



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES
CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE
LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN
SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciado en Turismo

Autor:
Yanez Ibujes Anthony Giovanni

Tutor:
Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

LATACUNGA – ECUADOR

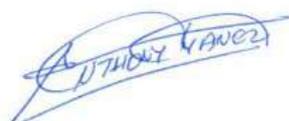
Febrero 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yanez Ibujes Anthony Giovanni, con cédula de ciudadanía No. **0503968976**, declaro ser autor el presente proyecto de investigación: **“Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de Hospedaje del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi”**, siendo el **Licenciado Mgs. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula**, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 13 de febrero del 2023



Anthony Giovanni Yanez Ibujes
Estudiante
CC: 0503968976



Licdo. Manuel Antonio Abarca Z, Mgs.
Docente Tutor
CC: 1103989669

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **YANEZ IBUJES ANTHONY GIOVANNY** identificado con cédula de ciudadanía **0503968976** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL CEDENTE**; y, de otra parte, el Doctor Cristian Fabricio Tinajero Jiménez, en calidad de Rector y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: **Marzo 2019 - Agosto 2019**

Finalización de la carrera: **Octubre 2022 – Marzo 2023**

Aprobación en Consejo Directivo: **30 de noviembre del 2022**

Tutor: **Licenciado Mgs. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula**

Tema: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **EL CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 13 días del mes de febrero del 2023.



Anthony Giovanni Yanez Ibujes
EL CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez, PhD.
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación con el título:

“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de **Yanez Ibujes Anthony Giovanni**, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 13 de febrero del 2023



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mgs.

DOCENTE TUTOR

CC: 1103989669

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, el postulante: Yanez Ibujes Anthony Giovanni, con el título del Proyecto de Investigación: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

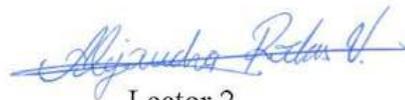
Latacunga, 13 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidente)

Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, M.Sc.

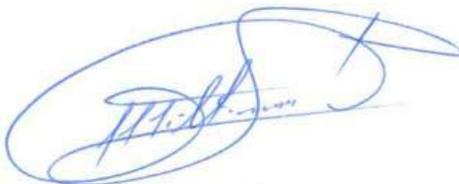
CC: 1719291468



Lector 2

Ing. Daniela Alejandra Rodas Vinueza, M.Sc.

CC: 1722220868



Lector 3

Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs.

CC: 0602636987

AGRADECIMIENTO

En esta tesis agradezco en primera instancia a Dios por brindarme salud, y conocimiento, y al otorgarme una familia maravillosa, quienes en todo momento me han brindado sus palabras de apoyo en todo el transcurso de mis estudios. Agradezco a mi madre quien día con día me demuestra que no hace faltar tener riquezas para demostrar la capacidad que uno puede dar. Agradezco también a dos buenos amigos Angélica y Saúl quienes me han apoyado cuando lo necesité, y se han convertido en parte de mi familia. Finalmente, a la Universidad Técnica de Cotopaxi, y a mis docentes quienes brindaron parte de sus conocimientos y amistad.

Anthony Giovanni Yanez Ibufes

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a mi madre quien siempre aspiró verme triunfar y ser un profesional, y finalmente, pero no menos importante a mi ángel, mi tía Guadalupe, quien de seguro me ve orgullosa desde el cielo.

Anthony Giovanni Yanez Ibutjes

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”.

AUTOR: Yanez Ibufes Anthony Giovanni

RESUMEN

El presente proyecto de titulación está enfocado en el análisis sostenible y competitivo de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos, para lo cual se realizó una investigación de correlación entre dos variables, dirigidas a 7 empresas que aportaron con información para el estudio. Se empleó dos metodologías que permitieron realizar la evaluación mediante entrevistas a los gerentes y dueños PYME, la metodología InnovaRSE Navarra (2020), para el análisis sostenible, y la metodología BID Saavedra García (2012) para competitividad. Por medio de la modalidad cuantitativa, tipo transversal, evidenciando mediante gráficos estadísticos los resultados obtenidos. De manera general las 7 empresas de hospedaje se encuentran en categoría de buenas prácticas sostenibles, sobresaliendo en las dimensiones social, y ambiental, en donde realizan una actividad turística en beneficio de proveedores locales, talento humano, y buenas prácticas ambientales, con un promedio de (6.5) equivalente a (7). De manera individual 6 empresas se ubican en categoría de procesos de mejora con promedios de: (4 – 5 – y 6), presentan problemas en la dimensión económica, procesos de control de balances, respaldos de ventas enfocados al mercado, y registros tributarios. El hostal Llullu Llama sobresale del resto con un promedio de (9.93), ubicándose en categoría de buenas prácticas sostenibles, demuestra el resultado por un control gerencial, y administrativo que influyen en las dos dimensiones restantes. Por otro lado, en la variable competitividad las 7 empresas se encuentran en un rango de (0% a 20%), con un porcentaje de (12.87%), en categoría de muy baja competitividad, evidencian problemas de planificación, control, y procesos administrativos que afectan a las áreas y sub áreas de comercialización, contabilidad, producción, y sistemas de información. La Hostería San José de Sigchos muestra un porcentaje superior de (18%), con mejoras en cuanto a la organización contable interna, planificación estratégica, y recursos humanos. En base a los resultados generales obtenidos se realizó la prueba de correlación Spearman, que funciona con dos o más variables, de manera bivarial, como resultado obtenido (1.00) se no existe fuerza de correlación, alguna, demostrando que las empresas de hospedaje del cantón Sigchos trabajan en función de su localización geográfica utilizando los recursos naturales, con conocimientos empíricos sostenibles, sin procedimientos de mejora y control administrativo interno empresarial con un enfoque competitivo. Finalmente se realizaron estrategias de mejora e impulso turístico en el área de hospedaje con la finalidad de mitigar los problemas encontrados en las dos variables, y mejorar el trabajo y fortalecer los aspectos positivos que destacan de cada alojamiento.

Palabras clave: Sostenibilidad, competitividad, correlación, hospedaje

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF THE TOURIST ACCOMMODATION COMPANIES OF THE SIGCHOS CANTON, COTOPAXI PROVINCE”

AUTHOR: Yanez Ibijes Anthony Giovanni

ABSTRACT

This research is focused on the analysis of factors related to sustainability and companies in the hosting category at Sigchos town. In fact, to meet this objective, two methodologies are used; InnovaRSE Navarra (2020), for the sustainability analysis, and the IDB (Inter – American Developed Bank) by Saavedra García (2012) methodology for the sustainability analysis. The participants in the interviews were 7 managers or owners corresponding to the companies in the study area described above. Through the quantitative modality, transversa type, it was possible to demonstrate through statistical graphs the results obtained that the 7 lodging companies are in the category of good sustainable practices, excelling in the social and environment dimensions, demonstrating that tourist activity benefits local suppliers, human talent, and good environment practices, with an average of (6.5) equivalent to (7). According to the individual results, 6 companies are located in the category of improvement processes with averages of: (4 – 5 – and 6), these also present, showing deficiencies in: balance control processes, support of market – focused sales, and tax records. The Llullu Llama hostel stands out from the other accommodations with an average of (9.93), being placed in the category of good sustainable practices, demonstrates the result by managerial and administrative control that influence the following two dimensions. On the other hand, in the competitiveness variable, the 7 companies are in a range of (0% to 20%), with a percentage of (12.87%), in a category of very low competitiveness, these show problems such as: planning, control, and administrative processes that affect the areas and sub – areas of marketing, accounting, production, and information systems.

Keywords: Sustainability, competitiveness, correlation, accommodation

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	5
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
5. OBJETIVOS	9
5.1 Objetivo General	9
5.2 Objetivos específicos.....	9
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADO	11
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	13
7.1 Marco Legal	13
7.2 Ley de Turismo	13
7.3 Sostenibilidad	13
7.3.1 Turismo sostenible	14
7.3.2 Desarrollo sostenible	14
7.3.3 Sostenibilidad empresarial.....	14

7.3.4	Hoteles responsables y sostenibles.....	15
7.3.5	Para qué se mide la sostenibilidad.....	16
7.3.6	Metodologías para medir la sostenibilidad	17
7.4	Competitividad	25
7.4.1	Importancia de la competitividad en las empresas hoteleras	26
7.4.2	Competitividad en empresas hoteleras.....	26
7.4.3	Para que se mide la competitividad.....	26
7.4.4	Factores determinantes de la competitividad	27
7.4.5	Metodologías para medir la competitividad hotelera	27
7.5	Turismo	35
7.5.1	Demanda Turística	35
7.5.2	Oferta Turística.....	36
7.6	Espacio Geográfico	36
7.7	Infraestructura	36
7.7.1	Super estructura turística.....	37
7.8	Organización general del alojamiento	37
7.8.1	Tipos de Organización	37
7.8.2	Organigrama Funcional	38
7.8.3	Funciones y Sub – Departamentos	38
7.8.4	Personal de recepción.....	39
7.8.5	Tipología de alojamientos.....	39
7.8.6	Clasificación de los establecimientos hoteleros	39
7.9	Hotelería	43
7.9.1	Competitividad hotelera	43
7.9.2	Hoteles responsables.....	43
7.9.3	Hotel sostenible	44
8.	VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPÓTESIS.....	44
8.1	Preguntas científicas.....	45

9.	METODOLOGÍA	45
9.1	Descripción del área de estudio	46
9.2	Protocolo de Investigación	47
9.3	Población de estudio	48
9.4	Metodología cuantitativa	48
9.5	Estadística inferencial	48
9.6	Método deductivo	49
9.7	Instrumentos de recolección de datos	49
9.7.1	Cuestionario.....	49
9.8	Metodología InnovaRSE para evaluar la sostenibilidad	50
9.9	Metodología BID para evaluar la competitividad	51
9.10	Proceso de aplicación	54
9.10.1	Investigación Bibliográfica.....	54
9.10.2	Catastro turístico de hospedaje.....	54
9.10.3	Investigación de campo	55
9.11	Sistematización de datos	57
9.12	Cuadros estadísticos descriptivos.....	57
9.13	Estadística SPSS	57
9.14	Foda	58
9.14.1	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	60
9.14.2	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	61
9.14.3	Matriz Foda.....	62
9.14.4	Matriz Foda cruzada	63
9.14.5	Matriz FO FA DO DA	63
9.14.6	Resumen estratégico	64
9.14.7	Estrategias de mejora.....	64
9.15	Pruebas estadísticas de correlación.....	65
10.	RESULTADOS.....	66

10.1	Sostenibilidad	66
10.2	Competitividad	70
10.2.1	Planeamiento estratégico.....	70
10.2.2	Cadena de Valor.....	71
10.2.3	Aseguramiento de Calidad.....	72
10.2.4	Merchandising	73
10.2.5	Contabilidad y Finanzas	74
10.2.6	Talento Humano.....	75
10.2.7	Gestión Ambiental.....	76
10.2.8	Sistemas de Información	77
10.3	Competitividad y Sostenibilidad	78
10.3.1	Starlight.....	79
10.3.2	Hostería San José de Sigchos.....	80
10.3.3	Hostal San Miguel	81
10.3.4	Hostal El Vaquero	81
10.3.5	Hostal Cloud Forest	82
10.3.6	Hostería Llullu Llama	83
10.3.7	Hostal Taita Cristóbal.....	83
10.4	Resultados de la aplicación SPSS	85
10.5	Matriz de evaluación externa	86
10.6	Matriz de Evaluación Interna	92
10.7	Matriz FODA general	97
10.8	Valoración Matriz MEFI	99
10.9	Matriz de evaluación MEFÉ	103
10.10	Matriz de la gran Estrategia	106
10.11	Análisis Estratégico	109
10.12	Matriz de Resultados	112
11.	IMPACTOS	113

11.1	Impacto Económico	113
11.2	Impacto Social.....	113
11.3	Impacto Ambiental.....	114
12.	CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO.....	114
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
13.1	Conclusiones.....	115
13.2	Recomendaciones.....	116
14.	REFERENCIAS	117
15.	ANEXOS	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos e indirectos	5
Tabla 2 Tabla de actividades.....	11
Tabla 3 Metodologías para medir la competitividad.	28
Tabla 4 Metodologías para medir la sostenibilidad.....	18
Tabla 5 Tipos de hoteles con sus características principales.....	41
Tabla 6 Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem.....	51
Tabla 7 Areas y sub áreas a estudiar la competitividad.....	52
Tabla 8 Calificaciones de cada ítem.....	53
Tabla 9 Tabla de ponderación y calificación final.....	53
Tabla 10 Tabla de propuestas de mejora.....	54
Tabla 11 Catastro de establecimientos de alojamiento turístico del cantón sigchos.	55
Tabla 12 Cronograma de salidas de campo.	56
Tabla 13 Matriz de factores mefi.....	59
Tabla 14 Matriz mefe factores y sub factores.....	60
Tabla 15 Matriz de evaluación de factores internos (mefi).	61
Tabla 16 Matriz de evaluación de factores externos (mefe).....	62
Tabla 17 Matriz foda normal.	62
Tabla 18 Matriz ejemplo de foda cruzado.	63
Tabla 19 Matriz estratégica	64
Tabla 20 Matriz de impactos estratégicos.	85
Tabla 21 Tabla de correlación de Spearman.....	88
Tabla 22 Matriz FODA de evaluación externa MEFE.	94
Tabla 23 Matriz de evaluación Interna MEFI.	98
Tabla 24 Matriz FODA general.....	101
Tabla 25 Valoración matriz MEFI.....	104
Tabla 26 Matriz de evaluación MEFE.....	106
Tabla 27 Matriz de la gran estrategia.	109
Tabla 28 Análisi estratégico.	112
Tabla 29 Matriz de resultados FODA.....	114

Tabla 30 Presupuesto y cronograma.....	111
Tabla 31 Preguntas y valoraciones correspondientes a la metodología sostenibilidad.	127
Tabla 32 Preguntas a evaluar dividida por las áreas de la empresa.....	131
Tabla 33 Contactos de los establecimientos hoteleros del cantón Sigchos.....	153

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa base del cantón sigchos.....	46
Figura 2 Mapeo de establecimientos hoteleros de sigchos.....	56
Figura 3 Gráfico estadístico de la dimensión económica.....	67
Figura 4 Gráfico estadístico de la dimensión ambiental.	68
Figura 5 Gráfico estadístico de la dimensión social.....	69
Figura 6 Gráfico estadístico de competitividad de planeamiento estratégico	71
Figura 7 Gráfico estadístico de competitividad del área de cadena de valor.	72
Figura 8 Gráfico estadístico de competitividad del área de aseguramiento de calidad.....	73
Figura 9 Gráfico estadístico de competitividad del área de merchandising.	74
Figura 10 Gráfico estadístico de competitividad del área de contabilidad y finanzas.	75
Figura 11 Gráfico estadístico de competitividad del área de talento humano.....	76
Figura 12 Gráfico estadístico de competitividad del área de gestión ambiental.	77
Figura 13 Gráfico estadístico de competitividad del área de sistemas de información.....	78
Figura 14 Gráfico estadístico de medias de cada variable competitivo y sostenible.	79

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio

Octubre 2022

Fecha de finalización

Febrero 2023

Lugar de ejecución.

Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi

Institución, facultad y carrera que auspicia

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Unidad Académica: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales (CAREN)

Carrera: Licenciatura en Turismo.

Proyecto vinculado:

Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de la Provincia de Cotopaxi.

Nombres de equipo de investigadores (Apéndice #2)

Tutor: Lic. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula. Mgs.

Número de cédula: 1103989669

Correo electrónico: manuel.abarca9669@utc.edu.ec

Número telefónico: 0991975168

Nombres y apellidos: Anthony Giovanni Yanez Ibujes

Número de cédula: 050396897-6

Correo electrónico: anthony.yanez8976@utc.edu.ec

Número telefónico: 0983389283

Área de Conocimiento

En conformidad con la clasificación internacional normalizada de la educación, CINE – UNESCO, el área de 81 servicios y servicios personales.

Línea de investigación:

Línea de investigación: Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sub – línea: Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La sostenibilidad y competitividad son ejes fundamentales para que las actividades o empresas trabajen de manera acorde a lo establecido en los objetivos de desarrollo sostenible. (Severiche-Sierra et al., 2017, p. 3) “La sostenibilidad o más concretamente el desarrollo sostenible se ha consolidado una preocupación global de importancia, centrada en cuestiones como la recolección, utilización, y renovación de recursos naturales”. En base a ese concepto Sigchos es un cantón que posee un turismo potencial para extranjeros y nacionales, ya que al encontrarse en un sitio estratégico que oferta diversas actividades turísticas, culturales, gastronómicas, entre otras, con infraestructura acorde a los gustos y preferencias, sin embargo, existen carencias y problemas como en todo lugar. Para especificarnos revisamos la misión, visión del sitio, FODA, y estrategias de mejora. Teniendo la conclusión de que no existe un análisis sostenible ni competitivo, y un bajo interés del turismo por parte de los residentes los cuales son beneficiarios indirectos dentro del proyecto.

Es por ello que el tema propuesto está planteado para evidenciar el nivel de competitividad y sostenibilidad que poseen las empresas hoteleras del cantón Sigchos, obteniendo como resultado una correlación, esto con el fin de mejorar la actividad hotelera, con el fin de proponer estrategias de desarrollo y mejora, para que los dueños de las cadenas hoteleras perfeccionen y optimicen su actividad de alojamiento.

(Guadamillas, s. f., p. 1), “La mejora continua no es simplemente un conjunto de técnicas y procedimientos o cambios en las prácticas de trabajo concretas, sino una filosofía, un cambio en las ideas y principios de la cultura de la organización”. En base a ello se propondrán estrategias de mejora y desarrollo hotelero, que aporte al manejo adecuado de los recursos de manera sostenible y competitiva, las empresas hoteleras, residentes de Sigchos, turistas nacionales y extranjeros se benefician de manera social e

interno para una mejor práctica turística y preservando los recursos naturales para sustentar la actividad turística

La sostenibilidad es imprescindible para cualquier actividad ya que utiliza los recursos que posee el sitio de manera adecuada preservándoles para el futuro, de manera que cualquier empresa, en este caso hotelera se convierta en un alojamiento responsable, sostenible y este dentro de un rango de competitividad, está claro que esta actividad implica una gran aglomeración de turistas en masa, dependiendo su capacidad estas pueden atraer a diferentes tipos de turistas que a su vez generan un gran impacto y desgaste ambiental, dependiendo el lugar en donde las empresas se encuentren. (José Gandara, s.f, p. 1) “Los destinos turísticos, con los varios productos turísticos que los componen, para que sean sostenibles deben necesariamente buscar definir indicadores que les permitan gestionar su sostenibilidad”. Es por ello que los dueños y prestadores de servicio hoteleros deben de tener un alto conocimiento en el manejo sostenible para mitigar todos los problemas que su actividad atrae, y finalmente obtener un establecimiento competitivo en relación a otros para mejorar su servicio, y alcanzar la satisfacción que el turista, o cliente necesita.

La utilidad práctica del proyecto de investigación es contribuir con las necesidades y problemas que exista dentro de las empresas hoteleras en el ámbito sostenible y competitivo, poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el tiempo de investigación del proyecto para diseñar estrategias para mejorar la actividad hotelera la cual sea capaz de competir de manera que refleje las buenas prácticas y optimice la imagen turística del cantón y alcance la satisfacción máxima del turista.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios del proyecto de investigación están relacionados directa e indirectamente obteniendo beneficios en común, para ello se tomó en cuenta todos los residentes del cantón Sigchos, prestadores de servicio hoteleros, turistas nacionales y extranjeros. Los beneficiarios directos son todos los dueños de los establecimientos hoteleros quienes podrán conocer y saber del buen manejo turístico sostenible, y relacionarse directamente con su nicho de mercado, los turistas nacionales y extranjeros quienes podrán tener una idea de la ubicación de los establecimientos, y servicios que presta. Y finalmente todos los residentes del cantón Sigchos quienes tendrán un amplio conocimiento de la oferta turística que maneja su cantón y cómo se relaciona con los recursos existentes.

Tabla 1

Beneficiarios directos e indirectos

BENEFICIARIOS INDIRECTOS	CANTIDAD
Población de Sigchos	Hombres: 10.991
	Mujeres: 10.953
<hr/>	
BERNEFICIARIOS DIRECTOS	
Establecimientos hoteleros	11 establecimientos registrados
Turistas nacionales y extranjeros	25.920

Nota: Fuente: Instituto nacional de estadística y censo INEC (2010); Página web del cantón Sigchos (2022); Proyecto de Tesis Jenifer Pinzón (2021).

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel global la sostenibilidad ha sido un problema altamente estudiado, de acuerdo a un texto de Madroñero-Palacios & Guzmán-Hernández (2018), menciona que la sostenibilidad está enfocada en tres aspectos; social, económico, y ecológico, y que cada vez que la infraestructura sigue creciendo esta busca garantizar tasas de crecimiento sostenibles a mediano y corto plazo mediante los ingresos económicos de las actividades. El cuidado del medio ambiente ha sido un tema controversial para el mundo ya que para llegar a hablar de términos sostenibles ha tenido que pasar una variedad de hechos históricos, Madroñero-Palacios & Guzmán-Hernández (2018), menciona que en los años 50 la principal razón para dar origen al desarrollo sostenible fue la guerra fría, la cual vio en América Latina una fuente de materia prima, dando como resultado un nuevo orden mundial y la necesidad que tenían de explorar nuevos mercados, en donde observaron la pobreza y sobre población, llamándonos así países sub desarrollados.

Dentro del turismo el desarrollo sostenible empieza en el año 1997 cuando la OMT define cinco principios básicos, de acuerdo a Lalangui, (2017) estos serían; los recursos humanos y culturales, la satisfacción del cliente, los beneficios del turismo, calidad de ambiente, y gestión del turismo de manera que no afecte el medio ambiente. Además de ello menciona que existen tres aspectos para considerar al turismo de manera sostenible, ambiente respetuoso, socialmente justo, y económicamente viable. Se puede decir entonces que estos tres factores son ejes importantes para que cualquier actividad sea sostenible.

Como se mencionó con anterioridad el término países sub desarrollados o de tercer mundo se nos acreditó por tener carencias y problemas de manera social, económica, ambiental, igualdad, entre otras, es por eso que en el año 2015 los líderes mundiales ONU, decretaron algunos objetivos que combatan estos problemas,

denominándose objetivos de desarrollo sostenible, abarcando los tres factores principales, esto permite que cualquier actividad, o empresa labore de acuerdo a estos objetivos.

La competitividad está presente en países desarrollados y no desarrollados de acuerdo a Labarca (s. f.), la actividad competitiva esta presenta en las empresas que buscan una actividad económica de acuerdo a su actividad. Esto con la finalidad de ser empresas eficientes y eficaces, de manera organizada en cuanto al manejo de los recursos financieros, humanos, naturales, y tecnológicos. Se puede decir que la competitividad es un reto global dentro de las empresas, ya que el mercado independientemente del área que este enfocada busca nuevas experiencias, servicios, y necesidades, esto hace que se deban acoplar y estar en un mundo de resiliencia.

