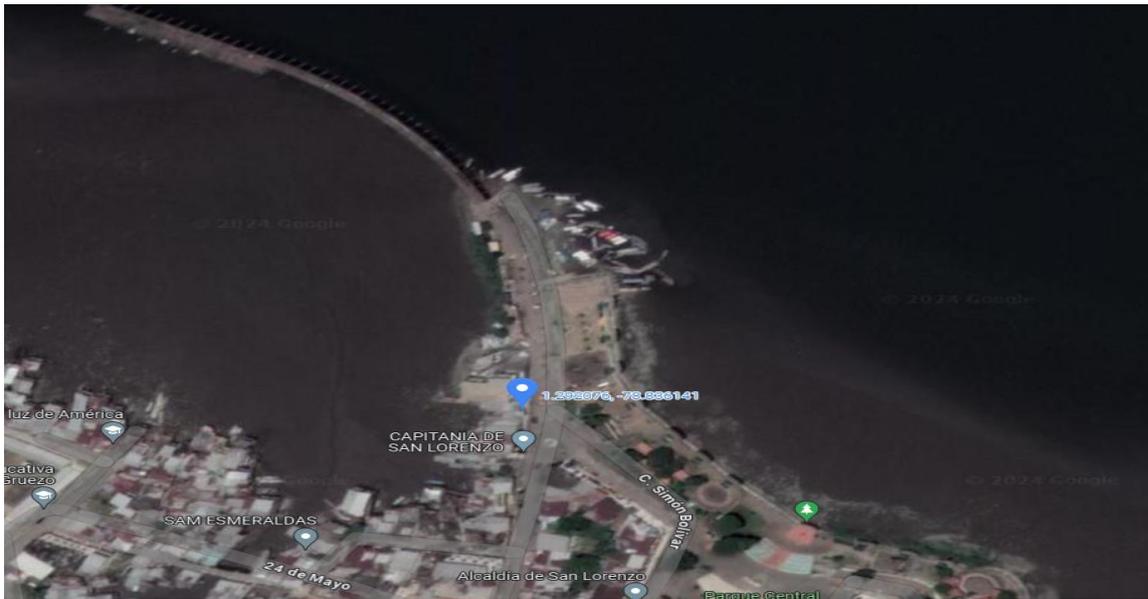
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (s.f.). Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/gestion-estrategica/>
- Alonso, M. (18 de noviembre de 2023). *asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- Balle, J. A. (2023). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SOSTENIBLE: PROPUESTA PARA UN PLAN*. Manta.
- Barrera Sotelo, J. G. (2023). *Estrategia para reactivar el transporte fluvial en el río Meta y articular el transporte multimodal en el oriente colombiano*.
- Carrillo Rosero, D. A., & Zambrano Muñoz, R. C. (2023). *Plan estratégico para el desarrollo turístico de la parroquia San José de Chamanga del cantón Muisne perteneciente a la provincia de Esmeraldas*.
- Cortez Valencia, E. L. (2019). *Plan estratégico de marketing turístico para la ciudad de Esmeraldas provincia de Esmeraldas*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Discover. (12 de marzo de 2023). Obtenido de <https://www.dhl.com/discover/es-es/asesoramiento-logistico/asesoramiento-exportacion-importacion/que-es-logistica#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20se%20refiere%20al,y%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20riesgos>.
- Encarnación Castro, D. J., & Rodríguez Santacruz, R. R. (2015). *Estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en el sector El Guadual, parroquia Alto-Tambo, cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas*.
- Jijon. (19 de mayo de 2018). El origen del nombre de San Lorenzo del Pailón. *El comercio*, pág. 156. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/cultura/origen-nombre-sanlorenzo-pailon-historia.html>
- Jijon, J., & Caamaño. (s.f.). *El comercio*.
- Ministerio de Transporte y Obras Publicas. (s.f.). Obtenido de https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/LOTAIP2015_Resolucion-Nro.-SPTMF-501-11.pdf
- Ministerio de Turismo. (13 de julio de 2024). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/aprobacion-del-reglamento-de-la-ley-de-fortalecimiento-de-las-actividades-turisticas/>
- Moreno Flores, R., & Larrea, M. F. (2020). *Plan de marketing para la reactivación de paseos fluviales por el río Babahoyo en el cantón Samborondón*. ESPOL. FCSH.
- Navarrete Chóez, E. D. (2021). *Plan estratégico que fomente la reactivación turística en Manabí*. Calceta: ESPAM MFL.