Labarca, (s. f.), menciona que la real academia española en 1992 define competitividad a la capacidad de competir, capaz de estar en un nivel acorde para su competencia rival. Sin embargo, a nivel mundial las empresas presentan problemas internos, puesto que para estar en un nivel competitivo se debe de cumplir con los estándares de calidad del producto, servicio de acuerdo a su actividad. Para ello el staff debe de estar preparado o instruido. Según Rubio Jorge (2011), la falta de compromiso o deficiente realización del trabajo influirá en la competitividad empresarial.

Se entiende que la prestación de trabajo del staff cumple un rol fundamental en cuanto a la competitividad, además de la propia empresa ya que sus recursos y empleados son una ventaja clave, Rubio Jorge (2011), menciona que la importancia de una persona como parte del recurso humano índice directamente con la competitividad empresarial.

Zambrano Rasa (2010), presenta varios análisis de competitividad en Ecuador siendo este tema un reto importante para las empresas, ya que puede acarrear ventajas

dentro del mercado laboral. Además de ello menciona que la clave está en la diferenciación de la empresa, enfocadas al mejoramiento continuo creando potenciales ventajas sostenibles a largo plazo.

Las empresas PYMES en Ecuador están establecidas como pequeñas y grandes empresas, teniendo ventajas y desventajas de las mismas, sin embargo, Zambrano (2010), menciona que en Ecuador estas empresas trabajan de manera desarticulada o de manera Cluster, provocando deficiencias en la competitividad. A esto se refiere que las empresas se reúnan y trabajen de manera igualitaria, sin idea o enfoque a la innovación, o necesidades del mercado.

Este problema acarrea deficiencias competitivas, se puede decir entonces que dentro de las empresas turísticas existe un déficit de innovación, de acuerdo a Robayo Barragan (2022), existe una falta de interés por parte de los residentes de la localidad, además de no existir ningún estudio competitivo de las empresas hoteleras, lo que podría provocar una temporada monótona, o de a costumbrismo, llegando a cerrar, o tener temporadas bajas de demanda.

Dentro del tema del proyecto está el análisis de sostenibilidad y competitividad hotelera, para comprender la actividad de hospedaje podemos deducir que esta depende en gran cantidad de la demanda, De acuerdo a Segura (2015), nos dice que el turismo en Ecuador tiene una mejora constante de manera anual con un 13 %, lo que significa que el turismo es una actividad que promete establecerse como una actividad que genera divisas y genera empleo. Para que un hotel sea sostenible y preste servicios acorde a su categoría y ubicación debe practicar un turismo responsable, para que en base a su sostenibilidad pueda ser competitivo con su competencia directa e indirecta, ya que en la actualidad estos hoteles son resilientes al nuevo turista, De acuerdo a Lobo & Moreno

(2018), la revolución del turismo está encaminada hacia una hotelería ambiental y socialmente responsable, en donde se adopten medidas de manera en la oferta de manera que sean atractivas.

Dentro del cantón Sigchos existen algunos alojamientos que teóricamente cumplen con la función de sostenibilidad y esta le da paso hacer literalmente competitiva, en la actualidad no existen análisis que demuestren este valor que busca el tema propuesto, sin embargo, existen tesis y planes que buscan un desarrollo sostenible dentro del área turística en general. La visión del cantón Sigchos busca ser un sitio sostenible y sustentable con sus recursos dentro del turismo, esto involucra a todos los ejes dentro de esta actividad, esta información se recauda por Robayo Barragan (2022), autora del PDOYT del sitio. Algunos de los problemas son la desmedida utilización de recursos, viabilidad, y en el área hotelera simplemente se enfocan al bajo interés de la población Sigchense por el turismo, y la oferta que estas emiten.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

- Analizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas hoteleras del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi, mediante indicadores que permitan proponer estrategias de desarrollo y mejora hotelera.

5.2 Objetivos específicos

- Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.

- Medir el nivel de competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.
- Proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Tabla 2

Tabla de actividades.

OBJETIVO	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADO
Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de población de estudio. • Elaborar un cronograma de salidas de campo. • Elaborar el mapeo de ruta. • Aplicar las encuestas en base a la metodología Innovarse a los dueños o gerentes de las empresas hoteleras del cantón Sigchos. • Sistematizar la información recolectada en las salidas de campo a través de los instrumentos de recolección de datos. • Realizar gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. • Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las dos variables de estudio SPSS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología cuantitativa • Metodología InnovaRSE • Prueba de Spearman SPSS 	Estado de las empresas hoteleras del cantón Sigchos en el enfoque sostenible.
Medir el nivel de competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de población de estudio. • Elaborar un cronograma de salidas de campo. • Elaborar el mapeo de ruta. • Aplicar las encuestas en base a la metodología BID a los dueños o gerentes de las empresas hoteleras del cantón Sigchos. • Sistematizar la información recolectada en las salidas de campo a través de los instrumentos de recolección de datos. • Realizar gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. • Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las dos 	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología cuantitativa • Metodología BID • Prueba de Spearman SPSS 	Estado de las empresas hoteleras del cantón Sigchos en el enfoque competitivo.

variables de estudio SPSS.

Proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de hospedaje del cantón Sigchos provincia de Cotopaxi.

- Elaborar un análisis FODA MEFE – MEFI
- Identificar los problemas a partir de los resultados estadísticos y proponer estrategias de mejora para las empresas hoteleras del cantón Sigchos.

- Matriz de evaluación FODA – MEFE -MEFI

Elaborar estrategias de desarrollo y mejora turística en el área de hospedaje.

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1 Marco Legal

La cadena hotelera de manera general se rige a la ley y reglamento turístico y de alojamiento en donde existen ciertos parámetros que tienen que cumplir para su acorde funcionamiento y servicio turístico. *Reglamento de alojamientos turísticos*, (2022), menciona que es necesario la licencia anual de funcionamiento LUAF, además de un letrero visible en la parte exterior que sea clara con información real del establecimiento, entre otros permisos adicionales como: permisos de suelo, bomberos, y servicios básicos. (Art 4) (Art. 10).

7.2 Ley de Turismo

El turismo es la actividad que abarca diferentes actividades asociadas a la temática y uso de recursos naturales y culturales de un sector en específico, además de ello están integrados ciertos servicios que permiten que el turismo se realice de forma correcta y completa como: hoteles, restaurantes, agencias de viaje, servicio de transporte, y terceras como: servicio y asistencia vehicular, asistencia médica, de acuerdo a la *Ley de Turismo*, (2014), el turismo ejerce la actividad de desplazamiento en cualquier sitio sin ánimo a radicarse, y disfrutar de todo lo que están ofertando (Art. 2).

7.3 Sostenibilidad

Aguilar López (2018), Menciona que existe un consejo global de Turismo sostenible, GSTC, el cual trata de una organización para promover el turismo sostenible en base a una misión, y comprensión en buenas prácticas sostenibles. Al hablar de

sostenibilidad entendemos que esto involucra los recursos y sus usos, dependiendo de la actividad, es decir que hay varios actores involucrados en este término, conjuntamente con el turismo el cuidado ambiental debe de iniciar por los beneficiarios directos e indirectos, los cuales tienen la responsabilidad de cuidar, preservar, y precautelar todos los recursos existentes del lugar en donde se esté realizando la actividad turística.

7.3.1 Turismo sostenible

El turismo es una actividad lucrativa, pero está enfocada al cuidado y preservación de su entorno y el medio ambiente, incluso al ser una actividad que tiene una gran cantidad de demanda, incluso existiendo problemas de contaminación, erosión, e impacto ambiental, sin embargo, existen programas y actores cuyo trabajo es minimizar estos impactos y propagar el cuidado y educación ambiental.

7.3.2 Desarrollo sostenible

Gallopín (2003), habla que la sostenibilidad no es estática esta debe estar relacionada con diferentes factores tales como: la economía, social, y ecológico, para ello existen varios actores que se involucran en estos términos siendo los principales beneficiarios los dueños de los establecimientos hoteleros, turistas nacionales y extranjeros, y los beneficiarios indirectos los cuales son los residentes del cantón Sigchos, cada uno de estos actores aportará en demasía con la conservación y cuidado del ambiente y sus recursos.

7.3.3 Sostenibilidad empresarial

De acuerdo a una revista científica de Castrillon & Mares (2014), nos dicen que la sostenibilidad empresarial empieza por involucrar a la sociedad, en este caso podemos decir que los residentes de los atractivos turísticos, o destinos, deben de empezar a

promover y renovar una imagen sostenible del lugar donde residen para que los turistas que visiten estos lugares tengan ya una conciencia ambiental desde el inicio de su llegada.

7.3.4 Hoteles responsables y sostenibles

El término responsable abarca diferentes aspectos si lo relacionamos al funcionamiento de la actividad hotelera este término puede significar la actividad turística de manera consciente, con el staff que sirve en la empresa, hacia el cliente. Según un documento de Domínguez (2010), habla sobre la conservación ambiental y los movimientos y organizaciones que buscan detener el impacto ambiental, esto a su vez se convirtió en un boom, por lo que muchos de los establecimientos que prestan servicios optaron por mejorar su tecnología marketera en un ambiente verde, y minimizar los impactos ambientales que esta pueda ocasionar. Lafuente & Barcellos (2011), mencionan que existe un desafío de generar ingresos económicos de manera sostenible, y las soluciones han estado en protocolos y convenios, sin embargo, el análisis sostenible va más allá, y debe realizarse un estudio interno de las empresas.

Además de ellos Domínguez (2010), habla sobre el tipo de turista verde el cual nació a partir de generar un tipo de conciencia ambiental, y el mercado turístico a su vez diseñó nuevos espacios y actividades en medio de la naturaleza como: senderismo, hiking, yoga, entre otros. Los establecimientos hoteleros tuvieron que acoplarse a este tipo de turista mostrándo una imagen verde, o ambientalista, es por ello que en la actualidad existen establecimientos dedicados al cuidado ambiental, como: Llullu llama en Isinliví, y Black sheep inn en Chugchilán, las cuales son comunidades situadas en el cantón Sigchos, estos establecimientos se dedican a promover y educar al turista sobre un turismo sostenible y responsable con la naturaleza. Optando por actividades y servicios que reduzcan el impacto y huella ambiental.

7.3.5 Para qué se mide la sostenibilidad

Lagunas-Vázquez et al. (2017), menciona que la sostenibilidad se evalúa en un enfoque social, económico, y ambiental que permita medir la huella de carbono. Dentro de los establecimientos hoteleros la sostenibilidad es un factor clave para que este sea competitivo, conforme pasa el tiempo cada establecimiento, servicio, y producto turístico se renueva, o innova ya que los pedidos o necesidades del cliente cambian constantemente, y esto por las nuevas generaciones, gustos, y sobre todo como se maneja el mundo actual en cuanto al trato de vida, o problemas que limiten el paso de vida de la humanidad.

Existen diferentes aspectos por los cuales es importante medir la sostenibilidad, Domínguez (2010) nos habla sobre la importancia de un establecimiento hotelero sostenible, ya que con la ideología verde del turista extranjero este tiene que acoplarse a las nuevas necesidades. De tal manera que su importancia refleja los ingresos económicos, el mercado que visiona, su posicionamiento, su conservación y prolongación de su actividad, además de controlar y mostrar los problemas que su actividad pueda afectar no sólo al medio ambiente, si no al personal que labora en las instalaciones, residentes de la localidad, y turistas, educando así al control de recursos, y mostrando una imagen de una era sostenible.

Además de ello puntúa que el manejo sostenible hotelero es interno y regular o controla a través de gerencia y administración, y esparciendo esto a las diferentes áreas que existen. El manejo de políticas, manejo y entrenamiento de personal, gestión ambiental, compras, gente y comunidades, y protección de lugar de destino. Es decir que la sostenibilidad que ofrezca y controle una empresa hotelera beneficia interna y externamente y esto se esparce por la educación ambiental que reciben los turistas, y estos a cada establecimiento, atractivo, ciudad, y comunidades que visitan.

7.3.6 Metodologías para medir la sostenibilidad

A continuación, se muestran 30 diferentes metodologías que pretenden medir y evaluar la sostenibilidad empresarial aplicadas a empresas de diferentes países, en su mayoría tienen aspectos primordiales e importantes para entender con exactitud cómo está constituida. Además de mostrar indicadores de evaluación, y dimensiones de manera general, para realizar un estudio más a fondo.

Tabla 3

Metodologías para medir la sostenibilidad.

METODOLOGÍA	AUTORES Y DETALLE GENERAL	INDICADORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Índice de desarrollo sustentable.	Según Quiroga Martínez (2001), se evalúa la sostenibilidad a través de los factores social, económica, y natural. Con dimensiones de conservación de buen ambiente, patrones de consumo, y prácticas laborales.	Los indicadores evalúan la calidad de agua, empresa, políticas, igualdad, capacitaciones, consumo de energía, entre otros.	Señales de evaluación de progreso hacia el desarrollo sostenible. Visión panorámica sobre los indicadores. Índices para desarrollo regional. Experiencias de desarrollo de indicadores.	Asirla o estudiarla, existen nuevas ideologías Costo de inversión alto.
Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el impacto mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Colombia.	Cortés et al. (2018.), evalúa desde el medio ambiente, desempeño económico, y desempeño social.	Los indicadores van desde los aspectos de discriminación, seguridad, población indígena, comunidades locales, consumo energético, agua, corrupción, política pública, entre otros.	Referentes ONU Regulaciones y tratos internos de la empresa. Los indicadores privilegian los derechos humanos del staff. Permite medir, controlar, y cuantificar. Estudio interno y externo.	Estan establecidos para el estudio de empresas eléctricas. Enfoques centrados en empresas que requieran de un análisis interno del personal sólo sus derechos.
Modelos de gestión dedicados a la sostenibilidad empresarial.	De acuerdo a de Paula (2011.), la sostenibilidad se mide a través de la gestión, grupos de interés, planteamientos, y hallar soluciones.	Los indicadores se basan a través de gestiones, humanos, clientes, proveedores, riesgos, crisis, entre otros.	Educación empresarial. Correlación económica, empresarial, y ambiental. Grupos de interés.	Necesario evaluar a los proveedores de manera interna.
Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del sol.	Damian (2016), evalúa la sostenibilidad con un criterio más siendo el financiero cómo parte de su evaluación.	Los indicadores se analizan mediante las dimensiones y en base a las herramientas descritas por el autor, teniendo una escala para cada indicador.	Involucración de prestadores de servicio turístico. Análisis cooperativo, relación, o rivalidad.	No hay aporte de los actores a estudiar.

Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística.	Albert & Endreu (2013), evalúan la sostenibilidad mediante el factor territorial económico, presión humana, y cambios del uso ambiental.	Los indicadores evalúan desde el transporte, viabilidad, efecto económico, recursos turísticos, relación visitante población, variación y volumen de residuos, entre otros.	Estudio de cambios y variaciones turísticas. Estudios sociales y económicos.	Estudio no sistematizado. Información no precisa. No colaboración de actores.
Administración de la planta turística y el desarrollo del turismo sostenible.	Fernández (2009), la sostenibilidad se evalúa desde el bienestar social, productividad, e integridad.	Los indicadores son evaluados mediante los diferentes aspectos que abarcan las variables y sub variables.	Conservación empresarial. Estudios ambientales, sociales, y producción. Análisis de integridad.	Deficiente información para el trabajo de variables.
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo.	De acuerdo a Márquez et al. (2016), propone analizar la sostenibilidad de manera eficaz, maximizando los beneficios sociales, a comunidades, visitantes, maximizando los cuidados ambientales, y minimizando los impactos naturales.	Los indicadores varían desde la estrategia del turismo, gestión del turismo, monitoreo, monitoreo económico, acceso local, entre otros.	Análisis, intercambio de experiencias. Análisis en sitios turísticos. Aporte al cuidado del patrimonio cultural.	Falta de información. Indicadores y disparidad.
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica.	Según Torres Cobo (2017), se evalúa la sostenibilidad cuidando los recursos, inclusión social, generación de empleo, entre otros.	Los indicadores se centran en la conservación ambiental, equidad social, y eficiencia económica.	Análisis mediante su ubicación. Estudio a partir de la cultura. Generación de empleo. Preservación del ambiente.	Problemas de estudio por dificultad de acceso a su ubicación. Poca disposición de actores.
Género, medio ambiente y sostenibilidad del desarrollo.	De acuerdo a Rico (1998), la sostenibilidad se evalúa a partir de criterios contextuales, ubicación, tiempo – espacio, vinculación global – local, y enfoque relacional.	Los indicadores están relacionados al entorno ambiental su relación con el humano, y la actividad turística, la solidaridad, conflictos de poder, modelos de desarrollo, entre otros.	Integración de género a trabajos y empresas de manera sostenible. Desarrollo político, ambiental, y económico.	Déficit de políticas. Falta de decisiones de los actores de las empresas.
Marginación, contaminación, y sustentabilidad en el desarrollo turístico de	Según Olivier Salome et al. (2015), el análisis de estado, presión, y respuesta son claves para la evaluación sostenible de una empresa.	Indicadores: Modelo económico neoliberal, falta de interés y coordinación, impactos socio – ambientales, secretaría de agua,	Estudio financiero, industrial, comercial, turístico, y agropecuario.	Dificultad de acceso. Escases de información.

punta Diamante en la ciudad de Acapulco, México.		secretaría de educación entre otros.	Análisis partiendo de a ubicación geográfica. Restauración natural.	Actores con poco interés.
Sistema productivo turístico y desarrollo local.	Según Bloomfield (2021), la sostenibilidad se evalúa por los sistemas conceptual, local, económico, y político.	Los indicadores estan enfocados al sistema natural, social, núcleo fundamental de la dinámica, y participación de organismos internacionales.	Estudio conjunto con actores gubernamentales.	Falta de información Actores clave con poco interés.
Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local.	Según Delgado (2013), la sostenibilidad se evalúa a partir de 12 dimensiones: económico, local, empleo, social, satisfacción, control de entrada, bienes de la comunidad, riqueza cultural, integridad física, diversidad, eficiencia y uso del recurso, y pureza ambiental.	Los indicadores evalúan en porcentajes, números, y niveles de acuerdo a los tipos de dimensiones.	Beneficios y desarrollo interno y externo. Desarrollo local. Control y evaluación cultural. Impulso biodiverso y natural.	Falta de información. Poco interés de actores clave.
Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacurí mediante la implementación de un sistema de indicadores.	De acuerdo a Fábregas H,M (2017), se incluye el factor político – administrativo como factor para evaluar la sostenibilidad.	Las técnicas de evaluación son: Esquema de ordenamiento territorial, plan de desarrollo, y plan de manejo integral de residuos sólidos, para el bien humano, y ecosistémico.	Beneficios a instituciones de educación superior. Dinamización económica y del personal.	Falta de interés de empresas. Poco interés de actores o empresas clave.
Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política, y económica.	Pulido, (2017.), evalúa con los factores: social, ambiental, económico, político, y cultural.	Los indicadores se relacionan a la a cada uno de las dimensiones a evaluar.	Organización y capacitación del personal. Desarrollo empresarial por áreas y personal. Buena imagen ambiental. Control de políticas.	Poco interés de los actores. Problemas de organización.
Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del parque nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena Colombia.	Oliveros Ocampo et al. (2018), evalúan a través del cálculo de índices descriptivos, categoría, transformación, ponderado, sustentabilidad e índice.	Los indicadores evalúan a través de rangos, sumas, variables: (M1, 0 -1), se cumple, no se cumple, entre otros.	Análisis económico turístico de las empresas. Guía de buenas prácticas para prestadores. Análisis SPSS.	Falta de información por parte de la empresa. Poco interés por parte de los actores clave.

Sistema de indicadores de sostenibilidad del desarrollo del turismo un estudio de caso del municipio de Areia – PB.	Cavalcanti, (2016), la sostenibilidad se evalúa por dimensiones.	Los indicadores estudian las dimensiones: cultural, social, ambiental económica, turística, e institucional.	Análisis interno de la empresa Estudios turísticos del mercado. Análisis cultural y social.	Poco interés de los actores. Falta de explicación de la metodología.
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística, una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis.	Macário de Oliveira et al. (2013), habla sobre el individuo como principal beneficiario, el potencial productivo de la sociedad, y el desarrollo turístico que debe brindar igualdad y oportunidades a todos.	Los indicadores varían desde porcentajes, niveles, cumplimientos, acorde a las dimensiones antes mencionadas.	Análisis mediante escalas. Modelo de desarrollo local. Análisis de los indicadores mediante el espacio geográfico empresarial. Resultado de 88 indicadores.	Poco interés de los actores clave. Poco interés de la localidad. Difícil aplicación de indicadores con pocos datos.
Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico aplicación al Municipio de Gijón.	De acuerdo a Álvarez Díaz (2015), la sostenibilidad, se evalúa a partir del impacto medio ambiental, impacto social y cultural, gestión del destino, y el valor económico.	Los indicadores son recolección y entrega a tiempo, temperatura media superficial global, lugar de interés histórico, establecimientos registrados con certificado de calidad, entre otros.	Desarrollo del lugar turístico. Desarrollo empresarial. Impulso laboral. Análisis medio ambientales.	Poco interés de los actores clave. Inexistencia de información. Poca noción de la sostenibilidad por parte de los prestadores.
Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza.	Según Medrano Aranda & Lardiés Bosque (2014), se basa en 13 temáticas aplicada a la ciudad de Zaragoza.	Tendencias del turismo, infraestructura turística, transporte y movilidad, ruido, aire, energía, consumo de agua, aguas residuales, residuos sólidos urbanos, uso de superficie municipal, información instrumentos sociales, documentos de del medio ambiente municipal, e instrumentos regulatorios.	Estudios de turistas. Estudios de transporte. Correlación externa e interna.	Poca información. Poco interés de prestadores.
Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México.	Arévalo Pacheco et al. (2015), evalúan la sostenibilidad mediante el indicador de Mesmis.	Los indicadores identificados para el estudio los parámetros de medición para las dimensiones económica, social y ambiental	Estudio de sostenibilidad en áreas naturales. Estudios PIB y PEA	Poco interés de los actores Accesibilidad comprometida.

			son los siguientes: (20) no sustentable, (40) poco sustentable, (60) regular, (80) sustentable y (100) muy sustentable.	Aporte al desarrollo de recursos naturales.	Poca información apropiada del caso.
Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México.	Villanueva et al. (2014), evalúan la sostenibilidad tipo "PER".	Los indicadores son: económico, social, ambiental, e institucional.	Estudios costeros y terrestres. Análisis bajo el esquema PER. Desarrollo social, ambiental, e institucional.	Accesibilidad comprometida. Poco interés por parte de los actores. Indicadores no pueden trabajar con poca información, o información no precisa.	
Sustainable tourism indicators and destination management.	De acuerdo a Montenegro (2007), se evalúa con la implementación, organización y crecimiento.	Los indicadores son: destino, participación de proceso, identificación de turismo, invención, selección, monitorio, evaluación, entre otros.	Monitoreos. Implementación de información y evaluaciones. Procesos de participación y destino.	Poca información de la metodología. Poco interés de los actores clave.	
Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio.	De acuerdo a Caribe (2004), la sostenibilidad se estudia mediante la valoración de los servicios ambientales vinculados al turismo.	Los indicadores son: valor de uso, no uso, precios mercado, diferencial de costos, valoración contingente, transferencia de valor ambiental, entre otros.	Análisis directos e indirectos del ecosistema, y uso natural. Desarrollo natural. Educación ambiental.	Poco interés de los actores. Poca información de la zona de estudio.	
Complejidad de desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones sobre el modelo P-E-R, y la necesidad de aproximaciones transdisciplinarias.	De acuerdo a Damian (2016), se evalúan las variables: social, económica, ambiental, e institucional.	Los indicadores son: de presión, estado, respuesta, para las tres subvariables.	Desarrollo de educación. Análisis financiero empresarial. Análisis de recursos de utilización de la empresa.	Poco interés de los actores. Poca información de la zona de estudio.	
Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación.	Badii (2018), la sustentabilidad se mide por el bienestar humano, bienestar ecológico, e interacciones.	Los indicadores son: salud, educación, vivienda, seguridad, protección de derecho a la niñez,	Interacción humana. Interacción ecológica.	Dificultad de acceso a información.	

		aire, suelos, agua, población, equidad, distribución de la riqueza, desarrollo económico, producción, y consumo de gobierno.	Análisis de presiones, estado y respuesta.	Inexistencia de información clave. Poco interés de actores clave.
Sustentabilidad e indicadores de desarrollo turístico en México.	Ibáñez (2010), evalúa la sostenibilidad mediante tres factores, medio ambiente, socioeconómico, y turismo.	Indicadores: Disponibilidad, tratamiento, y consumo de agua, consumo de energía, calidad de aire, manejo de basura, programas ambientales, nivel de desempleo, impacto a la globalización, entre otros.	Desarrollo y avance del turismo. Análisis de turistas en atractivos locales. Análisis de condiciones del sitio.	Dificultad de acceso a información. Inexistencia de información clave. Poco interés de actores clave.
Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos.	Ibáñez Pérez (2018), el componente social humano, y ecológico son claves para medir y evaluar la sostenibilidad.	Los indicadores buscan medir el grado de competitividad de los servicios turísticos locales, grado de cobertura de servicios básicos, grado de avance de la comunidad, condiciones de igualdad, concentración mala, patrones de consumo local, información para mejorar el estado del medio ambiente, y documentos de la zona.	Análisis turístico local. Estudio de recursos naturales. Desarrollo e impulso económico.	Dificultad de acceso a información. Inexistencia de información clave. Poco interés de actores clave.
Sostenibilidad y desarrollo local: Procedimientos para la evaluación integrada de los destinos turísticos.	Linares et al. (2019), la sostenibilidad se mide a través de 5 fases. Preparación para la evaluación. Diagnóstico del área, Identificación de indicadores, Evaluación integrada, y monitoreo control.	Los indicadores: Dar a conocer el objetivo, caracterización de región turística, límites espaciales, selección de indicadores, decisión de indicadores, base de datos, jerarquización de indicadores, y validación.	Análisis económico turístico. Estudio sectorial. Análisis del desarrollo local.	Poca información brindada por el municipio de la localidad.

Análisis de turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores.	Pérez & María (2018), la sostenibilidad se mide por el turismo: socio – económico, desarrollo urbano.	Indicadores: Disponibilidad, tratamiento, y consumo de agua, consumo de energía, calidad de aire, manejo de basura, y programas ambientales.	Estudio de recursos naturales. Planes de mejora de reciclaje de desechos. Impulso económico.	Dificultad de acceso a información. Inexistencia de información clave. Poco interés de actores clave.
--	---	--	--	---

Nota: Adaptado de 30 metodologías investigadas y emitidas por docentes Universidad Técnica de Cotopaxi 2022.

Como resultado se puede evidenciar que la sostenibilidad en su gran mayoría de metodologías se analiza tres factores principales. Ambiental, económico, y cultural, además de ello, la evaluación sostenible puede estar reflejada de manera interna o externa como es el caso de algunas metodologías que evalúan el tipo de actividad, y el entorno que se rodea. Sin embargo existen diferentes metodologías que hacen énfasis en el análisis político, ya que al verificar las distintas normativas estas deben tener un amparo y protección al ambiente y cuidado de recursos, al momento de realizar la actividad turística.

Como finalidad se opta por realizar el proyecto de investigación con la metodología InnovaRSE, del autor Navarra (2020), el cual se enfoca de manera directa en las 3 dimensiones antes mencionadas, y los indicadores de evaluación se acoplan a las empresas que prestan el servicio de actividad turística. (Apéndice 3.)

7.4 Competitividad

La competitividad puede derivarse como el término adecuado para la innovación, crecimiento productivo, desarrollo empresarial, y todo término que tenga como visión el crecimiento y subsistencia de la empresa. De acuerdo a: (Millán-García, 2018, p. 2) “ La competitividad es un tema recurrente en la actualidad que se ha empleado para referirse a aquellas empresas, países, regiones o sectores que son capaces de establecer estrategias de manera constante tendientes a responder a las demandas del entorno”. El término competitividad está involucrado en satisfacer y brindar un servicio que sobrepase las expectativas de los clientes, indistintamente del área laboral, esta debe de regirse por las normas de la empresa y luego por las necesidades del cliente.

Cedeño Héctor (2020), habla sobre la importancia de los procesos que existen dentro del área operativa de las empresas para mejorar la parte competitiva de la misma,

es decir que los procesos que realizan el staff de las diferentes áreas cuentan como un eje o indicador de competitividad y rango de satisfacción al cliente. Existe un término japonés del autor, Glagolev et al (2020), el cual se llama Keizen y significa el mejoramiento continuo de los procesos y operaciones.

7.4.1 Importancia de la competitividad en las empresas hoteleras

Dentro de un establecimiento hotelero existen diferentes servicios y aspectos que el huésped toma mucho en cuenta en cuanto a su estancia y el tiempo que va a pernoctar en el establecimiento. De acuerdo a un documento de Millán-García (2018), algunos de los factores clave para la competitividad hotelera se basan en las decisiones estratégicas de marketing, la satisfacción del cliente, calidad, precio, servicio, tecnología e innovación. Esto son factores clave para que el establecimiento turístico mejore y corrija errores interna y externamente acoplándose a las preferencias del cliente.

7.4.2 Competitividad en empresas hoteleras

El término competitividad hace referencia al mejoramiento evolutivo de la empresa, servicio, o producto, acoplándose al mercado y las nuevas necesidades del mismo, De acuerdo a Rojas, Romero, Sepúlveda (2000), algunos de los factores que permiten la competitividad de una empresa son internos, sectoriales, sistémicos, y de desarrollo, esto con el fin de procurar mejorar su productividad interna y externa y estar dentro de un mercado competitivo.

7.4.3 Para que se mide la competitividad

De acuerdo a Manosalvas Carlos, Manosalvas Luis (2015), mencionan que una búsqueda de mecanismos permite mejorar su posición frente a la competencia de mercado y mejorar sus ingresos, es decir que las empresas tienden a crear métodos de

eficacia y mejora en cuanto a la producción, servicio, y organización, lo cual es reflejado en la calidad y precio.

Además de ello Millán-García, (2018), nos habla que existen 4 tipos de competitividad enfocados en distintos tipos de organización y función: Competitividad Meta, macro, meso, y micro. Siendo esta última la que se base en enfrentar las necesidades de la demanda a la cual ofrece sus servicios, de manera que impulse a un mejoramiento en cuanto a sus productos, tecnología, canales de distribución, y logrando un balance en la utilización de sus recursos y la capacidad de competir con otras empresas.

7.4.4 Factores determinantes de la competitividad

Medeiros (2020) menciona que existen 3 factores determinantes de la competitividad, empresa, estructura, y sistema, en donde se establecen capacitaciones, desempeño, y organización en cuanto al personal, en base a ello y los objetivos empresariales se visiona el mercado, industria, tecnología, enfocado en el tipo de empresa, para acoplarse con políticas, normativas sociales, y ambientales.

7.4.5 Metodologías para medir la competitividad hotelera

A continuación, se muestran diferentes metodologías que permiten evaluar la competitividad desde diferentes factores, indicadores, y herramientas que permiten tener como resultado el nivel de competitividad empresarial. Cabe recalcar que la información se recaudó por parte de los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, de la carrera de Turismo, evaluando la metodología que este acorde al tema del proyecto propuesto.

Tabla 4

Metodologías para medir la competitividad.

METODOLOGÍA	AUTORES Y DETALLE GENERAL	INDICADORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales.	Esta metodología les pertenece a los autores: De la Hoz (2016), trata básicamente de la evaluación de competitividad en base al factor económico de la empresa, procesos internos, aprendizaje y crecimiento, clientes, y dimensiones de mercado.	En la mayoría de indicadores se distribuyen por el factor a evaluar, van desde un análisis de ingresos económicos mediante un porcentaje, hasta el estudio de mercado, clientes, y evaluación interna de la empresa.	Evaluaciones métricas para evaluar la competitividad. Evaluación mediante diferentes perspectivas. Evaluaciones por promedios.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.
Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México.	Esta metodología le pertenece a Bañuelos et al. (2021), el cual evalúa la competitividad mediante 5 fases, de manera interna de la empresa, partiendo de la constitución empresarial, procesos de construcciones de soluciones a entregar, servicios, modelos de caso, y lecciones aprendidas.	Dentro de varios indicadores están el análisis situacional, estrategias con organizaciones, propuestas de soluciones, revisiones técnicas mediante documentos y leyes del país, y estudios con resultados estadísticos.	Trabajo mediante muestra poblacional. Estudio interno de la empresa. Servicios y preferencias del cliente.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y turística en Cartagena.	Esta metodología le pertenece a: Lillo (2007), Trata sobre la evaluación de competitividad empresarial mediante la planificación estratégica, las operaciones y productos, calidad, comercialización, estudios financieros de la productividad y mercado, recursos humanos, gestión ambiental, y un sistema de información.	Varios de los indicadores nos muestran una evaluación interna de la empresa, desde la normativa general, sus objetivos de venta, relaciones, políticas, estrategias, rotación de clientes, clima o ambiente laboral, inducciones, todo con la finalidad de mejorar su actividad y producto o servicio final.	Integración y planeación de mercado. Fomento de programas productivos. Desarrollo productivo a empresas, y empresas de producción. Utilización FODA.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas. Metodología extensa.
Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana.	Autor: Saavedra (2012), trata sobre el análisis competitivo interno y externo de la empresa haciendo énfasis en los distintos tipos de dimensiones que permiten la actividad desde donde se analice.	Los indicadores se analizan desde el proceso productivo, oferta, y los apoyos institucionales que la empresa recibe.	Análisis exacto de la demanda, y mercado. Éxito en relaciones interempresariales. Mejora y capacitaciones al personal.	Información necesaria privada con poco acceso. Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

					Inaccessibilidad a empresas.
Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California.	Ibarra (2017), esta metodología como se explica con anterioridad estudia todo el proceso de funcionamiento, producción y comercialización, esta metodología se aplicó en Baja California.	Varios de los indicadores aplican o están enfocados al análisis de estrategias, producción, comercialización, análisis de finanzas, gestión ambiental, e inducciones y capacitaciones por parte de recursos humanos.	Estudio interno de la empresa. Análisis FODA Tamaño de la empresa, representa competitividad.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial.	Los autores: Álvarez (2021), proponen un estudio de competitividad a través de codificaciones e indicadores que parten su análisis desde la innovación.	Los indicadores son codificaciones: 1- 6 / 7. 7b. 7c. 7d. y 8 / 9. 9i – 9k / 10. – 16 17. 17 ^a – 17j / 18. 18 ^a . – 18j / 19. 19 ^a . – 19d.	Estudio interno de la empresa. Transformación de nuevas ideas o productos. Innovación.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano.	Cuesta (2011), propone estudiar la competitividad mediante el análisis del desempeño por competencias.	Los indicadores hacen énfasis al estudio de competencias laborales, es decir los puestos operativos, cargos, procesos, y objetivo general empresarial.	Identificación apropiada de puestos del personal. Desarrollo e impulso estratégico interno.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú).	Benites Gutiérrez (2020), proponen analizar la competitividad mediante los factores de capital humano, financiero, calidad, y tecnología empresarial.	Varios de los indicadores están relacionados a encuestas de calidad, producción, calidad, eficacia, interna y externa de la empresa, y su herramienta para medir cada indicador son escalas de números enteros.	Estudios de valor de mercado. Estudios de valor de clientes. Estudios culturales.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Reflexiones sobre la conceptualización de la	González (2009), evalúan la competitividad desde el destino, los servicios, calidad, ubicación, seguridad, los servicios y atractivos que existen, la publicidad, entre otros.	Los indicadores están relacionados al estudio del destino, factores relevantes de atracción del destino, y los factores de soporte y recursos, en donde están la infraestructura,	Estudios de proveedores. Estudio de preferencias de clientes. Estudio de mercado.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

competitividad de destinos turísticos.		transporte, y otros servicios que interactúan de manera directa con el turista.		Inaccesibilidad a empresas.
Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes.	Los autores: Rohvein (2013) proponen un estudio competitivo interno de la empresa, desde el ingreso del turista, y el enfoque general en las distintas áreas operacionales.	Los indicadores estudian de manera específica en el control, organización, planificación, y reacción de actividades y servicios que se relacionan directa e indirectamente al cliente.	Evaluación interna. Control organizacional interno de la empresa. Inventario.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Innovación y Competitividad Empresarial.	Bernasconi Melucci (2015), propone un estudio de competitividad por naturaleza, y aportación o novedad, es decir su innovación en diferentes aspectos, y el grado de atracción que aporta y promueve la visita del turista.	Los indicadores están enfocados a la innovación, comercial, financiera, organizativa, tecnológica, y I+D, que es el estudio de atracción.	Opción a innovación. Estudios de proceso empresarial. Análisis de necesidad de mercado.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas. Poca innovación o desarrollo de los actores clave.
Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico.	L. A. Á. Barragán & Sierra (2021), proponen una metodología en donde se analice desde el nivel micro, infraestructura, satisfacción, calidad, servicio, procesos, e infraestructura.	Los indicadores están enfocados para analizar la infraestructura de la empresa, el proceso de creación del servicio o producto, el análisis de satisfacción del cliente, y la calidad.	Estudio correlacional. Muestras o resultado por promedio o porcentaje.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad.	Saavedra-García et al. (2020), estudian la competitividad desde el tamaño, y sector, esta metodología se aplicó en México.	Los indicadores parten desde el plan de comercialización y sus procesos. Mercado, estrategias, precio, distribución, competidores, entre otros.	Conectividad empresarial Análisis PYME. Análisis interno y externo. Mejora empresarial. Impulso de personal positivo.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.

Competitividad en las Organizaciones.	Ramírez et al. (2018), proponen una metodología que estudie la competitividad empresarial desde el factor social y sus características.	Los indicadores se relacionan a la innovación tecnológica, diseño de instalaciones, ventaja competitiva del producto, relaciones laborales, y visión del futuro de la empresa social.	Análisis al mercado. Evaluación de host. Impulso de desarrollo interno de la empresa.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio.	Los autores J. M. Ponce et al. (2020), proponen estudiar la competitividad Pyme, a través de la inteligencia internacional mercado, logística, y análisis financiero.	Los indicadores evalúan los mercados potenciales, análisis comercial, social, económico, requisitos legales, estudios financieros, entre otros.	Selección de mercados potenciales. Plazas de venta. Preferencias de la demanda.	Poco interés de las empresas. Poca información brindada de los actores clave.
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo.	Medeiros et al. (2020), muestran un análisis competitivo a través del sistema, la empresa, y la estructura.	Los indicadores estudian la parte legal, su infraestructura, mercado, normas, desempeño, capacitaciones, instituciones, entre otros.	Análisis competitivo a nivel global. Análisis de competitividad global. Ventajas de factores globales.	Inaccesibilidad de información. Extensa muestra de estudio.
Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial.	Los autores Mejía et al. (2019), estudian la competitividad empresarial desde el enfoque de dirección, operativo, y de apoyo, haciendo énfasis en el estudio interno de la empresa.	Los indicadores van desde el plan estratégico, ubicación, infraestructura, gestión ambiental, mercado, demanda, costos, finanzas, entre otros.	Planificaciones de desarrollo económico financiero. Involucración de todos los ámbitos a estudiar. Impulso de desarrollo.	Empresas pequeñas frente a multinacionales. Falta de cooperación entre colegas. Representatividad micro y macro empresas.
El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.	Lillo (2007), estudia la competitividad desde la apertura del turismo, su desarrollo social, y entorno al que se desarrolla para brindar la actividad turística.	El indicador turístico se analiza mediante las herramientas y técnicas en análisis del sistema hotelero, precios, medio ambiente, tecnología, y desarrollo social, entre otros.	Análisis de mejoras de viabilidad. Mejoras uso de recursos naturales. Impulso de desarrollo empresarial.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

					Inaccessibilidad a empresas.
Factores de competitividad hotelera.	e de Millán-García (2018), valoran la competitividad desde las características turísticas, gestiones de mejora continua, humana, cliente, y beneficios.	Los indicadores valoran la filosofía de la empresa, calidad del servicio, políticas, retribuciones, rentabilidad, mercado, entre otros.	Estudios a partir de niveles meta, macro, meso, y micro. Vocación turística de personal. Crecimiento empresarial.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial.	Ramón (2021), la competitividad se mide a través del análisis cliente – mercado, económico – financiero, técnica, medio ambiente, y social.	Los indicadores evalúan a los proveedores, clientes, su satisfacción, mercado, productividad, inconformidad, cultura ambiental, recursos humanos, entre otros.	Estudio interno. Análisis de servicio. Impulso de desarrollo y mejora.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial.	De acuerdo a Ramírez Molina & Ampudia Sjøgreen (2018), evalúan la competitividad mediante la aritmética, resultado conseguido a través de sus indicadores.	Los indicadores evalúan la: innovación, tecnología, flexibilidad productiva, calidad, en una escala de: 1 -3, 4 – 6, 7 – 9, 10 – 12.	Estudio del personal administrativo. Análisis interno de la empresa. Impulso de mejora al servicio del cliente.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).	Arévalo (2015), la competitividad se mide a nivel, meta, social, y nivel, micro, macro, y meso.	Los indicadores van de acuerdo a la satisfacción, calidad, soporte, requisitos, potenciación, y productividad.	Índices de eficiencia. Análisis de satisfacción del cliente. Propuestas de mejora.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito	Cadena (2017), propone el análisis competitivo a través del marco regulatorio, ambiente negocios, seguridad, políticas públicas, competitividad precios, infraestructura, mercado, recursos naturales, viaje de turismo, entre otros.	Los indicadores son más extensos desde el derecho de propiedad, requerimientos de visa, calidad de infraestructura, uso de internet, capacitaciones primarias, regulación laboral, entre otros.	Cálculos muestrales de población. Análisis de satisfacción del cliente.		Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014.			Estrategias de mejora de servicio al cliente.	Inaccesibilidad a empresas.
Estudios de Competitividad.	Leal et al. (2015), evalúa la competitividad desde la capacidad de operación, y administrativa.	Los indicadores van desde la planificación estratégica, compromiso directivo, manuales, contratos rentabilidad, costos, entre otros.	Propuestas de conservación y eliminación. Análisis interno y externo empresarial. Enmarcaciones de visión y objetivos a futuro.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria.	Girán et al. (2008), miden la competitividad desde los factores claves del éxito los cuales son: gerencia, mercadeo, calidad. ambiente, y productividad.	La técnica utilizada es una valoración y escala mayor a cero, igual acero, y menor acero.	Análisis situacional. Análisis en dos variables.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Cuaderno Técnico N°14 Algunos Ejemplos De Cómo Medir La Competitividad.	Rojas et al. (2000), evalúan la competitividad desde los factores sectoriales, sistémicos, e internos de la empresa.	Los indicadores evalúan desde la capacidad tecnológica, calidad de recursos humanos, fortalecimiento en redes, esquemas organizacionales, entre otros.	Análisis internos de la empresa. Análisis gubernamentales externos. Impulso de mejoras económicas.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19.	J. García (2021), estudian la competitividad desde el nivel de predominación e innovación Mypes.	Los indicadores evalúan la infraestructura, capital humano, creatividad, desempeño financiero, desempeño de producción, limitaciones de innovación, efecto de innovación, factores de éxito entre otros. Y su herramienta de valoración se basa en porcentajes.	Análisis de requerimientos básicos. Análisis de eficiencia. Mejoras en innovación.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Construcción de indicadores para la competitividad.	Izquierdo (2008), evalúan sobre los factores de capacidad, y eficiencia, esta metodología se aplicó en Xalapa, México.	Los indicadores se evalúan en el factor económico, productividad, costos / precios,	Análisis macro, meso, y micro.	Poco interés de los actores clave.

Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa.		tecnología, medio ambiente, y capacidad productiva.	País, industria, empresa, y región. Análisis de rentabilidad.	Poca información destinada a la evaluación.
Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas.	Sepúlveda (2010), evalúan la competitividad a través de la vigilancia, toma de decisiones, infraestructura, I+D, evaluación financiera, posicionamiento, satisfacción del cliente, y planeación estratégica.	Los indicadores y herramientas van acorde a preguntas tipo encuesta para analizar diferentes factores como: fuentes, conocimiento, política, propiedad, experiencia, ente otros.	Análisis interno y externo empresarial. Impulsos de mejora en el personal. Mejora de posicionamiento.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.
Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.	Según Clavijo (2020), la competitividad empresarial se mide internamente hacia lo externo.	Los indicadores desde la capacidad directiva, recursos tecnológicos.	Análisis innovador Impulso de mejora interno. Análisis financiero.	Poco interés de los actores clave.

Nota: Adaptado de metodologías investigadas emitidas por docentes Universidad Técnica de Cotopaxi 2022.

Como resultado general la competitividad empresarial se mide a partir de diferentes factores estos pueden ser internos o externos, sobre todo enfocándose en la productividad y manejo del control interno de la empresa, y está a la vez cómo se relaciona con la sociedad, y los factores externos que permiten que la actividad turística funcione. Como se puede analizar el control normativo, administrativo, y sus departamentos, también se lo puede hacer desde el objetivo empresarial, su visión. Además de ello la competitividad también llega desde la parte comercial, mercado, cliente, instituciones, proveedores, y su relación con los recursos y entorno natural.

Para el proyecto de investigación se toma la metodología BID, la cual estudia la competitividad interna de las empresas indistintamente de su actividad, en base a 8 áreas, y sub áreas, obteniendo resultados concretos donde se puede apreciar detalladamente los problemas empresariales. (Apéndice 4.)

7.5 Turismo

La actividad turística está enfocada al servicio de toda actividad que incluya los gustos y preferencias de la demanda, Según: (Buhalis, s. f., p. 42), “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”, Por tal razón el turismo es una actividad que conglomerada diferentes áreas de acorde a su funcionalidad.

7.5.1 Demanda Turística

Para que la actividad turística funcione necesita de un consumidor que disfrute y realice actividades turísticas. Según: (Buhalis, s. f., p. 44), “Formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos”. Es por ello que todas las actividades y servicios turísticos se los realizan para la demanda, y varían conforme a los gustos y preferencias o perfil del turista.

7.5.2 Oferta Turística

Arenas, (s. f.), menciona que la oferta turística son los servicios turísticos que contribuyen y brindan auxilio, a todos los turistas que acceden y utilizan los diferentes servicios turísticos en los destinos y atractivos como tal, si nos enfocamos en la sostenibilidad parte de esta responsabilidad proviene de ellos siendo actores directos por conservar y precautelar el buen uso de los recursos y propagar la buena educación ambiental al visitar los destinos turísticos.