- Olsen, N. (s.f.). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/aprobacion-del-reglamento-de-la-ley-de-fortalecimiento-de-las-actividades-turisticas/>
- Olsen, N. (s.f.).
- Olsen, N. (13 de julio de 2024). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/aprobacion-del-reglamento-de-la-ley-de-fortalecimiento-de-las-actividades-turisticas/>
- Pacheco Macias, P. J., & Soriano Idrovo, P. (2020). *Plan estratégico para la reactivación de la operadora turística GuayaDeep Excursiones y comercialización del producto turístico "Belleza Trinitaria"*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. ESPOL. FCSH. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/51730>
- Parrales Bravo, D. H., & Vélez Rivas, Y. J. (2023). *Reactivación turística de la zona rural del cantón Quinindé, provincia de Esmeraldas*.
- Perea Murillo, Y. U., Perea, Y. S., & Albornoz Rivas, Y. (2019). *Cumplimiento de la normatividad fluvial nacional en la ruta que comunica a los municipios de Quibdó – Rio Quito (Chocó) y análisis comparativo con la normatividad de Perú y Brasil*.
- Ramos Álvarez, A., & Núñez Villares, T. L. (2023). *Reactivación económica del sector turístico mediante la aplicación de la tarifa reducida del IVA en la provincia de Pichincha durante el periodo 2022*. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Israel.
- Real Academia Española*. (s.f.). Obtenido de <https://dle.rae.es/fluvial>
- REINOSO, N. G. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR: revista de cultura e turismo*, 81-108.
- Rivero, C. (5 de febrero de 2020). *Derecho virtual*. Obtenido de <https://derechovirtual.org/cooperativa-de-transporte/>
- Sotomayor, W. P., Álvarez, D. G., & Brito, C. H. (2024). Análisis de la "Importancia de la Reactivación Y Resiliencia del Turismo Comunitario en el Ecuador POST COVID 19". *Green World Journal*.
- Tello Quinche, C. M. (2022). *Planeamiento estratégico para la reactivación del turismo en el distrito de Moche – Trujillo, 2021 - 2023*. Distrito de Moche. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/91183>
- Velásquez Catagua, A. R. (2023). *Plan estratégico para la reactivación turística de los cantones Sucre-San Vicente de la provincia Manabí, Ecuador*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/4151>

ANEXOS

Figura 1. Ubicación de la Cooperativa



Tomado de: (Google maps, s.f.)