7.6 Espacio Geográfico

(Arenas, s. f., p. 6), “La geografía turística y la conectividad son dos eslabones estratégicos del negocio turístico”. Aquí se sitúan todos los destinos turísticos, atractivos, y planta turística, dependiendo las preferencias del turista el espacio geográfico cambia conjunto a sus servicios. Además de ello aquí podemos encontrar todos los recursos naturales que son utilizados por la planta turística, para precautelar el buen uso sostenible de estos recursos todos los visitantes deben de respetar el lugar donde se encuentran.

7.7 Infraestructura

(Varisco, s. f., p. 7), “Es el conjunto de servicios que sirven en base al desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia del turismo”. La infraestructura está conformada por todos los servicios que el turista llegue a necesitar en su estancia, además de las necesidades básicas como: servicios de agua, sanidad, servicio de redes de comunicación, redes viales, etc. Todas estas tienen una conexión con el tema de sostenibilidad ya que la mayor parte de servicios funcionan en base a los recursos como: agua, de los cuales se derivan la energía eléctrica, agua potable, etc.

7.7.1 Super estructura turística

Las entidades gubernamentales tienen la obligación de brindar apoyo a la actividad turística dando mantenimiento a los principales servicios de la infraestructura y control, además de un trabajo conjunto para brindar una mejor imagen sostenible y turística del lugar en donde se destine sus funciones.

7.8 Organización general del alojamiento

Para la evaluación sostenible y competitiva de un establecimiento hotelero se necesita conocer el proceso de productividad y servicio interno del mismo, para lo cual es necesario comprender como funcionan o está organizada una empresa hotelera.

Dentro del alojamiento indistintamente del tipo existen áreas y sub áreas que permiten que la actividad interna del alojamiento funciones, para ello estan profesionales en cada área relacionados al turismo. Estos son los actores principales para apoyar la sostenibilidad y explicar a cada uno de sus huéspedes que el cuidado ambiental depende de cada uno de ellos. Especialmente del área de limpieza deberían existir programas de reciclaje, separación de desechos.

7.8.1 Tipos de Organización

De acuerdo al análisis de Navarro Antonio (2008), existen 3 tipos de organización más importantes; Jerárquica, funcional, y divisional. de los cuales tomaremos la organización jerárquica la cual de manera práctica facilita de manera acorde el trabajo con áreas, sub – áreas, y profesionales a cargo.

La organización empresarial es un método claro de ejemplificar el orden y manejo de tareas dentro de las áreas o estaciones de la empresa, para tener un detalle limpio y organizado de información. Dentro de las variables de estudio se puede decir

que para medir la competitividad y sostenibilidad la evaluación empieza desde el staff y su relación con el turista.

7.8.2 *Organigrama Funcional*

La organización jerárquica es el claro ejemplo de división y subdivisión de áreas y labores, esto con el fin de tener una productividad en orden y se pueda conocer las funciones de la empresa en cuanto al estudio sostenible y competitivo, ya que cada área se relaciona directa e indirectamente con el turista o cliente.

De acuerdo a Navarro Antonio (2008), menciona que dentro de las empresas existen diferentes organigramas que dan orden a todas las áreas involucradas, estas están divididas en departamentos de acuerdo a su función. Esto adecúa fácilmente la actividad de cada gestor para un mejor trabajo, si hablamos de la actividad hotelera cada cargo funciona para dar conexión a otra. Si el presente proyecto se enfoca en la sostenibilidad parte de esta responsabilidad ambiental vienen desde el momento de realizar la reserva.

7.8.3 *Funciones y Sub – Departamentos*

De manera general para todo tipo de alojamiento existen áreas principales e importantes que el cliente en cualquier momento desde su llegada al establecimiento tiene que pasar, es decir el manejo de turistas dentro de un alojamiento es una actividad organizada y constante. Una forma de corroborar lo antes mencionado es mediante el ejemplo de recibir al huésped, mediante el front desk, el cual es la primera imagen del alojamiento, y el cual brinda un servicio completo con información clara, y en algunas ocasiones con reglas de la casa. Dentro del alojamiento existen diferentes departamentos, áreas, y sub áreas, dependiendo el tipo de alojamiento este puede estar dividido en áreas

con mayor complejidad o menor, estas pueden ser: Recepción, Administración, Gerencia, área de limpieza, área de cocina, etc.

7.8.4 Personal de recepción

El personal fron desk es el encargado de recibir a los turistas, informar sobre las actividades y áreas comunes que posee el establecimiento, digitalizar los datos del huésped, además de ayudar con las preguntas, y dudas que tengan, además de ello si hablamos de sostenibilidad es desde esta parte que tiene que involucrarse en el cuidado ambiental, y de los recursos para tener un buen uso sostenible.

7.8.5 Tipología de alojamientos

De acuerdo al análisis turístico de Boullón se comprende que existen 4 diferentes tipologías de hotelería las cuales desglosan diferentes tipos y temáticas con servicios diferentes, pero con un mismo objetivo. La tipología más clara es la del establecimiento la cual integra a la oferta hotelera, y extra hotelera, diferenciándose por el servicio completo que ofrece los hoteles, y las actividades que se asemejan a la actividad hotelera, pero se integran otras actividades como: balnearios, camping, etc.

- a) Tipología de establecimiento
- b) Tipología de explotación
- c) Tipología de producto
- d) Tipología de comercialización

7.8.6 Clasificación de los establecimientos hoteleros

Los distintos tipos de alojamientos hoteleros brindan un servicio en común que es ofrecer la pernoctación y descanso del turista, de manera indistinta al sitio en donde

el alojamiento se encuentre, esto último es de suma importancia ya que el tipo de sitio en donde este ubicado el establecimiento es una fuente de recursos naturales y culturales, de igual manera las actividades que ofrezca el alojamiento van acorde a la temática del lugar. Además de los tipos de alojamiento que se encuentren en áreas verdes, o lugares con mayor flora y fauna deben de tener un mejor manejo sostenible de recursos para poder ser un establecimiento competitivo.

Según el *Reglamento de alojamientos turísticos* (2022), existen 9 distintos tipos de alojamiento clasificados para brindar hospedaje con ciertas particularidades, estas se describen a continuación con el fin de comprender lo extenso que es la cadena hotelera, estas a su vez cambian o entran en un proceso de resiliencia adaptándose a nuevos mercados, gustos y preferencias de los turistas.

Como se menciona en las sub áreas de sostenibilidad el enfoque verde que le dan a los nuevos turistas es simplemente el hecho de que las nuevas empresas hoteleras o actividades turísticas estén relacionadas al cuidado del medio ambiente, es por ello que en la siguiente tabla se describe las características principales y la razón o similitud con la sostenibilidad y cuidado del ambiente.

Tabla 5*Tipos de hoteles con sus características principales.*

TIPO	CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Hotel (H)	Habitaciones privadas Cuartos de baño Servicio de alimentos y bebidas Restaurante Cafetería Mínimo 5 habitaciones	Este establecimiento brinda un servicio de pernoctación en su mayoría dentro de las ciudades, es decir que sus servicios básicos y manejo ambiental están enfocados al sistema hídrico, además de su actividad principal este tipo de alojamiento debería educar y dar una buena imagen ambiental de proteger las calles y cuidado del patrimonio turístico a sus huéspedes, e informar de cuidado del ambiente cuando visiten otro tipo de alojamiento en zonas rurales.
Hostal (HS)	Habitaciones privadas Habitaciones compartidas Cuartos de baño Servicio de alimentos y bebidas Mínimo 5 habitaciones	Este tipo de alojamiento se encuentra principalmente en lugares alejados a la ciudad, especialmente en barrios, comunidades cercanas a diferentes tipos de atractivos, por lo tanto, la utilización de recursos naturales e impacto ambiental es mayor, la utilización de fuentes hídricas para el consumo doméstico, rutas alternas de tercer y cuarto orden para realizar actividades de senderismo, hiking, el contacto con actividades vivenciales, agrícola, y especies nativas. Para conservar su futuro como alojamiento turístico es importante notificar y dar una buena imagen y cuidado ambiental a sus huéspedes para que desarrollen un buen hábito al visitar lugares así.
Hostería (HT)	Habitaciones o cabañas privadas Cuartos de baño Bloques independientes Servicio de alimentos y bebidas Jardines, áreas verdes, zonas de recreación Mínimo 5 habitaciones	Las hosterías están más cercanas a lugares en donde se practican actividades vivenciales, situadas en comunidades con áreas verdes, páramos, que por lo general su servicio de pernoctación es muy diferente al de un hotel, más rústico, utilización en mayor cantidad de recursos, por lo que se ve una clara diferencia a los hoteles, y una conexión ambiental, con tipología y temática del lugar que se encuentra.
Hacienda Turística (HA)	Habitaciones privadas Cuartos de baño privado o compartido Localizado en parajes naturales o a centros poblados Servicio de alimentos y bebidas Mínimo 5 habitaciones	Este tipo de alojamiento además de brindar un servicio de hospedaje, la mayoría de las veces tiene actividades para los huéspedes mostrándoles la actividad agrícola, ganadera, y como los residentes utilizan y cuidan el ambiente, y sus recursos, ya que de eso depende su futuro laboral, es por ello que estos tipos de alojamientos deben propagar el buen cuidado ambiental y cómo se puede aprovechar.
Logde (L)	Habitaciones o cabañas privadas Cuartos de baño privado o compartido Ubicado en áreas naturales	Situado en lugares con mayor privilegio paisajístico, en medio de bosques, rodeado de animales salvajes y nativos este sería uno de los mayores exponentes a la utilización de recursos, es por eso que en su mayoría realizan campañas para el cuidado de sus bosques, y conservación de animales. Además de

	Excursiones organizadas para observar flora y fauna del lugar Servicio de alimentos y bebidas Mínimo 5 habitaciones	programas de educación ambiental en donde promueven lo importante que es cuidar de los animales, agua, suelo, y plantas del lugar
Resort (RS)	Habitaciones privadas con cuarto de baño Actividades de recreación, o deportivas Servicio de alimentos y bebidas Ubicado en espacios naturales, playas, bosques Mínimo 5 habitaciones	Este tipo de alojamiento brinda un servicio con lujos y está situado en grandes extensiones de terreno, principalmente situado en zonas costeras, ya que su actividad de alojamiento está destinada para turistas una buena economía. Si hablamos de sostenibilidad su mayor preocupación es conservar las especies acuáticas, y zonas costeras, al no generar residuos o desechos que impliquen la extensión de las especies, y así tener una buena imagen de las zonas costeras para toso los turistas que deseen llegar a visitar estos lugares.
Refugio (RF)	Habitaciones privadas o compartidas Cuartos de baño privados o compartidos Área de estar, comedor, y cocina. Ubicado en montañas, o áreas naturales Actividades de turismo de alta montaña	Principalmente estos lugares se sitúan en montañas, volcanes y su preocupación para conservar y cuidar el lugar donde se sitúan de manera sostenible es brindar y educar al turista ya que por lo general existen animales salvajes, impacto y erosión de suelo, esto con el tiempo de manera constante llegaría a dañar el acceso e imagen de la misma. En la mayoría de los casos los turistas estan acostumbrados a alimentar a los animales, por lo que ellos pierden su instinto salvaje de casar, y en la mayoría de los casos pueden extinguirse.
Campament o Turístico (CT)	Tiendas de campaña Mínimo cuartos de baño compartidos Terrenos o áreas delimitadas Facilidad de preparación de alimentos al exterior Seguridad y señalética interna en toda su área	La gran parte de estos alojamientos estan organizados con tiendas de campañas en montañas o volcanes que por lo general tienen por objetivo servir de puntos seguros para los turistas que desean realizar la actividad de climbing, su aporte con la sostenibilidad y ambiente es la educación ambiental no generar y arrojar basura, ya que esto contamina y pueden tener accidentes con los mismos.
Casa de Huéspedes (CH)	Ofrece servicio de hospedaje en la vivienda del prestador de servicio Servicio de alimentos y bebidas Cuartos de baño privados Mínimo dos o cuatro habitaciones.	Este tipo de alojamiento tiene como dueño a un prestado de servicio el cual es dueño de la estancia en donde se van a hospedar los huéspedes, además de ofrecer un servicio de cocina.

Nota: Autor: Reglamento de alojamientos turísticos (2022).

7.9 Hotelería

Esta se define como el servicio comercial de pernoctación dirigido a turistas nacionales y extranjeros, brindando una estancia en los destinos turísticos, además esta tiene el derecho de hacer un buen uso de los recursos naturales ya que depende mucho de ello para conservar y precautelar su futuro, sin daños al ambiente y generando un futuro mejor para sus generaciones. A su vez la actividad de hotelería se ha expandido en gran escala teniendo incluso diferentes variantes y formas de pernoctar, por la aparición de distintos tipos de hospedaje con temáticas, como glamping, camping, hostales, refugios, etc.

7.9.1 Competitividad hotelera

De acuerdo a Millán-García (2018), nos dice que la competitividad hotelera se refiere a complacer y satisfacer todas las necesidades, dudas, y solventar cualquier tipo de inquietud hacia el huésped y turista el cual está pagando por un servicio, dicho servicio debe de superar las expectativas del mismo. Así de esta manera se obtiene un cliente, y un cliente potencial, en caso de coincidir con el mismo destino proveerá los servicios del alojamiento de nuevo.

7.9.2 Hoteles responsables

De acuerdo a L. Domínguez (2010) los hoteles responsables nacen a partir de cambiar la tecnología vieja por un nuevo concepto, para poder generar una economía mayor a como lo hacían antes, y minimizar el impacto ambiental, para lo cual empezaron a utilizar trajes y ropa del staff biodegradable o con materiales orgánico amigables para el medio ambiente, sin duda esta es una de las soluciones que los prestadores de servicio deberían añadir a sus establecimientos.

7.9.3 *Hotel sostenible*

Para poder contribuir con el cuidado del medio ambiente y brindar una mejor imagen ambiental a los huéspedes, y terceros los establecimientos turísticos deberían de reducir la utilización de recursos, y cambiar su estilo de actividad turística. L. Domínguez (2010), es beneficiario reducir consumos eléctricos, minimizar los residuos y emisiones, y utilizar los recursos de manera apropiada.

La sostenibilidad dentro de los establecimientos hoteleros tiene como finalidad controlar y regular el uso adecuado de los recursos existentes en el sitio, además de la buena educación ambiental que deberían de tener el staff de las mismas, para llegar a ser un establecimiento competitivo dentro del mercado hotelero.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPÓTESIS

HO:

- No existe correlación entre la sostenibilidad y la competitividad de las empresas turísticas de alojamiento.
- **¿Existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de alojamiento?**

De manera general no existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad de las empresas de alojamiento del cantón Sigchos, ya que su actividad turística se enfoca al espacio geográfico, controles, y planes ambientales. Su actividad está más asociada a la sostenibilidad, y los beneficios de los recursos naturales en torno a su actividad, despreocupándose de la visión económica, y su accionar de manera interna. Además, existen problemas empresariales internos enfocados a la competitividad, bajos resultados de planificación estratégica, descuido de controles de ventas, balances, seguridad, control médico, y relación staff a empleador.

8.1 Preguntas científicas

- **¿Cuál es el índice de sostenibilidad turística que tienen las empresas turísticas de alojamiento del cantón Sigchos?**

El índice de sostenibilidad varía en una escala mucho mayor en comparación a la competitividad, del 1 al 10, obteniendo un equilibrio de tres empresas en una escala 5, dos empresas en escala de 7, y una empresa en escala de 9, justificando estas respuestas cabe recalcar que el control ambiental, social, y su enfoque de conservación está mucho más esclarecido y entiendo. Es por ello que al analizar las evidencias y verificar su cumplimiento ambiental tienen un índice sostenible más alto.

- **¿Cuál es el índice de competitividad turística que tienen las empresas turísticas de alojamiento del cantón Sigchos?**

El índice competitivo de las empresas turísticas de alojamiento del cantón Sigchos se esclarecen en función a los resultados de la metodología BID, encontrándose todos en una escala de 0% a 20%, en un nivel de 1. Existen problemas generales que engloban una serie de actividades en cadena y se obtienen los mismos resultados, los problemas son internos por el mal manejo administrativo de las empresas.

9. METODOLOGÍA

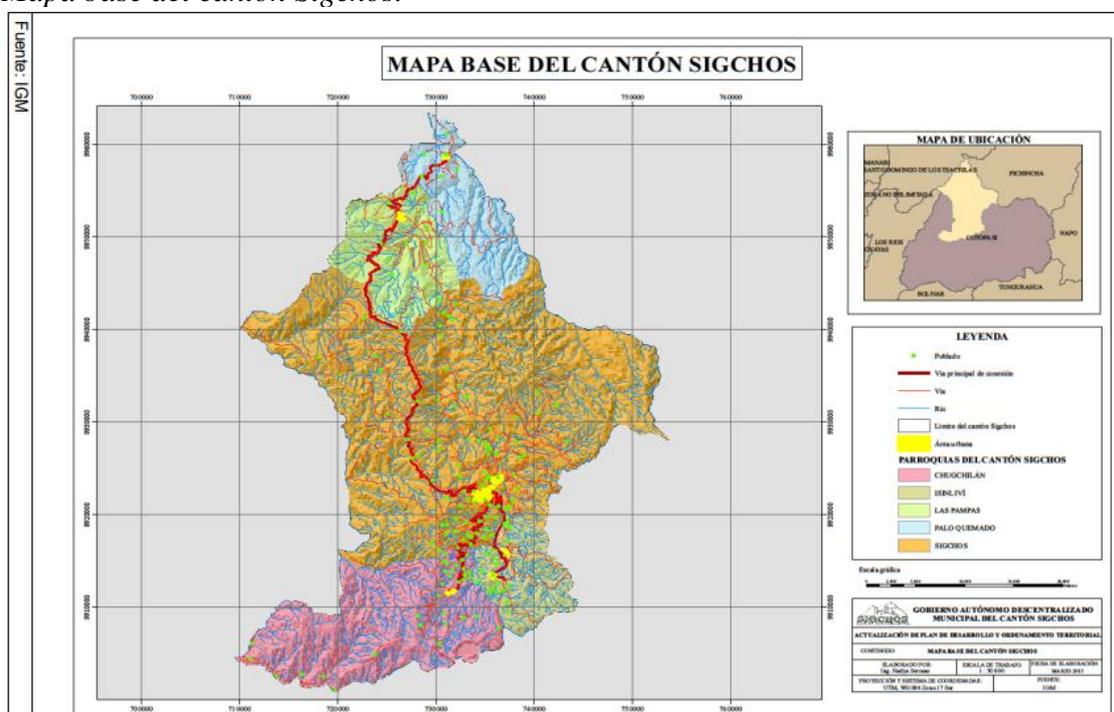
Para desarrollar el presente proyecto en función a la sostenibilidad y competitividad hotelera se puso en práctica un proceso de investigación metodológico, apoyado de un estudio bibliográfico del cantón Sigchos, y un análisis situacional. Además de ello se describe la información preliminar del cantón. Posteriormente las metodologías fueron diseñadas para tener un alcance relacional a los términos de competitividad y sostenibilidad. Para ello se realizaron diferentes actividades a lo largo

del proyecto, verificando niveles de competitividad y sostenibilidad, además de un diseño FODA, para contrastar los problemas encontrados y solventarlos en base a estrategias de mejora en la actividad de alojamiento turístico. A continuación, se evidencia un detalle paso a paso de la utilización de la metodología:

9.1 Descripción del área de estudio

Figura 1

Mapa base del cantón Sigchos.



Nota: Autor: PDOYT cantón Sigchos, Robayo 2022.

El cantón Sigchos conocido como jardín colgante de los Andes está ubicado en la zona Andina de la provincia de Cotopaxi con una altitud de 3.700 m.s.n.m, y una población de 23. 140 habitantes Robayo Barragan, (2022), es uno de los cantones con mayor afluencia turística extranjera por ser paso y conector de diferentes pueblos y atractivos naturales del Ecuador. Como la Laguna de Quilotoa, máscaras de Tigua, Zumbahua, Chugchilán, entre otros.

Sus límites son al norte con el cantón Santo Domingo, al este con el cantón Mejía, y Latacunga, al sur con el cantón Pujilí, y finalmente al Oeste con el cantón La Maná. Robayo Barragan (2022). Gracias a ello es uno de los sitios de paso para realizar la actividad del Quilotoa Loop, la cual conta de una caminata de 3 a 4 días en donde se visualiza la actividad vivencial de los residentes de las localidades, diferentes atractivos, recursos, hospedajes, y gastronomía típica del lugar.

Sigchos hace mención a su nombre jardín colgante de los Andes, ya que está ubicada estratégicamente en pendientes mayores al 70% de suelos montañosos, consecuentemente se puede apreciar una diversidad de productos agrícolas, por el favorable clima frío, se puede cultivar tubérculos y leguminosas. Su rango de temperatura va desde los 4°C hasta los 20°C, en una media anual de 15.8°C Robayo Barragan (2022).

Parte de la vegetación, productos agrícolas, y recursos naturales es por el abundante bosque tropical mega térmico húmedo que posee, y de alta montaña es por ello que muchos andinistas visitan el cantón para realizar actividades de entrenamiento post – alta montaña. Siendo esto una de las principales razones por la que existe una gran cantidad de empresas de hospedaje registradas, 1 campamento turístico, 3 hosterías, y 7 hostales, estos categorizados legalmente dentro del cantón.

9.2 Protocolo de Investigación

El proyecto de titulación está enfocado a la investigación cuantitativa, de tipo transversal dado que las variables de investigación se midieron una sola vez, con un alcance relacional. El trabajo se realizó en base a las dos metodologías de estudio: sostenibilidad y competitividad, utilizando el método deductivo para inferir y concluir en los indicadores de los mismos, para finalmente comprobar la hipótesis establecida.

9.3 Población de estudio

El presente proyecto de titulación tiene una población de estudio de 11 establecimientos hoteleros categorizados legalmente dentro del cantón Sigchos, al ser una población de estudio muy pequeña, no existe la necesidad de calcular una técnica de muestreo para obtener la muestra de estudio, ya que se conoce la población y esta es menor a 30.

9.4 Metodología cuantitativa

Para el presente proyecto de investigación se utilizó la metodología cuantitativa para el inicio de la investigación y sustentar la hipótesis realizada, además de ello se tomó en cuenta la metodología diseñada por los autores Fernández Carlos, Baptista Lucio (2014), los cuales mencionan que es posible realizar un proceso metodológico partiendo de las variables, en este caso trabajamos con dos variables, sostenibilidad y competitividad, y una hipótesis a la cual queremos llegar a corroborar, llegando a un alcance relacional.

9.5 Estadística inferencial

Para el presente proyecto se aplicó la estadística inferencial, trabajando con dos variables, en donde se determina el proceso de intervalos, los cuales se estudiaron partiendo de las hipótesis, hasta llegar a conclusiones y toma de decisiones. Acosta Salomón (2014), menciona que se puede trabajar con una o dos variables, en este caso se utilizó la variable cuantitativa. Concluyentemente de ello se pudo determinar los resultados de manera estadística.

9.6 Método deductivo

El método deductivo se utilizó para la observación teoría para llegar a conclusiones, estas pueden estar relacionadas a la hipótesis de la investigación o no, sin embargo no siempre es útil Newman (2006), menciona que necesita empezar por premisas verdaderas para llegar a conclusiones concretas.

9.7 Instrumentos de recolección de datos

9.7.1 Cuestionario

Tras analizar las 60 metodologías descritas en el apartado científico técnico, se tomó la decisión de seleccionar la metodología Innovarse, y BID, para analizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas de hospedaje del cantón Sigchos, puesto que existe una gran relación y enfoque en cuanto a la actividad turística, y los beneficios que este análisis puede tener. Además de la relación de impactos económicos, sociales, y ambientales.

El cuestionario de sostenibilidad está diseñado en función del análisis de tres dimensiones, económico, ambiental, y social, existen 10 ítem por cada dimensión, los cuales están enfocados al manejo interno en relación a la actividad externa. Se evaluó estos ítems en una escala de 1 a 10, determinando su categorización como: buenas prácticas con una valoración de 7 a 10, procesos de mejora con una valoración de 4 a 6, y áreas de mejora con una valoración inferior a 3.

El cuestionario de competitividad evaluó la actividad interna de la empresa en función a 8 áreas generales y sub áreas, en total se presentan 103 ítems, de evaluación. Para determinar los resultados se categoriza una escala de 1 a 5, en un rango de 0% a 20%, siendo (1) 0% a 20%, muy baja competitividad, (2) 21% - 40%, baja

competitividad, (3) 41% - 60%, mediana competitividad, (4) 61% - 80 %, alta competitividad, y (5) 81% - 100% muy alta competitividad Saavedra (2012).

9.8 Metodología InnovaRSE para evaluar la sostenibilidad

Esta metodología está enfocada a la sostenibilidad empresarial dentro de pequeñas y medianas empresas para tener un mejoramiento ambiental y tener un equilibrio social y económico, Navarra (2016), está de acuerdo a que las empresas tienen que tener un enfoque responsable con el medio ambiente. La metodología está diseñada para los propietarios de las empresas, gerentes, y administradores, así como una persona encargada autorizada.

La metodología InnovaRSE tiene un contenido de 30 ítems o preguntas, 10 por cada dimensión, las cuales son: Económica, ambiental, y social, estas estudian y analizan los factores internos y externos de la empresa. La calificación de los ítems tiene una escala de 1 a 10, esto para definir cuál es la situación de la empresa para su ponderación; Ajustes, planificación, chequeo, y desarrollo. (Apéndice 3.)

- **Ajustes:** Se revisa y mejora lo planificado como consecuencia del análisis y del aprendizaje.
- **Planificación:** las áreas descritas en la frase abierta se planifican en mayor o menor medida.
- **Chequeo:** Se miden los resultados de las acciones llevadas a cabo y se analizan.
- **Desarrollo:** Lo planificado está implantado en mayor o menor medida.

La evaluación consta de una valoración de 1 al 10, esto depende de manera radical en cuanto las evidencias proporcionadas por parte de la empresa en cada ítem. Para los resultados finales se suman el valor de cada dimensión obtenido de cada ítem, y eso dividido para el total de preguntas, finalmente se suman todas las dimensiones y se las divide para tres, para el promedio general de las dimensiones.

Tabla 6

Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem.

RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. VALORACIÓN GLOBAL

Enunciado	Nombre de la empresa:										Media
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Dimensión Económica											
Dimensión Ambiental											
Dimensión Social											

Nota: Autor: Navarra (2020).

Finalmente se comparan los resultados promedios de cada empresa obtenida por la aplicación de la metodología para verificar en qué estado y nivel se encuentran, esto también ayuda a esclarecer los sesgos y problemas de manera específica.

9.9 Metodología BID para evaluar la competitividad

Esta es una metodología desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), adaptado por la cámara de comercio de Medellín, y Antioquía, con el fin de analizar la actividad empresarial interna en donde se puedan visualizar las fortalezas y debilidades, para luego crear estrategias y potencializar las fortalezas, y controlar las debilidades encontradas para mejorar la competitividad de la empresa en un valor superior.

Los ítems van dirigidos a la dirección empresarial, gerente, o propietario PYME, para aplicar esta metodología es necesario realizar un sondeo en 4 diferentes perspectivas empresariales: Financiera, clientes, procesos internos, y las capacidades del personal y la organización. Además de ello esta metodología distingue 3 fases del

proceso de diagnóstico: Análisis económico financiero, diagnóstico funcional, y diagnóstico estratégico. El resultado del análisis proporcionará información sobre los problemas que existan en la empresa y sus causas. Es por ello que se enlista los factores más importantes para el diagnóstico. (Apéndice 4.)

Tabla 7

Áreas y sub áreas a estudiar la competitividad.

ÁREAS	SUB ÁREAS
Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de planeación estratégica • Implementación de la estrategia
Producción y compras	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación y proceso de producción • Capacidad del proceso • Mantenimiento • Investigación y desarrollo • Aprovisionamiento • Manejo de inventarios • Ubicación e infraestructura
Aseguramiento de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos generales de la calidad • Sistemas de calidad
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado nacional: mercadeo y ventas • Mercado nacional: servicios • Mercado nacional: distribución
Contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo de costos y contabilidad • Administración financiera • Normas legales y tributarias
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos generales • Capacitación y promoción del personal • Cultura organizacional • Salud y seguridad industrial
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Política ambiental de la empresa • Estrategia para proteger el medioambiente • Concientización y capacitación del personal en temas ambientales • Administración del desperdicio
Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación del sistema • Entradas • Procesos • Salidas

Nota: Autor: Saavedra García (2012).

Tabla 8*Calificaciones de cada ítem.*

La calificación 0 indica que (no existe)

La calificación 1 indica que existe; (sin presentar las evidencias)

La calificación de 2 indica que está (en proceso de documentación)

La calificación 3 indica que está (documentado)

La calificación 4 indica que está (documentado y difundido)

Y la calificación 5 indica que está documentado, difundido, y actualizado (2022)

Nota: Autor Saavedra García (2012).

Para determinar los rangos de competitividad es necesario saber los porcentajes de ponderación, y la calificación que tendrá cada ítem, esto se dará específicamente con la evidencia, es por ello que la mayoría de información va en cuanto al funcionamiento interno de la empresa, empleados, y empleadores. Finalmente se muestra en base a una tabla los resultados con las calificaciones y ponderaciones correspondientes a cada ítem de área y sub área de la empresa.

Tabla 9*Tabla de ponderación y calificación final.*

	ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	NOTA PONDERADA
1	Planeación estratégica				
2	Aseguramiento de calidad				
3	Cadena de valor				
4	Merchandising				
5	Contabilidad y finanzas				
6	Talento humano				
7	Gestión ambiental				
8	Sistemas de información				

Nota: Autor Saavedra García (2012).

Para finalizar con la metodología en base a los resultados se realiza un plan de mejoramiento de acuerdo a las áreas y sub áreas con mayor vulnerabilidad o desestabilización organizacional. A continuación, se muestra el ejemplo.

Tabla 10

Tabla de propuestas de mejora.

DEBILIDAD O NECESIDAD	ACCIONES		MEDIO PARA VERIFICAR EL INDICADOR	PLAZO
	ACTIVIDAD	TAREA		

Nota: Autor: Saavedra García (2012).

9.10 Proceso de aplicación

9.10.1 Investigación Bibliográfica

Entre los primeros pasos del estudio y aplicación de las metodologías posteriormente se realizó un análisis bibliográfico de retroalimentación y conocimiento en los enfoques sostenibles y competitivos empresariales, esto permitió obtener un conjunto de elementos detallados que permitieron la identificación de la fuente documental. María Barraza (s.f).

9.10.2 Catastro turístico de hospedaje

El catastro permite observar datos detallados como: categoría, actividad, dueño, y ubicación, en primera instancia es el producto final de un proceso de recopilación de insumos utilizado como una herramienta para la investigación y control de las mismas *Reglamento de alojamientos turísticos* (2022). En el cuadro de siguiente se observan los 11 establecimientos registrados dentro del área de estudio detalladamente. Esta

información se la obtuvo gracias a la gestión del GAD cantonal de Sigchos, y la dirección de Turismo.

Tabla 11

Catastro de establecimientos de alojamiento turístico del cantón Sigchos.

NOMBRE DEL PROPIETARIO	NOMBRE COMERCIAL	NÚMERO DE REGISTRO	CATEGORÍA	
Guanotasig faz Carlos María	San Miguel	Xschaj00003988	Hostal	1 estrella
Garzón Sánchez Víctor Hugo	El Vaquero	Xschaj00002976	Hostal	1 estrella
Caiza Sánchez mirian Margoth	Taita Cristóbal	Xschaj00002434	Hostal	1 estrella
Garzón Sánchez José Luis	Cloud Forest	Xschaj00003089	Hostal	2 estrellas
Negrete Usuño Víctor Edwin	Starlight	Xschaj00001211	Campamento	Categoría única
Pin Montoya francisca viviana	Dino's	Xschaj00001342	Hostal	1 estrella
Vega estrada Edmundo Absalón	Black Sheep	Xschaj00001761	Hostería	3 estrellas
Herrera gallo Dario Humberto	Mama Hilda	Xschaj00004041	Hostal	3 estrellas
Chala meza Cristian Paul	Eco Llullullama	Xschaj00001967	Hostería	3 estrellas
Grupo grandes-Román s.a. Mera cárdenas maría Jessenia	Hostería San José de Sigchos	Xschaj00003816	Hostería	5 estrellas
Días Pullupaxi Aniceto	Hostal El Conejito	XSCHAJ00003917	Hostal	1 estrella

Nota: Autor: Secretaria de Turismo del cantón Sigchos. (2022).

9.10.3 Investigación de campo

Para el acercamiento a las empresas hoteleras y cumplimiento con el primer objetivo se diseñó un cronograma de salidas de campo, en donde se evidencia el nombre del establecimiento, dueño o gerente, ubicación, fecha, y la aprobación de la encuesta. Consecuentemente de las metodologías de aplicación a las empresas hoteleras del cantón Sigchos, se diseñó un mapeo del recorrido para la aplicación de las encuestas,

dicho recorrido tuvo una duración de dos días una noche, en donde se logró entrevistar a 7 establecimientos de los 11 registrados en el catastro, ya que los gerentes y dueños de los establecimientos hoteleros no deseaban participar del proyecto por varias circunstancias y motivos personales.

Tabla 12

Cronograma de salidas de campo.

FECHA	HORA	UBICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	OBSERVACIONES
10/12/2022	9:00 am	Sigchos	Starlight Inn	Aprobada
10/12/2022	11:00 am	Sigchos	Hostería San José de Sigchos	Aprobada
10/12/2022	14:00 pm	Chugchilán	Hostal Cloud Forest	Aprobada
10/12/2022	16:00 pm	Chugchilán	Hostal El Vaquero	Aprobada
11/12/2022	10:00 am	Isinlivi	Llullu llama	Aprobada
11/12/2022	12:00 pm	Isinlivi	Taita Cristóbal	Aprobada
S/F	S/H	Chugchilán	Mama Hilda	No aprobado (Fuera del país)
S/F	S/H	Chugchilán	Black Shepp	No aprobado (No desea trabajar)
S/F	S/H	Chugchilán	Dino's	No aprobado (Enfermedad)
S/F	S/H	Quilotoa	El Conejito	No aprobada
16/12/2022	13:00 pm	Sigchos	San Miguel	Aprobada

Figura 2

Mapeo de establecimientos hoteleros de Sigchos.



9.11 Sistematización de datos

Una vez realizada las encuestas a los dueños y gerentes PYME de las empresas hoteleras del cantón Sigchos, se procedió a la tabulación de los resultados por empresa, y en cada dimensión y área de las dos variables. De las 11 empresas establecidas en el catastro se realizó la encuesta solo a 7 establecimientos, los 4 restantes mostraron desconformidad y desinterés al momento de conocer los objetivos del proyecto.

Como procedimiento se enlistó los resultados en el programa Excel, con dos matrices de cada variable, mostrándo los resultados por ítem, esto permitió observar los problemas que existen de manera externa e interna, para posteriormente trabajar con la matriz FODA.

9.12 Cuadros estadísticos descriptivos

Según menciona Faraldo (2012), un análisis estadístico es la extracción de conclusiones sobre un caso colectivo de una población, de tal manera que permita solventar la descripción correcta y afirmativa de los resultados descritos en los gráficos estadístico, en función del objetivo planteado. Se realizaron cuadros estadísticos por cada dimensión en la variable sostenibilidad en donde se ratifica los resultados generales de cada empresa, y finalmente en la variable competitividad se describen los resultados totales de cada empresa por área.

9.13 Estadística SPSS

En base a los resultados obtenidos por los indicadores de las dos variables, se aplicó el análisis de correlación con la utilización del software SPSS, el cual permite de acuerdo a Pacheco & Argüello (2020), de manera bivarial, a través del método de Spearman dos o más variables, dependiendo el caso de estudio para demostrar la

actividad de manera equilibrada. Consecuentemente de ello se pudo observar que no existe correlación alguna.

9.14 FODA

El análisis FODA parte de los resultados de las metodologías aplicadas a las empresas de hospedaje del cantón Sigchos, prácticamente se verifica los sesgos y problemas que tienen las empresas de manera general, partiendo de factores y sub factores que enlazan las diferentes áreas, y dimensiones de las variables estudiadas.

Partiendo de ello se realiza la matriz MEFI, la cuales estan diseñadas para enlistar sub factores relacionados a los factores generales: administrativo, se enlistas sub factores de carácter que permitan tener relación en cuanto a la planificación, control organizacional, directivo interno de la empresa, conjunto a capacitaciones. Economía, se detallan sub factores pensados tanto en fortalezas y debilidades que presentaron las empresas, balances de costos, gastos, ingresos, y egresos, ventas, y análisis de mercado. Además de los registros contables.

Talento humano, pensado en la relación empleador staff, capacitaciones, motivaciones, inducciones, contratación legal con beneficios de ley. Finalmente, tecnología e infraestructura, existen sub factores que estan dentro de las fortalezas ya que parte de la infraestructura está dispuesta a cambios inoportunos, sin embargo, existen debilidades enfocadas al tema tecnológico, ya que el conocimiento y uso de plataformas de reserva, promoción y publicidad son casi nulos. Además de ello, se clasifica los sub factores como: fortalezas, y debilidades, y su impacto sea: alto, medio, o bajo.

Tabla 13*Matriz de factores MEFI.*

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES	IMPACTO
Administración y dirección			
Capacitaciones			
Economía			
Talento Humano			
Tecnología e infraestructura			

Nota: Adaptado de capacitación FODA Docente Universidad Técnica de Cotopaxi 28 de diciembre del 2022.

Para la matriz de factores y sub factores MEFE, se enlistaron 10 sub factores por cada facto general: Político, se enlistaron sub factores pensados macros, meso, y micro, en función si pueden ser una oportunidad o amenaza, como disturbios políticos, facilidades de uso monetario, y propuestas gubernamentales, estan pueden afectar o brindar una oportunidad de crecimiento laboral. Económico, gran parte de la actividad turística de Sigchos funciona en base a la actividad económica local y nacional, por lo tanto, los sub factores se establecen si se ven afectados con las tasas de impuestos a las empresas, pagos y renovaciones de permisos de funcionamiento, e inclusive si la economía de la localidad beneficia su actividad.

Social, los sub factores estan enlistados en función de cómo se adapta el turismo nacional, y local a la sociedad, tanto en oportunidades laborales, crecimiento de empleo (emprendimientos), proveedores, y si la poca atención al cliente, y la relación de la demanda con la gente local. tecnológico, varios de los problemas que existen en las empresas de hospedaje se da a la baja utilización tecnológica de plataformas de reserva, además de problemas de conexión, ubicación, y recepción satelital. Ecológico –

ambiental, gran parte de los resultados positivos de las encuestas se debe al conocimiento del impacto ambiental, sin embargo, se enlistaron sub factores enfocados a las políticas ambientales de atractivos naturales, e internas empresariales, y regulaciones ambientales. y competitivo, finalmente se hace referencia a las nuevas tendencias de hospedaje y cómo las empresas de hospedaje del cantón Sigchos pueden mejorar en cuanto a calidad, infraestructura, y resiliencia por las nuevas necesidades de la demanda actual. Finalmente se clasificaron si los sub factores de cada factor general son oportunidades, amenazas, y que impacto genera.

Tabla 14

Matriz MEFE Factores y sub factores.

FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
Político			
Económico			
Social			
Tecnológico			
Ecológico			
Competitivo			

Nota: Adaptado de capacitación FODA Docente Universidad Técnica de Cotopaxi 28 de diciembre del 2022.

9.14.1 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Para desarrollar esta matriz se enlistó todos los sub factores que influyen en el desempeño interno de las empresas: fortalezas y debilidades, precedentemente de ello se valoró en un rango de calificación: (0.0) no importante, hasta (1.0) muy importante, el total de todos los pesos debe de dar la suma de (1.0). Después se asigna un valor de 3 y 4, para fortalezas, e 1 y 2 para debilidades, considerando que el peso de las fortalezas sea mayor se designó un 60% y 40%.

Esto con la finalidad de que las fortalezas tengan mayor impacto para realizar las estrategias de mejora, mitigando o controlando las debilidades, además permitió

visualizar como influyen los factores internos de manera positiva o negativa a la empresa, a continuación, se muestra la tabla ejemplo.

Tabla 15

Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Fortalezas			
Adquisición de máquina moderna	.06	4	.24
Debilidades			
Demanda legal sin resolver	.05	2	.10
Total	1.1		0.34

Nota: Autor: Ponce (2007).

9.14.2 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Para este paso Ponce (2007), menciona que ya debe de estar terminada las dos primeras matrices del análisis FODA, para lo cual se analizó los factores externos; oportunidades y amenazas siendo este un análisis cuantitativo, para lo cual es necesario seguir una serie de pasos: a) Hacer una lista de oportunidades y amenazas externas, b) asignar un peso relativo de (0.0) irrelevante a (1.0) muy importante, la suma de oportunidades y amenazas deberá ser de (1.00).

La ponderación varía con una calificación de 1 a 4, en donde 4 es una respuesta superior, 3 superior a la media, 2 respuesta término medio, y 1 respuesta mala, d) Se multiplicó el peso de cada factor por su calificación para obtener la calificación ponderada, y finalmente, e) se realizó la suma total ponderada de cada sub factor para obtener el valor total ponderado. A continuación, se muestra la matriz ejemplo.

Tabla 16

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).

FACTOR EXTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Oportunidades			
El tratado de libre comercio entre EEUU, Canadá, Y México, fomenta el crecimiento.	.08	3	.24
Amenazas			
Los mercados japoneses están cerrados para muchos productos norteamericanos.	.10	2	.20
TOTAL	0.9		0.44

Nota: Autor: Ponce (2007).

9.14.3 Matriz FODA

El cuadro de matriz FODA está representado por los sub factores con una ponderación mayor, o con mayor importancia del proyecto se utilizó la matriz FODA, para resumir los resultados que se aplicaron con las metodologías de sostenibilidad y competitividad, prácticamente es el resultado resumido que permitirá la creación de estrategias de mejora en perspectiva de las deficiencias empresariales. Consecuentemente de las evaluaciones de las matrices MEFE, y MEFI, aquí se enlistan todos los sub factores con mayor ponderación para elaborar las estrategias en la matriz de la gran estrategia siendo: 23 fortalezas, 18 debilidades, 26 oportunidades, y 20 amenazas.

Tabla 17

Matriz FODA normal.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

9.14.4 Matriz Foda cruzada

De acuerdo a Gutiérrez (s. f.), la matriz FODA cruzada es un instrumento que permite tener 4 estrategias a partir de fuerza – debilidad, debilidad – oportunidad, fuerza – amenaza, y debilidad – amenaza, esto mediante la matriz normal para luego empezar con el desglose de la información, Aquí se elaboraron las estrategias de manera analítica sabiendo que es el punto de inicio para la elaboración de estrategias en donde se direcciona nuevas matrices analíticas como el marco analítico.

Tabla 18

Matriz ejemplo de FODA cruzado.

LOGO EMPRESA O TÍTULO DEL PROYECTO	FUERZAS – F	DEBILIDADES – D
OPORTUNIDADES – O	ESTRATEGIAS – FO Adecuar las fuerzas internas a las oportunidades externas registrando las estrategias FO resultantes en la celda adecuada.	ESTRATEGIAS – DO Adecuar las debilidades internas a las oportunidades externas, registrando las estrategias DO en la celda adecuada.
AMENZAS -A	ESTRATEGIAS – FA Adecuar las fuerzas internas a las amenazas externas registrando las estrategias FA en la celda adecuada.	ESTRATEGIAS – DA Adecuar las debilidades internas a las amenazas externas registrando las estrategias DA en la celda correspondiente.

Nota: Autor: Karina Tobar (2007), ejemplo de matriz de FODA cruzado para ejemplificar en el proyecto actual.

9.14.5 Matriz FO FA DO DA

De manera consecuente se enlistaron las estrategias diseñadas en la matriz de FODA cruzado, siendo 32 estrategias diseñadas entre fortalezas, oportunidades, fortalezas amenazas, debilidades oportunidades, y debilidades, amenazas, haciendo correlación a la actividad de hospedaje, ubicación, y mercado que estas manejan,

además de los beneficiarios, y la relación ambiental, social y económica. Para ello se clasifican de acuerdo a su impacto: alto, medio, o bajo, clasificando solo las estrategias altas que visionan a un mejor impulso turístico.

9.14.6 Resumen estratégico

Finalmente se enlistaron todas las estrategias diseñadas con la finalidad de mitigar los problemas internos y externos, en base a los resultados de las metodologías de sostenibilidad y competitividad, sabiendo como es el trabajo turístico de hospedaje en el cantón Sigchos. Las cuales están pensadas en mejorar la actividad interna mediante capacitaciones en atención al cliente, idioma inglés y manejo de plataformas de reserva, planes de contingencia en caso de accidentes, o catástrofes naturales, implementación de normas y políticas empresariales, flujogramas con objetivos de trabajo en cada área, administración adecuada que permita el control del personal, proveedores, inventarios, registro de huéspedes, y manejo de páginas web.

Tabla 19

Matriz Estratégica

N° ESTRATEGIA	MATRIZ ESTRATÉGICA
1	F1. 0.1
2	A2. F5.

Nota: Adaptado de capacitación docente Universidad Técnica de Cotopaxi 28 diciembre 2022.

9.14.7 Estrategias de mejora

En la matriz de resumen de estrategias se realizó la clasificación por impacto: alto, medio, o bajo, considerando estos impactos en cuanto influenciaría la actividad hotelera corrigiendo y mitigando problemas encontrados en las dos variables de

estudio. Proyectando que las estrategias diseñadas permitan controlar los errores, y también ayudar a mejorar el trabajo positivo que llevan haciendo las empresas de hospedaje. Posteriormente las estrategias se diseñaron para que el dueño o gerente PYME en el caso de efectuarlas y poner en marcha pueda tener un grado de conocimiento de las fallas internas que presenta su empresa, y utilizarlas con fines beneficiarios, mejorando la actividad turística, llegando a tener un alcance social, ambiental, y que mejor económico.

Tabla 20

Matriz de impactos estratégicos.

ESTRATEGIA	ALTO	MEDIO	BAJO
Diseñar sitios de control de residuos.		X	

Nota: Adaptado de capacitaciones docentes Universidad Técnica de Cotopaxi enero 2023.