Figura 2. Árbol de problemas

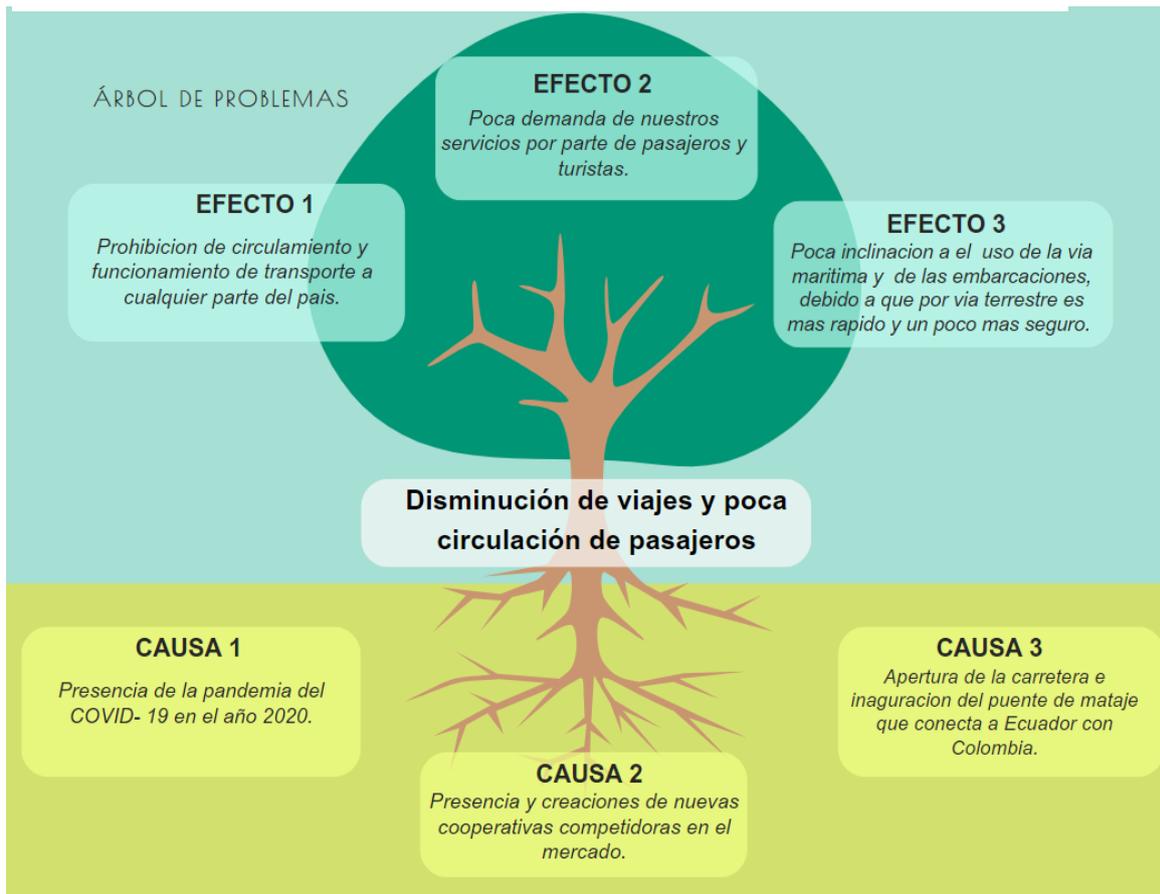


Figura 3. Embarcación de la cooperativa



Figura 4. Muelle de San Lorenzo



Figura 5. Exterior de la cooperativa



Figura 6. Interior de la cooperativa



Figura 7. Muelle de San Lorenzo



Figura 8. Embarcaciones con pasajeros



Figura 9. Pueblo de Pampanal



Figura 10. Zarpe

7/7/2019

Solicitud de Zarpe y Rol de Tripulación

Ministerio de Fomento

Documento No. CAPLOR-DZAN-1327212-2019

ARMADA DEL ECUADOR
DIRECCION NACIONAL DE LOS ESPACIOS ACUATICOS
CAPITANIA DEL PUERTO
DE SAN LORENZO

**SOLICITUD DE ZARPE/ARRIBO Y ROL DE TRIPULACION
EMBARCACIONES DE BANDERA ECUATORIANA MENORES DE 10TRB**

FECHA DE EMISION: Mes/Día: 07-17 Año: 2019 VALIDO DESDE: 17-07-2019 07:00:00 Dia/Mes/Año VALIDO HASTA: 18-07-2019 07:00:00 Dia/Mes/Año

NOMBRE DE LA EMBARCACION:	ARMADOR:	MATICULA:	TRB:	CAPACIDAD		
				PAS.	TRIP.	CARGA
AGUILA	COOPERATIVA DE TRANSPORTE FLUVIAL Y MARITIMO DE PASAJEROS Y CARGA SAN LORENZO DEL PAILON	TN-07-01519	2.37			
DESTINO:	MOTOR:	AUTONOMIA:	DIAS:			
CAPLOR / PALMA REAL		1	1			
VALORES PAGADOS (En Dólares): Despacho:		Recepción:	Formato:	TOTAL:		
NOMBRE DE TRIPULACION	CARGO	MATICULA / CEDULA				
BENITEZ ANCHICO TOMAS NARCISO	PESCADOR ARTESANAL	0801789298				

EL SOLICITANTE

EL CAPITAN DE PUERTO

INVIADO Claudio RUIZ Salazar

José COELLO Pérez
TENIENTE DE FRAGATA 3ª

BOLIVAR.
Fecha Emisión: 17-07-2019; Factura: 002-002-000029652; Valor: 1,46 \$

PROTECCION MARITIMA Y MARES LIMPIOS

Nº 07615

http://www.mef.gub.ve.gov/7776/sigmap/mar/ve/reportes/solicitud_zarpe_generar.jsp?id_navegacion=1550528

Figura 11. Entrevista a socia de la cooperativa



Figura 12. Entrevista a socio de la cooperativa.



Figura 13. Entrevista a Gerente de la cooperativa.



Figura 14. Motorista de la cooperativa



Figura 15 Equipos de seguridad y prevención



Figura 16. Pasajeros y guía turístico



Figura 17. Embarcación de la cooperativa



Figura 18. Embarcación de la cooperativa