9.15 Pruebas estadísticas de correlación

El método de correlación de Spearman permite evaluar si dos o más variables están conectadas y trabajan entre sí. El coeficiente de correlación mide el grado de asociación, si se relacionan y trabajan a la par, de existir cantidades totalmente diferentes en las pruebas de Spearman el grado de correlación puede ser 1, lo que significa que es nula. Ortega (2009).

Por lo tanto, al ser un resultado nulo, parte de las estrategias diseñadas están pensadas a que exista una mejora en la variable competitividad ya que es la que más problemas y sesgos existe de manera interna. De tal manera que al presentar problemas globales que afecten la economía, o paralización global, estas empresas puedan sobresalir y no enfrascarse a tal punto de quebrar.

10. RESULTADOS

Los resultados están descritos por las respuestas de los ítems de cada metodología, se aprecia con exactitud los promedios de ambas variables, de cada área, y dimensión. Se evidencia una notable diferencia de promedios, en las diferentes variables, que a continuación se describen.

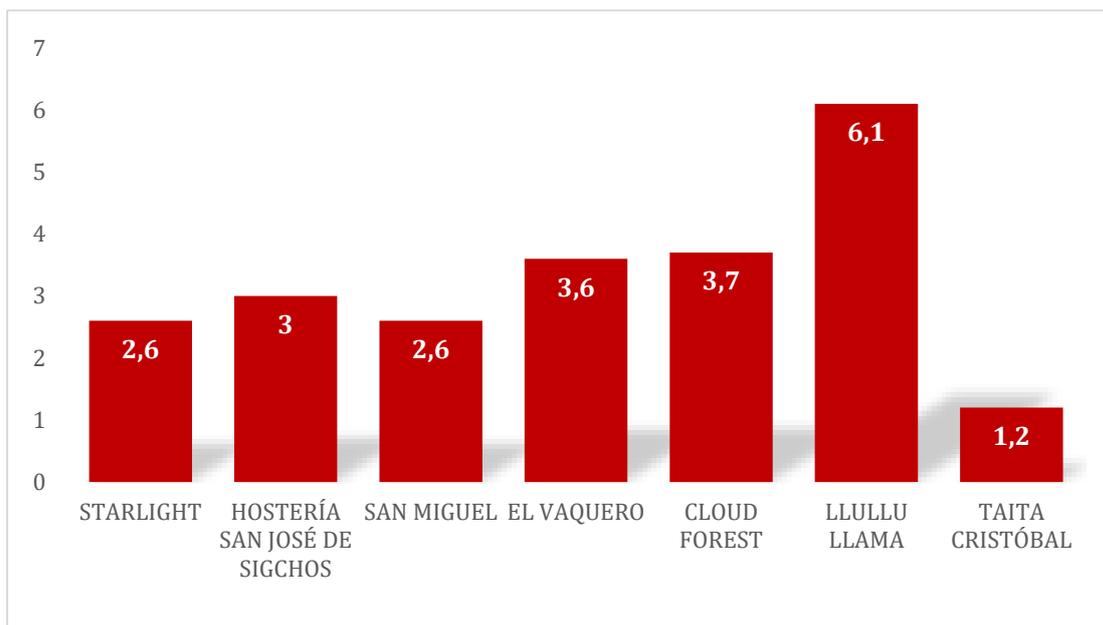
10.1 Sostenibilidad

Los resultados de la metodología InnovaRSE, de sostenibilidad presentan un análisis de resultados totales, en forma de promedios, además de ello se detalla por empresa en cada dimensión en qué estado de sostenibilidad se encuentran: áreas de mejora, procesos de mejora, o buenas prácticas.

La actividad turística de hospedaje de los establecimientos, se centra en la ubicación geográfica, teniendo muy claro los beneficios que pueden tener de los recursos naturales, y culturales, presentan un conocimiento muy claro del cuidado ambiental, y el impacto que su actividad genera, además de ello su ubicación es favorable por el paso de turistas extranjeros que requieren del servicio de hospedaje, además de ser una de las principales rutas de hiking del cantón: Quilotoa Loop, apuntan altamente a un conocimiento e implementación de herramientas arcaicas para la reducción del impacto ambiental, ayuda social, y planes ambientales. Sin embargo, presentan problemas en las dimensiones social, y económica, por los pocos controles de ventas, registros de turistas, ayuda social, y trato empleador y staff.

Figura 3

Gráfico estadístico de la dimensión económica

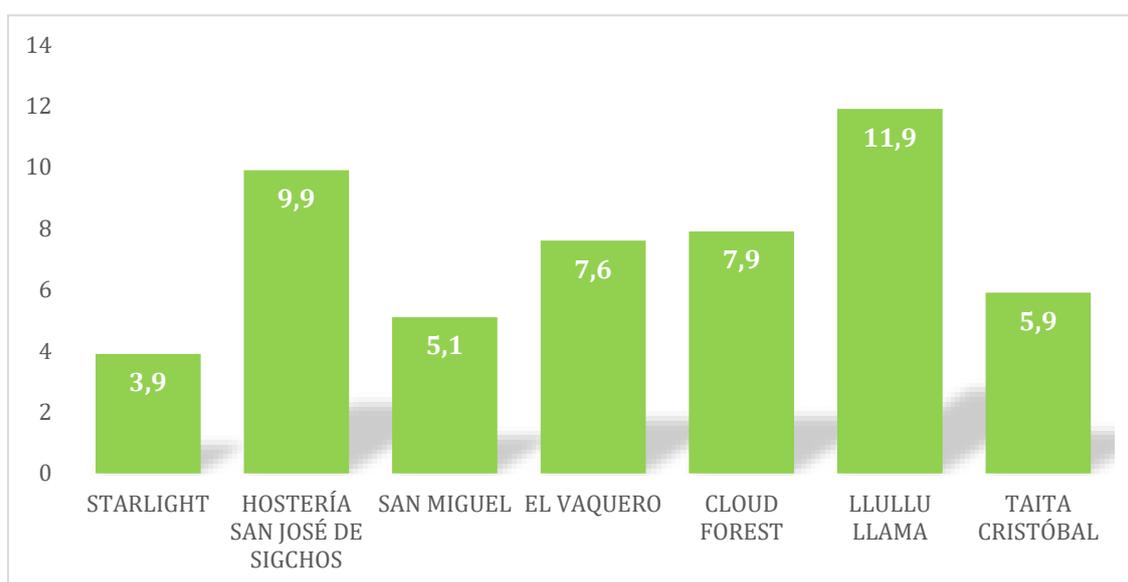


En el primer gráfico estadístico se puede observar las diferentes medias económicas por empresa. La Hostería Llullu Llama tiene 6.1 ubicándose en la categoría de procesos de mejora, esto se debe a que cumple con todas las obligaciones legales que se necesita para su acorde funcionamiento, además de los balances de ventas, y mercado, en función a sus políticas, y gestión. Además de ello existen 5 empresas con promedios de (2.6), (3), (2.6), (3.6), (3.7) se ubican en la categoría de áreas de mejora, cumplen con los procesos legales, y tributarios, sin embargo, parte de sus resultados se debe a la poca o falta de evidencia, controles de ventas, y balances contables descritos y debidamente documentados, prácticamente su labor se enfrasca de manera empírica, o familiar sin uso de gestiones o planificaciones.

Finalmente, la última empresa Taita Cristóbal presenta un resultado demasiado bajo, dentro de la categoría de áreas de mejora, sin embargo, el trabajo dentro de la dimensión económica que posee carece de un control, no existen documentaciones de libros contables, análisis de ventas de mercado, ni revisiones salariales, ni usos de criterios financieros.

Figura 4

Gráfico estadístico de la dimensión ambiental.

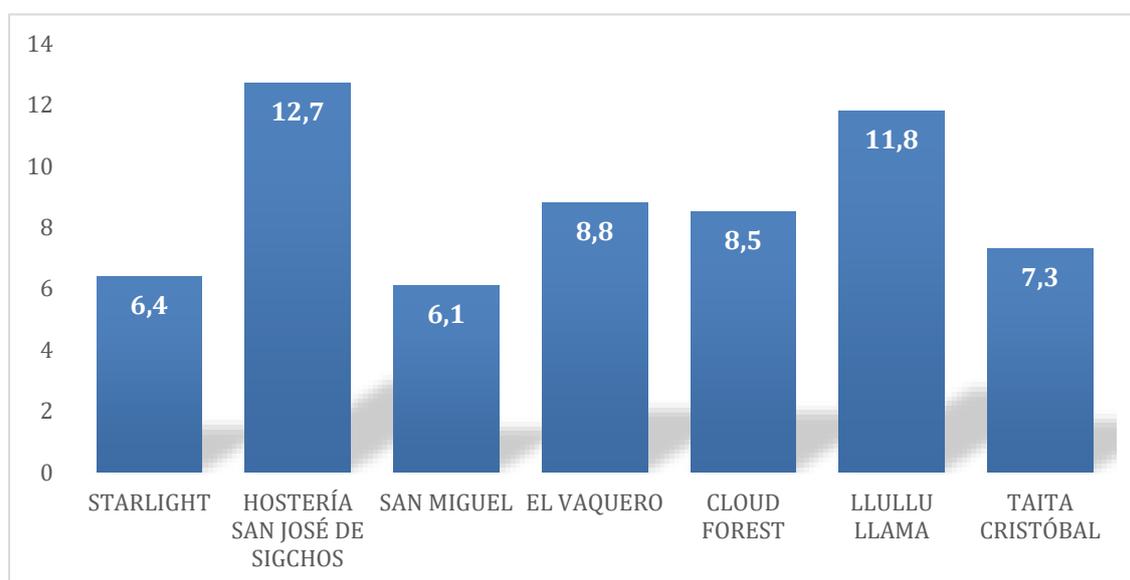


Las empresas Lullu Llama, y la Hostería San José de Sigchos, se ubican en la categoría de buenas prácticas dentro del eje ambiental, ya que el control de su actividad no presenta impacto mayor al ambiente, y se trabaja de manera sostenible, poseen oolíticas ambientales, certificaciones ambientales nacionales, y extranjeras, además de una persona que se encarga de otorgarle las certificaciones en base a los planes estratégicos y de actividad ambiental. Las 4 empresas que se encuentran en la categoría de procesos de mejora con un promedio de: (5.1), (7.6), (7.9), y (5.9), tienen el conocimiento y concienciación implementado en los objetivos de las empresas, y trabajadores, sin embargo, las herramientas de mitigación ambiental, planes ambientales,

controles de indicadores de consumo son arcaicos y desactualizados. Finalmente, la empresa Starlight se ubica en la categoría de áreas de mejora, con un promedio de (3.9), existen varias documentaciones que no se acredita al establecimiento, en comparación de los otros alojamientos, este tiene una categoría diferente, sin embargo, necesita de una administración y control ambiental, procesos, e implementación de reguladores, y herramientas de control ambiental.

Figura 5

Gráfico estadístico de la dimensión social.



Las empresas Hostería San José de Sigchos, Lullu Llama, El Vaquero, Cloud Forest, y Taita Cristóbal se ubican en la categoría de buenas prácticas, con promedios de (12.7), y (11.8), (8.8), (8.5), y (7.3). Tienen políticas laborales, y se relacionan con los trabajadores en base a inducciones, y evidenciando las políticas de seguridad, y salud laboral, valoraciones de riesgo, igualdad de género, y apertura laboral, además Lullu Llama presenta beneficios sociales, ayudas sociales, en base a donaciones. Sin embargo, cabe recalcar que deben de existir una planificación laboral en cuanto a seguros, y contrataciones, de manera que exista un control de permisos, faltas, abonos, etc.),

finalmente las dos empresas restantes: Starlight, y San Miguel, con promedios de: (6.4), y (6.1), deben mejorar en cuanto a implementación de políticas y normativas laborales, enfocándose al objetivo de la empresa (misión), y dónde desean llegar (visión). Estos resultados se deben al trabajo empírico, y familiar, no existe evidencia alguna que sustente en trabajo de manera legal y administrada.

10.2 Competitividad

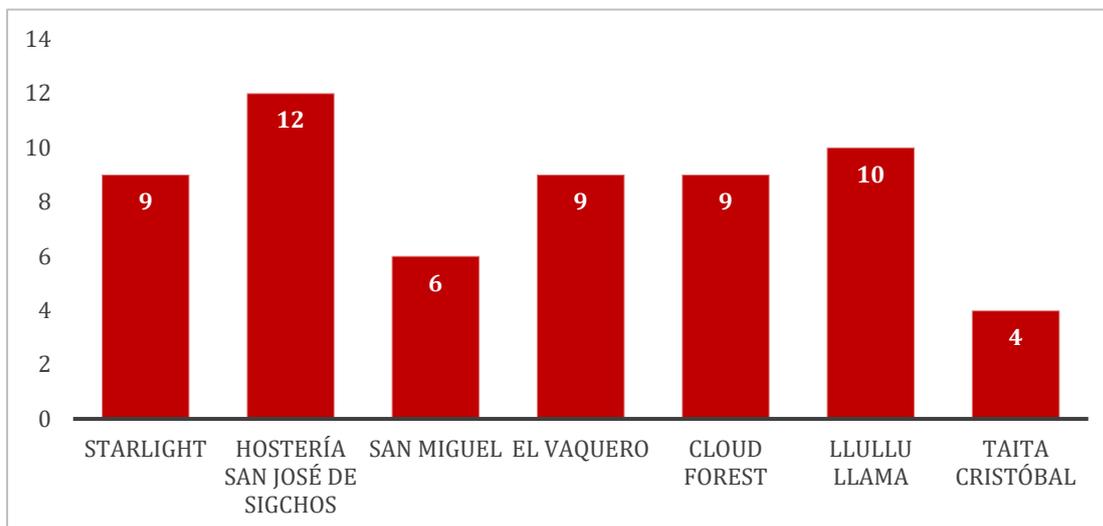
La variable competitividad demuestra los resultados por los porcentajes totales de cada empresa descritos por áreas, se detalla los problemas encontrados de manera específica en las sub áreas. Los totales de cada empresa en función de cada área se sumaron y dividieron para 8, obteniendo el porcentaje y ubicándolos en el rango de competitividad 0% a 20%, en el rango de muy baja competitividad. Ubicándose en escala de 5, (1). Además de ello se demuestran los problemas internos que afectan la correlación con la sostenibilidad. Otro de los motivos por los que se demuestra los resultados son por la poca evidencia presentada.

10.2.1 Planeamiento estratégico

Las empresas Hostería San José de Sigchos, y Llullu Llama sobresalen en un porcentaje de 12%, y 10%, ya que cumplen con planes estratégicos de manera objetiva, en donde se visualizan los procesos de control e implementación de estrategias de toda las funciones y áreas de la empresa. Existen tres empresas que se encuentran en un mismo porcentaje de 9%, no existe una planificación a detalle de los procesos estratégicos en función de cada área, poca documentación, y objetivos empresariales. Finalmente, el establecimiento San Miguel, y Taita Cristóbal tienen los porcentajes más bajos, 6%, y 4%, esto se debe a que no cuenta con planes estratégicos, ni objetivos empresariales que permitan facilitar la actividad turística de manera administrativa.

Figura 6

Gráfico estadístico de competitividad de Planeamiento estratégico



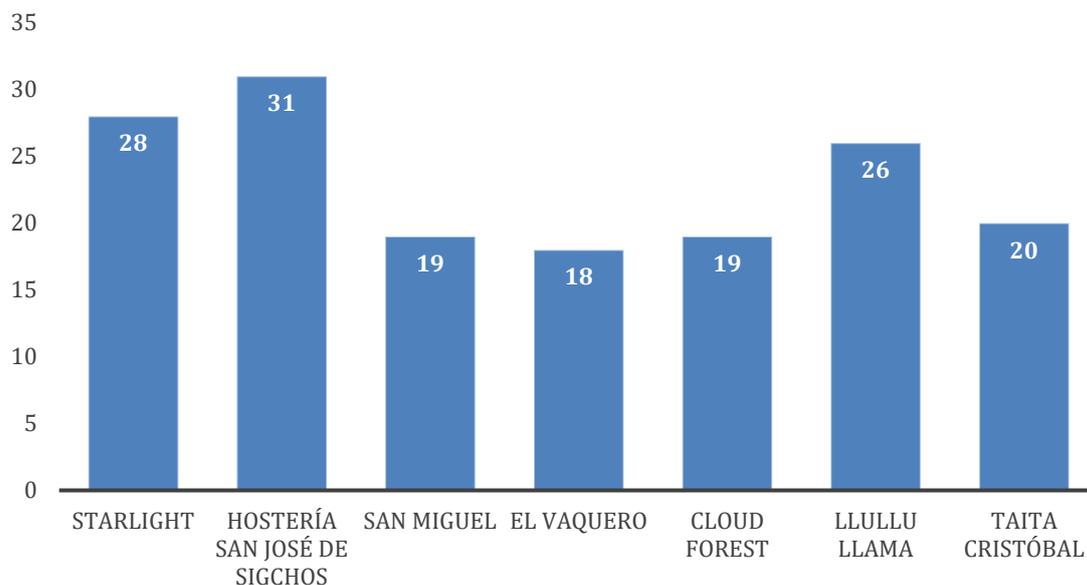
10.2.2 Cadena de Valor

Los establecimientos Starlight, Hostería San José de Sigchos, Lullu Llama, y Taita Cristóbal se establecen en un porcentaje de: (28%), (31%), (26%), y (20%), ya que cumplen con un proceso de producción controlado, con la utilización de inventarios que estas desactualizados, e incompletos, pero permiten cumplir con el objetivo, además de ello la infraestructura permite cambios para la adecuación y preferencias del huésped.

Las empresas San Miguel, El Vaquero, y Cloud Forest, se encuentran en una media de (18%), y (19%), existen mantenimientos, y control de equipos, enseres, e infraestructura, sin embargo, al no presentar inventarios de los insumos de los establecimientos, y sin una planeación de producción hace que disminuya sus resultados de manera positiva, mostrando problemas de producción.

Figura 7

Gráfico estadístico de competitividad del área de Cadena de Valor.



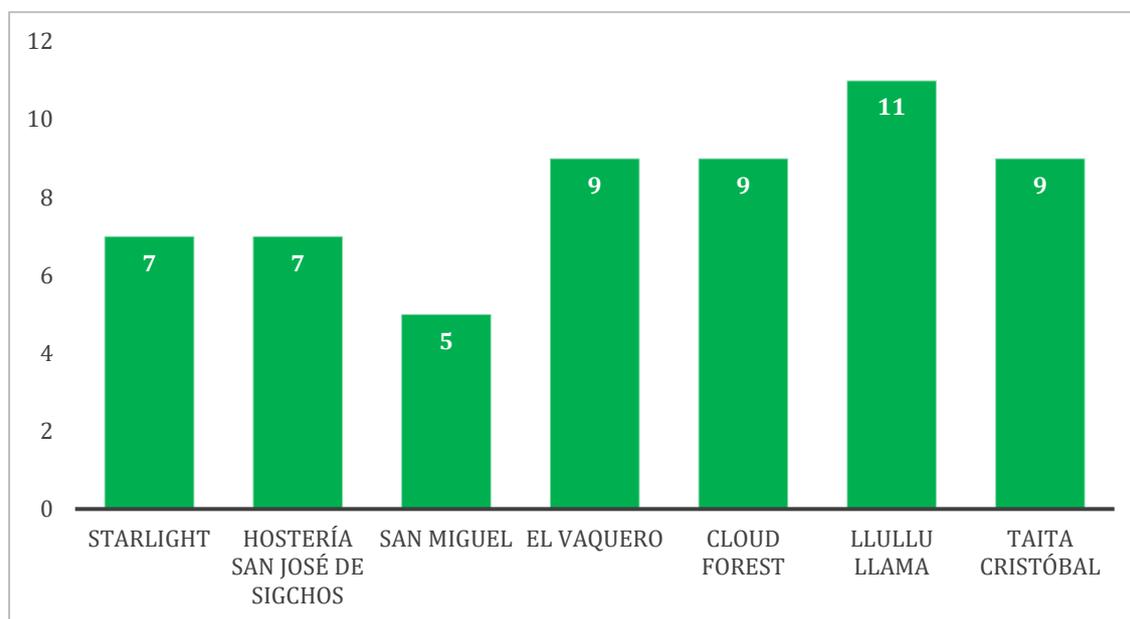
10.2.3 Aseguramiento de Calidad

La empresa Lullu Llama sobre sale de las demás con un porcentaje de (11%), cumpliendo con normas de calidad, en la prestación del servicio de hospedaje, infraestructura, atención al cliente, y conocimiento del área turística. Además de ello se establecen 3 empresas en un porcentaje equitativo de (9%), cumpliendo los estándares de calidad, pero con fallas en la manera que se brinda el servicio, deficiencia en el idioma inglés, normas técnicas de servicio acorde al sector, y especificaciones para que la demanda pueda comprender de mejor manera el servicio prestado.

Finalmente, las dos empresas restantes con un porcentaje de (7%), disminuye su porcentaje por no expandir especificaciones del servicio de hospedaje, tipo de categoría a la que pertenecen, distinguiéndose una de otra por visionar un target diferente, costo, servicios.

Figura 8

Gráfico estadístico de competitividad del área de Aseguramiento de Calidad.



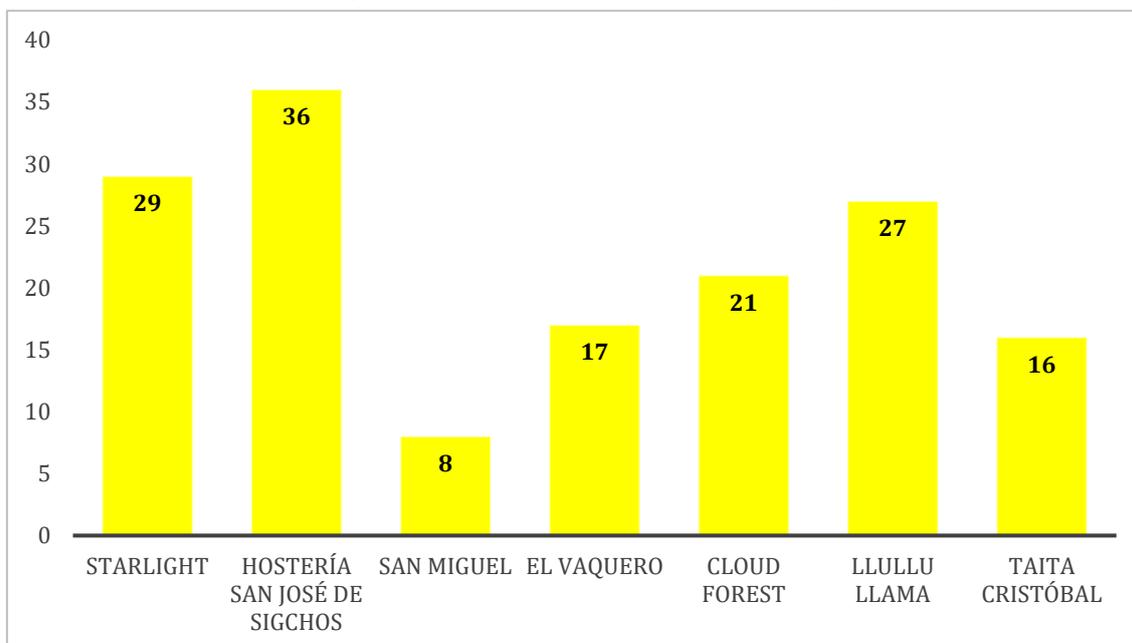
10.2.4 Merchandising

La hostería San José de Sigchos posee el porcentaje mayor 36%, S se establece como una empresa líder de mercadeo, posicionamiento de la marca, y servicios, tiene definido su target nacional, con precios que sobre salen del resto por el tipo de servicios que ofrece, además de sus servicios plus: recorridos guiados por la hacienda, capilla, fábrica procesadora de alimentos, granja, y como distribuye sus servicios por plataformas web, y redes sociales. Por otro lado, cinco empresas se mantienen en un porcentaje de (16% a 29%). Cumpliendo con los procesos de mercadeo, definición del target, extranjero y nacional, además de su posicionamiento de marca y reconocimiento en las localidades que se encuentran, sin embargo, en algunas empresas se nota la falta de utilización de plataformas de reservas, información, promoción, y publicidad. Finalmente, el hostel San Miguel, tiene un porcentaje de (8%), siendo el más bajo de todos por no presentar un análisis de mercado, promoción, y difusión, además de unos

escases de servicios complementarios como el de alimentos y bebidas, información turística. Esto se debe a que no existe una administración comprometida con la empresa.

Figura 9

Gráfico estadístico de competitividad del área de Merchandising.



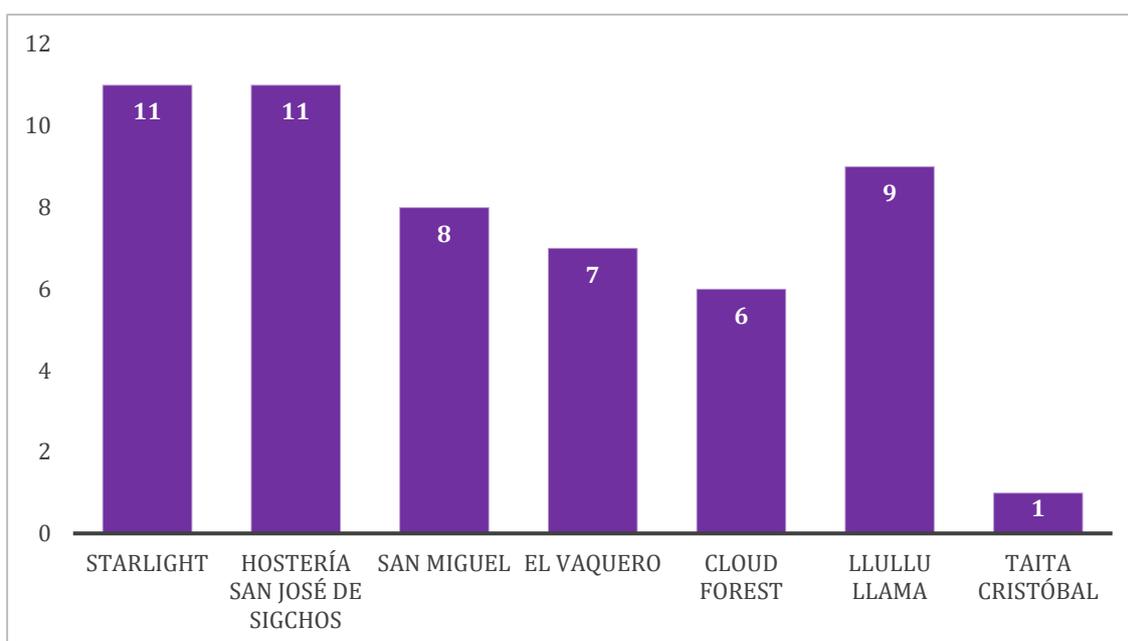
10.2.5 Contabilidad y Finanzas

En esta área claramente se muestra un porcentaje (1%), demasiado bajo perteneciente al establecimiento Taita Cristóbal. No existe registros contables, ni un control y seguimiento de los mismos, como resultado no está clara la idea de ganancias, o cambios de mercado. Su actividad turística la maneja de forma empírica, y familiar. Sin embargo, presenta acciones tributarias, y legales, por lo que le permitió sumar un resultado en esta área. Los establecimientos con los porcentajes de (9%), y (11%), presentan un mejor control financiero interno del establecimiento, comparación de servicios, utilidad, y acciones tributarias, teniendo conocimiento todos los miembros del establecimiento, y finalmente los establecimiento con porcentaje de (6%), (7%), y (8%), presentan evidencias y documentación básica de acciones tributarias, sin embargo

poseen poco conocimiento y documentación de balances de ventas, ingresos, egresos, mediante gráficos estadísticos de ventas anuales, trimestrales, o mensuales.

Figura 10

Gráfico estadístico de competitividad del área de Contabilidad y Finanzas.



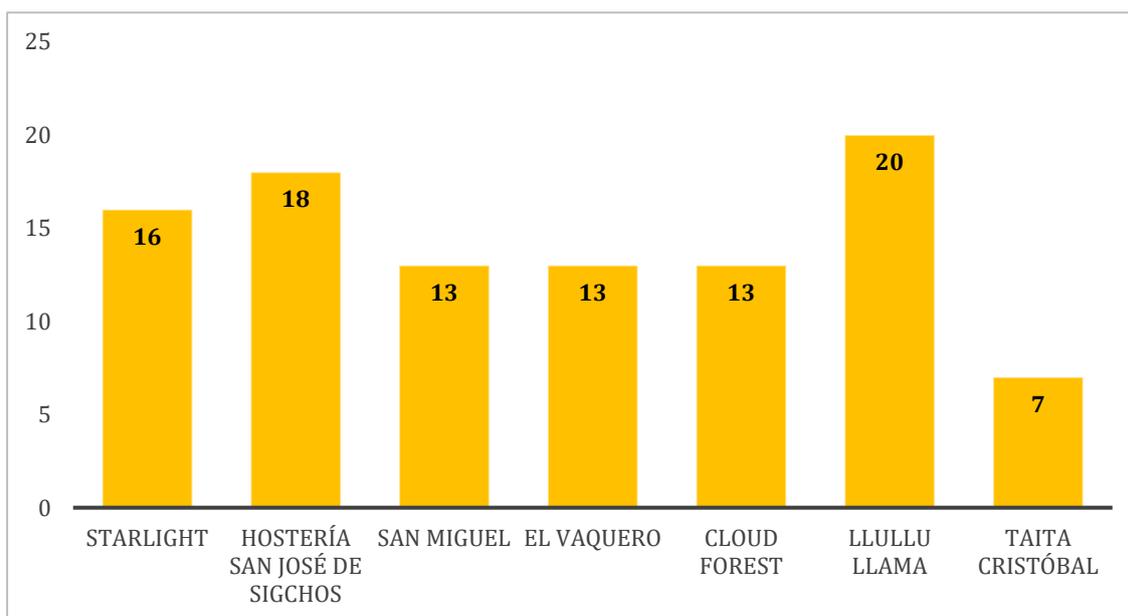
10.2.6 Talento Humano

El Lodge Llullu llama, la Hostería San José de Sigchos, y Starlight sobresalen por los demás con un porcentaje del (20%), (18%), y (16%), demostrando que la relación empleadora – staff tiene una mejor coordinación, demuestra teóricamente que el trato, beneficios, capacitaciones, y sentido de pertinencia empresarial mediante impulsos de superación existe. Tres empresas conservan un porcentaje igual de (13%), concientizan al personal a capacitarse, y tener sentido de pertinencia para que la actividad que prestan en el establecimiento sea acorde a los objetivos empresariales, no obstante, ninguna de las estrategias de comunicación al empleado, están debidamente documentadas, ni difundida a través de la página web, o políticas internas de la empresa. Finalmente, el establecimiento Tita Cristóbal tiene un porcentaje de (7%), pues el personal y forma de

recepción del mismo no es adecuada, no existe contratos fijos, ni impulsos económicos, ya que la labor de ellos se basa en un horario a medio tiempo. Por otro lado, existe la igualdad de género, y apertura laboral a mujeres residentes de la comunidad de Isinliví.

Figura 11

Gráfico estadístico de competitividad del área de Talento Humano.



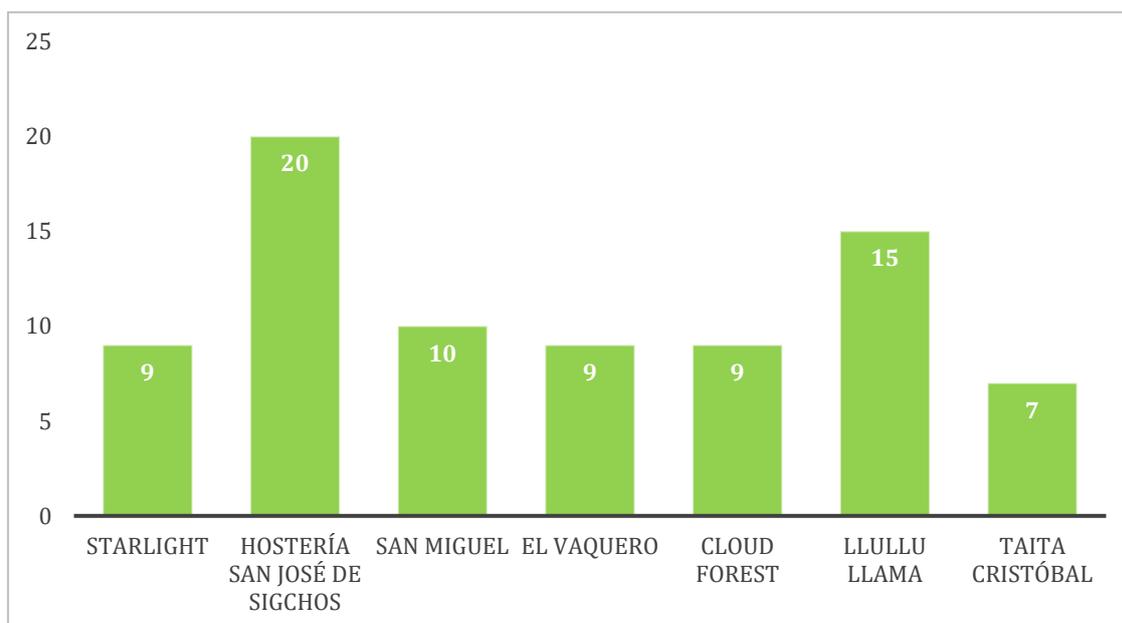
10.2.7 Gestión Ambiental

La hostería San José de Sigchos tiene el porcentaje más alto, (20%), ya que su actividad turística, se basa en políticas ambientales, objetivos, y estrategias de mitigación y control ambiental, utiliza herramientas arcaicas de control de impacto, y reguladores de consumo, por detrás de ella está Llullu Llama con un porcentaje de (15%), con certificaciones ambientales nacionales, y extranjeras, sin embargo, la diferencia de porcentaje se debe a la evidencia presentada. Finalmente, estas las cinco empresas restantes con porcentajes de (7%), (9%), y (10%), tienen conocimiento del impacto ambiental, el impacto lo reducen con herramientas de control de huella de carbono,

reguladores de consumo, pero no existe políticas ambientales, en base a objetivos, o estrategias de control ambiental, y el control de desperdicios es bastante lamentable.

Figura 12

Gráfico estadístico de competitividad del área de Gestión Ambiental.



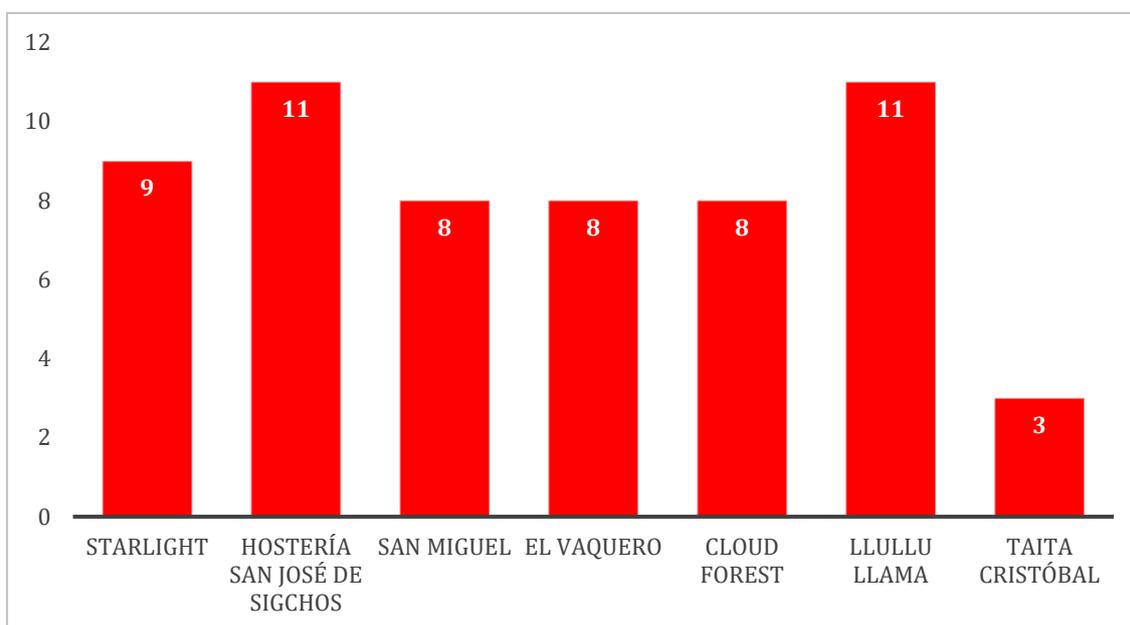
10.2.8 Sistemas de Información

En la última área de competitividad existe un nivel porcentual casi nivelado, sin embargo, La Hostería San José de Sigchos, y Llullu Llama poseen los porcentajes mayores con (11%), ya que al tener una administración controlada existen planificaciones y estrategias de obtención y emisión de la información del lugar, áreas de recepción, en donde se detalla los ingresos (chek – in), (chek - out), y todo el proceso organizacional de la misma. 4 establecimientos estan en un porcentaje de (8%), y (9%), diferenciándose por la baja capacidad de uso tecnológico, y uso de plataformas de reserva, control de las mismas, y peticiones de los clientes. Además del idioma inglés que se utiliza para una mejor comunicación con los turistas. Finalmente, el establecimiento Taita Cristóbal con un (3%), se exceptúa de los demás ya que no existe

un control de ingreso, salida, y proceso de información turística, además de la inexistencia de uso de plataformas de reserva, página web, y difusión de sus servicios, además posee una herramienta arcaica de feed back, o revisión de comentarios, sugerencias, o reclamos.

Figura 13

Gráfico estadístico de competitividad del área de Sistemas de Información.



10.3 Competitividad y Sostenibilidad

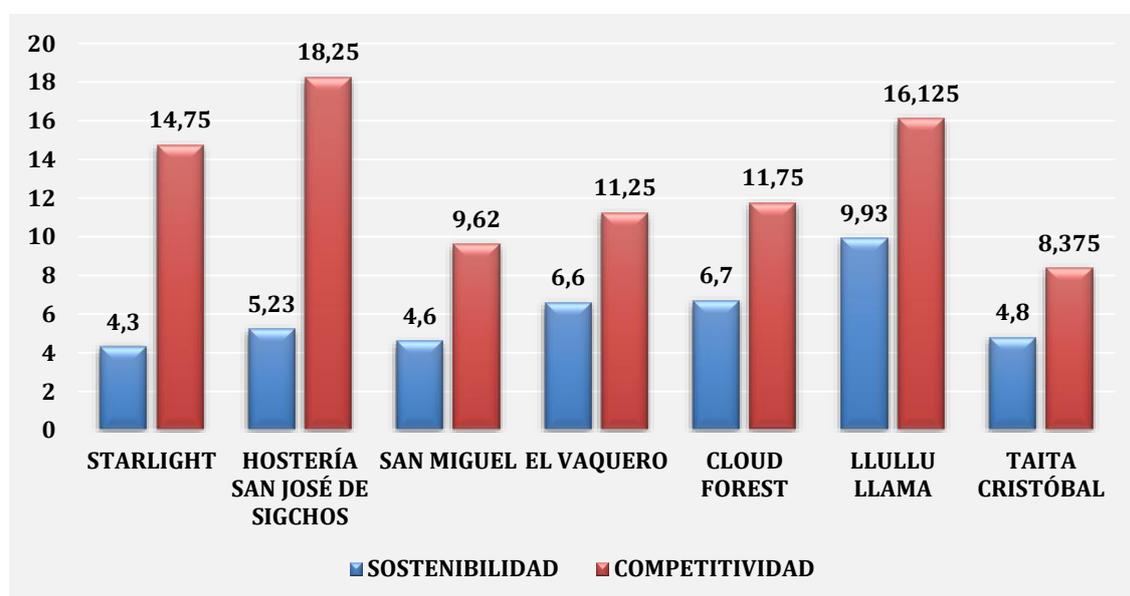
Los resultados de las dos variables se presentan individualmente de manera específica, con la finalidad de mostrar en donde existen problemas, y carencias internas y externas. En la figura siguiente se muestra los resultados finales los cuales permitieron obtener las dos variables en escalas de calificación. Dichos resultados se analizan en relación rangos y promedios: sostenibilidad escala 1 a 10, obteniendo una empresa: Llullu Llama con un promedio de (9.93), ubicándose en categoría de buenas prácticas

sostenibles, y las 6 empresas restantes con promedios de: (4 – 5 – 6), ubicándose en procesos de mejora.

En la variable competitividad el rango de calificación es de: (0% - 100%), ubicándose las 7 empresas de hospedaje en un rango de (0% a 20%), teniendo muy baja competitividad, existen empresas que sobresalen por el control gestionado de su actividad de hospedaje, cabe recalcar que las notas finales dependen de las evidencias presentadas.

Figura 14

Gráfico estadístico de medias de cada Variable competitivo y sostenible.



10.3.1 Starlight

En la variable sostenible tiene un promedio de 4.3 estando en un nivel de 4 en escala de 5, aquí existe una leve mejoría, ya que al ubicarse geográficamente en sitios verdes, y de recursos naturales, presenta un mejor manejo ambiental en su actividad, como la presentación de reguladores de impacto ambiental, y beneficio a la comunidad con el impulso económica que la empresa representa, sin embargo existen inconsistencias en la dimensión económica, por no presentar registros de ventas, no

existe, salarios uniformes, ni beneficios de ley para los empleados, esto es resultado de un trabajo “familiar”.

El campamento turístico Starlight en la variable de competitividad tiene un porcentaje de 14.75, lo que significa que se encuentra en un rango de 0% a 20%, siendo un 1 en escala de 5, esto se debe a que existe problemas internos en cuanto a planificaciones, e implementaciones estratégicas, posee nula implementación de procesos, todo su trabajo turístico se maneja de manera empírica, sin registros de balances, ingresos, egresos, mercadeo, además de ello, la categoría a la cual pertenece es de campamento, es otra de las razones por la que no se adecua a los ítems de calificación.

10.3.2 Hostería San José de Sigchos

En la variable sostenibilidad, su trabajo mejora, en ciertos aspectos, ya que poseen un promedio de 5.23, siendo un 5, en escala de 10, destacan por la presencia de planes ambientales, reguladores ambientales, e inducciones y concienciación ambiental sus trabajadores. Sin embargo, presentan inconsistencias en la dimensión económica, por un mínimo de evidencias de ventas, registros de sueldos, y balances económicos. Además, que no presentan planes de ayuda social, o servicio de proveedores.

La hostería San José de Sigchos es una de las empresas de hospedaje con mayores servicios, ya que se visiona a un target con una economía mucho más elevada, es por ello que presenta resultados favorables, sin embargo, en la variable de competitividad, presenta un porcentaje de 18.25, representando 1 en escala de 5, en un rango de 20%, esto se debe que existen muy pocas evidencias en las áreas de planeación estratégica, visión de mercado, y registros de ventas, ingresos, egresos, sin embargo se destaca, en las áreas de control de ventas, posicionamiento de mercado.

10.3.3 Hostal San Miguel

En la variable de sostenibilidad presenta una leve mejora teniendo un promedio de 4.6, siendo un 4 en escala de 10, la dimensión ambiental es la que trabaja de manera favorable ya que presenta reguladores ambientales, conocimiento del impacto que genera su actividad, herramientas arcaicas de mitigación ambiental, y concientización ambiental a los trabajadores. Los problemas que existen en el establecimiento están enfocados en la dimensión económica, y social, no existen beneficios ni ayuda social, no presenta listas de proveedores, y no existe beneficios de ley, impulsos de superación personal, ni de sentido de pertinencia.

En la variable de competitividad el Hostal San Miguel presenta un porcentaje de 9.62, dentro de un rango del 20%, siendo un 1 en escala de 5, esto se debe a que toda su actividad turística se la trabaja de manera empírica, y “familiar”, además de ello los trabajadores de su empresa son los que cuidan del establecimiento actualmente, ya que el hostal se encuentra en venta, sin embargo los mayores problemas que representa están basados en políticas y normativas empresariales, inexistencia de una misión, y visión empresarial, inconsistencias en cuanto a seguros social, médico, controles de infraestructura, seguridad, y beneficios de ley para los mismos. Además de ello en el área de Merchandising presenta una baja planificación de mercado, promoción y publicidad.

10.3.4 Hostal El Vaquero

En la variable de sostenibilidad, posee como resultado un promedio de 6.6, siendo un 6 en escala de 10, teniendo una mejora en su actividad turística, al tener planes ambientales, reguladores ambientales, y concienciación a sus trabajadores, sin embargo los problemas existentes dentro de la dimensión ambiental son por la inexistencia de políticas ambientales, además de ello en la dimensión económica no registra documentos ni balances económicos algunos, en la dimensión social su trabajo se refleja de manera

“familiar”, es por ello que no existen seguros médicos, control de sueldos, cabe mencionar que el impulso de superación persiste.

En la variable de competitividad, el establecimiento presenta problemas internos generales, como resultado posee un porcentaje de 11.25, siendo 1 en escala de 5, dentro de un rango del 20%, los problemas que persiste en este establecimiento está enfocado en el área de planificaciones, no existe tales planes de mercado, estrategias de mercado, y venta, además de existir problemas en el área de control, ventas y balances, además de ello no existe un control de mercado, promoción, publicidad, en el área de merchandising, ya que confían que al ser una localidad de paso de demanda extranjera siempre habrá trabajo turístico.

10.3.5 Hostal Cloud Forest

En la variable de sostenibilidad, tiene un promedio de 6.7, teniendo un 7, en escala de 10, claramente tiene una mejora de buenas prácticas, existe evidencia clara, y conocimiento de las dimensiones aplicadas, económica, ambiental, y social, existe manejo y control del personal, concientización ambiental, impulso de superación, equidad de género, y apoyo a todos sus trabajadores, sentido de pertinencia, y brinda instalaciones seguras de calidad. Sin embargo, presenta problemas en la dimensión económica en los registros de ventas, y mercadeo.

El Hostal Cloud Forest tiene un porcentaje de 11.75, lo que significa que está en un rango de del 20%, siendo 1 en escala de 5 en competitividad, este establecimiento tiene problemas en cuantos, al área de contabilidad y finanzas, tanto el monitoreo de costos, y administración independientemente de las acciones legales que cumplen a la perfección, no existen respaldos, ni documentos que permitan evidenciar un rango de ventas. Sin embargo, en el área de gestión ambiental, presenta evidencias, conocimiento,

y herramientas de control e impacto ambiental. Además de ello, su establecimiento cuenta con las normas, y herramientas de seguridad.

10.3.6 Hostería Llullu Llama

En la variable sostenibilidad presenta un promedio de 9.93, siendo la nota más alta en relación de las 6 empresas restantes, prácticamente un 10 de promedio, cumple de manera apropiada con las tres dimensiones, cabe resaltar el buen manejo del staff, impulsos económicos, y reconocimientos, sentido de pertinencia, capacitaciones ambientales, seguridad, y beneficio social, ya que presenta evidencias de proveedores locales y nacionales, impulsa la economía de la comunidad de Isinliví con la apertura de empleo a residentes, y programas de beneficios sociales, mediante feed backs.

La Hostería Llullu Llama en la variable competitiva tiene un porcentaje de 16.12, estando en un rango del 20%, siendo un 1 en escala de 5, es el segundo promedio más alto, registrado de las empresas, sin embargo, no permite tener un indicador más alto, por la poca evidencia registrada, sean registros de ventas, balances, ingresos y egresos, planificaciones, y estrategias de mercadeo, y objetivos empresariales. Al momento es una de las empresas con una administración ordenada y con un control adecuado de manera organizacional, posee políticas ambientales y certificaciones ambientales nacionales y extranjeras. Sin embargo, podrían mejorar los problemas de contratación, y seguros médicos, al staff, y capacitaciones en atención al cliente, e idioma inglés.

10.3.7 Hostal Taita Cristóbal

En la variable de sostenibilidad presenta un promedio de 4.8, siendo un 5 en escala de 10, mejorando notablemente la actividad turística sostenible de su empresa, en la dimensión ambiental es donde más se destaca por el conocimiento y la implementación

de herramientas arcaicas de control ambiental, en la dimensión social, se eleva los resultados ya que presenta ayuda y beneficios sociales, a los residentes locales, finalmente, en la dimensión económica, no presenta registros de mercados, ni ventas.

El hostel Taita Cristóbal presenta un porcentaje de 8.37, perteneciente a un rango del 20%, representa 1, en escala de 5, en comparación de los otros establecimientos es el resultado más bajo que cuenta este establecimiento, si bien la dueña tiene conocimientos en el área turística, todo su trabajo de hospedaje turístico es de manera empírica, y “familiar”, el trabajo interno de la empresa presenta inconsistencias en cada área, principalmente en la de planeación, sin estrategias, planes de objetivos, políticas, y procesos de implementación, esto se debe a que la práctica turística fue oportuna por el reconocimiento del sitio, y la promoción se la realizó de boca a boca, siendo ya un establecimiento que alberga a una gran cantidad de turistas extranjeros, Además de ello, no presenta capacitaciones al personal dentro del área de talento humano, ni en atención al cliente, manejo de idiomas, ni sentido de pertinencia. Además de ello en el área de comercialización no existe estrategias de promoción, son muy pocas las evidencias de difusión turística, además en el tema de huéspedes, existe una herramienta arcaica de verificación de sugerencias o comentarios acerca del hospedaje. Esto se enlaza a la inexistencia de registros de ventas, ingresos y egresos. Varios de los problemas de control y manejo de producción también se refleja a la inexistencia de inventarios, y proveedores, ya que la empresa cuenta con una tienda de víveres para el aprovisionamiento de la misma. Finalmente, parte de los resultados positivos, está el conocimiento del impacto ambiental, reguladores de energía, y agua, y herramientas de control ambiental.

10.4 Resultados de la aplicación SPSS

Consecuentemente de obtener los resultados de las encuestas, se aplicó la prueba de correlación SPSS, con las dos variables totales de las 7 empresas de hospedaje, el método Spearman arrojó un resultado negativo, no existe correlación entre las dos variables y la comparación de resultados de las empresas.

El resultado arrojado muestra una calificación de 1,000 demostrando que no existe una correlación entre las dos variables en la actividad turística de hospedaje del cantón Sigchos, para determinar esto existe el valor de Spearman en donde: 0,00 a 0,19 es muy baja correlación, 0,20 a 0,39 baja correlación, 0,40 a 0,59 moderada correlación, y de 0,80 a 0,100 muy buena correlación.

Como resultado final del proyecto de investigación se llegó a concluir que no existe correlación alguna, ya que todas las empresas de hospedaje del cantón Sigchos trabajan manera turística enfocada a la sostenibilidad, al factor externo, y como se pueden beneficiar indirecta o directamente.

Sin importar el proceso administrativo interno, ni el enfoque lucrativo, sin embargo, gracias a que el cantón Sigchos es altamente turístico existen una demanda concurrida, por lo que no son afectados por los problemas antes mencionados.

Tabla 21

Tabla de correlación de Spearman.

		COMPETITIVIDAD	SOSTENIBILIDAD	
Rho de Spea rman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente correlación	.	
		Sig. (bilateral)	.	
		N	7	
	SOSTENIBILIDAD	Coefficiente correlación	.	1,000
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	7	7

10.5 Matriz de evaluación externa

La matriz de evaluación externa conocida por sus siglas MEFE, se encarga del análisis de diferentes factores que interceden para un análisis de una empresa, en este caso de los alojamientos turísticos del hospedaje del cantón Sigchos, en esta matriz se analizó los factores: político, económico, social, tecnológico, ambiental, y competitivo, se enlistaron 10 sub factores por cada factor, en total 60 sub factores que están pensados en las oportunidades y amenazas que podría tener los establecimientos hoteleros.

En el factor político se enlistaron sub factores en relación a la realidad actual del país, de forma macro, en la realidad del cantón, y localidad siendo un análisis micro, además de las relaciones políticas, disturbios e inseguridad que presenta el país de la afectación que podría tener la demanda, y la gestión provincial, y del GAD de Sigchos. En el factor económico se analizó la realidad situacional del país, la economía, gastos, impuestos a pequeñas y grandes empresas, el aprovechamiento, o apoyo financiero, la realidad económica cantonal, y que oportunidad o amenazas tendrían los establecimientos de ellas.

El factor social, está enlistado por sub factores en relación de conexión con la demanda, si existen aprovechamientos de los residentes locales, o cómo la gente local, o emprendimientos pequeños pueden beneficiarse de la actividad turística, además de las oportunidades laborales que se crean en entorno de la misma.

La tecnología en su totalidad genera oportunidades en grandes cantidades, y, de cualquier forma, sin embargo, existen problemas de conectividad por la ubicación de los establecimientos, y poca utilización de sistemas tecnológicos, por lo que en su mayoría fueron amenazas que se deben mitigar.

El factor ambiental se analizó de tal manera que pueda relacionarse a la actividad, sin embargo al tratarse de un tema de mucha seriedad y responsabilidad, gran parte de

políticas, regulaciones, y controles ambientales en áreas protegidas, y recursos naturales, están relacionados a la actividad hotelera, y como están afectan o generan una oportunidad para su actividad de hospedaje, además de saber que las regulaciones y normativas ambientales se implementan en los recursos de consumo que estas empresas requieren. Finalmente, el factor competitivo, la gran mayoría de sub factores señalan amenazas de impacto alto, al no presentar una competitividad alta son propensas a declinar en las nuevas tendencias hoteleras, y preferencias de la demanda. Además de ello se clasifican las oportunidades y amenazas por su importancia, alto, medio, o bajo y su impacto a la empresa. Cabe recalcar que los sub factores están diseñados para facilitar y resolver los problemas existentes en la parte externa de las empresas de alojamiento del cantón Sigchos.

Tabla 22
Matriz FODA de evaluación externa MEFE.

		Factor político			Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Facilidad de cambio y uso de moneda	X									X		
2	Disturbios políticos, e inseguridad						X				X		
3	Difusión y promoción turística en atractivos principales	X									X		
4	Facilidad de movilizarse	X									X		
5	Rendición de cuentas y auditorias		X									X	
6	Otorgamiento de permisos de funcionamiento	X									X		
7	Recursos y sitios turísticos con inexistencia de información						X				X		
8	Diseño de propuestas de turismo comunitario		X									X	
9	Control de sitios públicos		X									X	
10	Ideas de propuestas de incentivar el turismo comunitario con residentes de la localidad	X									X		
		Factor económico			Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Pago de impuesto a la renta		X									X	
2	Impuesto de valor agregado IVA		X									X	
3	Inflación de combustibles						X				X		
4	Pagos de renovación de permisos anuales	X									X		
5	Altas tasas interés de entidades financieras						X				X		

6	Pago salarial con beneficios de ley al personal							X		X
7	Seguro social y beneficios de ley a empleados y empleadores							X		X
8	Bajo factor económico en la localidad							X		X
9	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario		X							X
10	Facilidad de pago entidades bancarias				X					X
Factor social		Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Familiarización con turistas	X								X
2	Abuso e inflación de precios de gente local				X					X
3	Aprovechamiento de prestadores de servicio				X					X
4	Oportunidades laborales	X								X
5	Oportunidades de crecimiento, y desarrollo local	X								X
6	Difusión y mejoramiento de la imagen del cantón	X								X
7	Apertura de empleo a emprendimientos locales	X								X
8	Beneficios a proveedores locales y nacionales		X							X
9	Ayuda y apoyo social a niños de la localidad		X							X
10	Impulso de aprendizaje y superación a gente de la comunidad		X							X
Factor tecnológico		Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Manejo de herramientas de reserva de servicios	X								X
2	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales	X								X

3	Red satelital de internet	X						X		
4	Red satelital de conexión celular				X			X		
5	Adquisición de chip de telefonía celular	X							X	
6	Cantón y pueblos entendidos con la tecnología				X			X		
7	Sistemas de reserva software amigable	X						X		
8	Conocimiento en tecnología actual				X			X		
9	Manejo de herramientas office		X						X	
10	Manejo de herramientas de reservas	X						X		
Factor ecológico – ambiental		Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Leyes y normativas ambientales				X					X
2	Certificaciones ambientales	X						X		
3	Regulaciones ambientales a establecimientos turísticos de hospedaje				X			X		
4	Planes de manejo y control ambiental	X						X		
5	Controles ambientales del GAD cantonal	X						X		
6	Regulaciones y normas ambientales de atractivos o parques nacionales	X						X		
7	Deforestación, quema de páramos, contaminación				X			X		
8	Adquisición de instrumentos o herramientas de mitigación ambiental	X						X		
9	Control de uso de vertientes de agua de consumo humano	X						X		
10	Sensibilización ambiental local		X						X	
Factor competitivo		Oportunidad			Amenaza			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo

1	Categorización de alojamientos	X		X
2	Nuevos modelos de alojamientos de hospedaje		X	X
3	Mercado con nuevas tendencias		X	X
4	Preferencias por lugares sostenibles	X		X
5	Impulso turístico a nivel nacional	X		X
6	Promoción turística solo en zonas con mayor afluencia turística		X	X
7	Competitividad en la localidad	X		X
8	Precios de mercado no acordes		X	X
9	Competencia desleal		X	X
10	Establecimientos no aptos para nuevos mercados		X	X

10.6 Matriz de Evaluación Interna

La matriz de evaluación interna analiza los sub factores internos de la empresa clasificados en fortalezas y debilidades, de igual manera se enlistaron 10 sub factores por cada factor general, siendo estos: Administrativa y dirección, capacitaciones, economía, talento humano, y tecnología e infraestructura, Además de ello los sub factores se enlistaron en base a las respuestas de las metodologías, teniendo en cuenta sus mayores fortalezas y debilidades corporativas internas, para diseñar estrategias de mejora en cuanto a su actividad turística.

En el factor de administrativa y dirección, se enlistaron los problemas, y fortalezas administrativas, el control de planificaciones, inventarios, flujogramas, y control gestionado de la empresa, de manera global estos sub factores pueden solucionar los problemas y fortalecerlos para mejorar la administración de manera planificada de las empresas de hospedaje, ya que en su mayoría carecen de una administración.

En el factor de capacitaciones, se enlistan 5 debilidades, y 5 fortalezas, ya que existe el conocimiento de prestar labor en el área turística, motivación, e inducciones, sin embargo, se visualizaron falencias y problemas de atención al cliente, control de procesos, y áreas en base a objetivos empresariales, comunicación de idioma inglés, entre otros.

El factor económico se establece por enlistar en su mayoría debilidades que las empresas presentaron en las respuestas de sostenibilidad y competitividad en la dimensión económica, y área de contabilidad y finanzas, debido a la inexistencia de documentos contables, y tributarios respaldados y analizados en base a ventas, mercado, ingresos, y egresos, siendo el factor con más debilidades, y tomado en cuenta para las estrategias diseñadas.

En el factor de talento humano se estableció sub factores en relación empleador – staff, se debe mejorar el proceso de contratación, teniendo un registro de cada empleado, además de

capacitaciones, e inducciones de la actividad laboral, conjuntamente con objetivos empresariales, políticas, misión, y visión de cada empresa.

Finalmente, el factor tecnológico e infraestructura, pensado en las deficiencias del uso tecnológico, sistemas de control de vigilancia, sistema de reservas, utilización páginas web, promoción, y publicidad, a través de cómo implementarlos en las empresas, para mejorar la seguridad, difusión de información, conexión, y facilidad de conexión con la demanda.

Tabla 23*Matriz de evaluación Interna FODA.*

Administrativa y dirección		Fortalezas			Debilidades			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Carencia de gestión administrativa				X			X		
2	Falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del alojamiento				X			X		
3	Inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y encerres	X						X		
4	Manejo de funciones por área y estructura laboral del alojamiento	X						X		
5	Programas de capacitaciones al personal	X						X		
6	Planificaciones de compras, balances, mantenimientos.					X			X	
7	Manejo de proveedores locales y nacionales	X						X		
8	Planificación de misión, visión, objetivo empresarial									
9	Planificaciones o documentos con revisiones salariales, horarios laborales, permisos, y reconocimientos o incentivos		X						X	
10	Coordinación gerencia y staff para impulso laboral, e inducciones laborales	X						X		
Capacitaciones		Fortalezas			Debilidades			Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Charlas, inducciones, y directrices acopladas a documentos escritos en dónde se visualice la visión y objetivo del alojamiento		X						X	
2	Planificaciones sobre salud ocupacional				X			X		

10.7 Matriz FODA general

En esta matriz están enlistadas todas las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que se encontraron y detallaron en las matrices MEFE, MEFI, con la finalidad de encontrar soluciones estratégicas a los sesgos, utilizando las fortalezas, y oportunidades que podría tener cada empresa de alojamiento. A estos sub factores se llaman por el tipo de Foda que pertenece: F1 – O1 – A1 – D1. Para fortalezas se enlistaron 23 sub factores, oportunidades 26 sub factores, 18 debilidades, y 20 amenazas, procedentemente de ello, se evaluarán en la matriz de peso y valor, para clasificar por orden jerárquico.

En gran parte las fortalezas se describen cuanto a la dimensión ambiental, capacitaciones, y concientización ambiental, aperturas laborales, equidad de género, ambientes seguros, estables para garantizar un trabajo adecuado y responsable, listado de proveedores, y en mínima parte un control de huéspedes, y atención al cliente, sin embargo, estas dos últimas necesitan fortalecer la práctica empírica que poseen de manera teórica.

Las debilidades se detallan por la carencia o falta de una gestión administrativa, el control en cada área de la empresa, mediante objetivos, flujogramas de actividades y procesos, todos ellos en base a políticas, registros de balances económicos, ventas, y mercadeo. Para afianzar la actividad interna de manera documentada y respaldada.

Las fortalezas varían en función del uso, y aprovechamiento que podrían tener las empresas de hospedaje del cantón Sigchos, ya sea revisiones anuales de pagos tarifarios, herramientas tecnológicas, plataformas y softwares de reserva, controles ambientales, y políticas regulatorias y normativas insertas en la actividad turística.

Finalmente, las amenazas que podrían afectar a las empresas van desde problemas macros de inseguridad, problemas de conexión, desconocimiento o baja importancia turística

de la gente local, nuevas tendencias de hospedaje, y necesidades o exigencias nuevas de la demanda.

Tabla 24

Matriz FODA general.

Fortalezas		Oportunidades	
F1	Inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y encerres	O1	Facilidad de cambio y uso de moneda
F2	Manejo de funciones por área y estructura laboral del alojamiento	O2	Difusión y promoción turística en atractivos principales
F3	Programas de capacitaciones al personal	O3	Facilidad de movilizarse
F4	Manejo de proveedores locales y nacionales	O4	Otorgamiento de permisos de funcionamiento
F5	Coordinación gerencia y staff para impulso laboral, e inducciones laborales	O5	Ideas de propuestas de incentivar el turismo comunitario con residentes de la localidad
F6	Planificación en cuanto capacitaciones de atención al cliente, e idioma	O6	Pagos de renovación de permisos anuales
F7	Capacitaciones ambientales, procesos, herramientas, objetivos	O7	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario
F8	Capacitaciones en cada área laboral, funciones, y objetivos	O8	Familiarización con turistas
F9	Control y registro de ingreso y salida de huéspedes	O9	Oportunidades laborales
F10	Auditorias y pagos tributarios	O10	Oportunidades de crecimiento, y desarrollo local
F11	Registro contable de sueldos	O11	Difusión y mejoramiento de la imagen del cantón
F12	Charlas o capacitaciones al staff contratado	O12	Apertura de empleo a emprendimientos locales
F13	Apertura laboral para personas con discapacidad	O13	Manejo de herramientas de reserva de servicios
F14	Incentivos laborales para el personal en caso de lograr logros de ventas	O14	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales
F15	Horarios flexibles en caso de estudio, familia, o calamidad doméstica	O15	Red satelital de internet
F16	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial, impulso de superación	O16	Adquisición de chip de telefonía celular
F17	Apertura laboral para el género femenino	O17	Sistemas de reserva software amigable
F18	Ambiente seguro, estable, y de superación para el staff	O18	Manejo de herramientas de reservas
F19	Diseño de planta adecuado para brindar un servicio de calidad	O19	Certificaciones ambientales
F20	Servicios plus equipados en la planta del alojamiento	O20	Planes de manejo y control ambiental
F21	Mantenimientos preventivos a equipos tecnológicos e instalaciones	O21	Controles ambientales del GAD cantonal
F22	Mantenimiento preventivo a equipos de salud y seguridad	O22	Regulaciones y normas ambientales de atractivos o parques nacionales
F23	Material y diseño acorde a su ubicación	O23	Adquisición de instrumentos o herramientas de mitigación ambiental
		O24	Control de uso de vertientes de agua de consumo humano

		O25	Competitividad en la localidad
		O26	Impulso turístico a nivel nacional
Debilidades		Amenazas	
D1	Carencia de gestión administrativa	A1	Disturbios políticos, e inseguridad
D2	Falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del alojamiento	A2	Recursos y sitios turísticos con inexistencia de información
D3	Inducciones en riesgos laborales	A3	Inflación de combustibles
D4	Planificaciones sobre salud ocupacional	A4	Altas tasas interés de entidades financieras
D5	Planificaciones sobre precauciones en el área laboral	A5	Pago salarial con beneficios de ley al personal
D6	Organigramas y flujogramas con funciones, actividades, en donde se visualice la misión, visión, y objetivos empresariales	A6	Seguro social y beneficios de ley a empleados y empleadores
D7	Manejo de software, tecnología, reservas, chek - in, chek – out	A7	Bajo factor económico en la localidad
D8	Balances semestrales - trimestrales - Anuales	A8	Abuso e inflación de precios de gente local
D9	Copias de seguridad de documentos	A9	Aprovechamiento de prestadores de servicio
D10	Respaldos en software	A10	Red satelital de conexión celular
D11	Planificación de ventas	A11	Cantón y pueblos entendidos con la tecnología
D12	Análisis de ventas ingresos egresos	A12	Conocimiento en tecnología actual
D13	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria	A13	Leyes y normativas ambientales
D14	Inventarios de materia prima	A14	Regulaciones ambientales a establecimientos turísticos de hospedaje
D15	Seguro social, y beneficios de ley	A15	Deforestación, quema de páramos, contaminación
D16	Registro de turistas en software	A16	Nuevos modelos de alojamientos de hospedaje
D17	Planta adecuada para accesibilidad e inclusivo	A17	Mercado con nuevas tendencias
D18	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos	A18	Precios de mercado no acordes
		A19	Competencia desleal
		A20	Establecimientos no aptos para nuevos mercados

10.8 Valoración Matriz MEFI

En esta matriz se analizó el peso y valor que se considera a cada sub factor interno, aquí se consideró a las fortalezas con un 60%, y debilidades con un 40%, con el fin de dar un valor más alto a las fortalezas, en donde sobresalen, las capacitaciones al staff, atención al cliente, y planificaciones que deberían mejorar de manera organizacional, dejando de lado el conocimiento y objetivos empíricos. Recalcando que existen problemas administrativos, de control, regulación, y planificaciones documentadas de las actividades por área conjunto a los

objetivos de meta empresariales. Finalmente se obtiene un valor de fortalezas de: 3.6 para fortalezas, y 1,66 para debilidades.

En total hay 20 sub factores entre fortalezas y debilidades, con valores de: (0.24), (0.12), y (0.9), para fortalezas, filtrando oportunidades con mayor relevancia, e importancia, y las debilidades que afectan en mayor cantidad y problemas a las empresas, Planificaciones de capacitaciones, idiomas, inducciones, equipos de seguridad y salud, manejo apropiado de funciones de cada área en base a objetivos empíricos.

Ponderaciones de: (0.8), (0.3), y (0.2), para las debilidades, siendo las más altas la falta de administración, planificaciones de venta, mercado, balances, implementación de estrategias, uso tecnológico, y de plataformas de reservas, seguros médicos, sociales, beneficios de ley, respaldos, y registros de turistas.

Tabla 25*Valoración Matriz MEFI.*

FORTALEZAS		PESO	%	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y encerres	0,03	0,1	3	0,09
F2	Manejo de funciones por área y estructura laboral del alojamiento	0,04	0,1	3	0,12
F3	Programas de capacitaciones al personal	0,05	0,1	4	0,2
F4	Manejo de proveedores locales y nacionales	0,03	0,1	3	0,09
F5	Coordinación gerencia y staff para impulso laboral, e inducciones laborales	0,03	0,1	3	0,09
F6	Planificación en cuanto capacitaciones de atención al cliente, e idioma	0,06	0,1	4	0,24
F7	Capacitaciones ambientales, procesos, herramientas, objetivos	0,04	0,1	3	0,12
F8	Capacitaciones en cada área laboral, funciones, y objetivos	0,04	0,1	3	0,12
F9	Control y registro de ingreso y salida de huéspedes	0,06	0,1	4	0,24
F10	Auditorias y pagos tributarios	0,06	0,1	4	0,24
F11	Registro contable de sueldos	0,05	0,1	4	0,2
F12	Charlas o capacitaciones al staff contratado	0,05	0,1	4	0,2
F13	Apertura laboral para personas con discapacidad	0,03	0,1	3	0,09
F14	Incentivos laborales para el personal en caso de lograr logros de ventas	0,03	0,1	3	0,09
F15	Horarios flexibles en caso de estudio, familia, o calamidad doméstica	0,03	0,1	3	0,09
F16	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial, impulso de superación	0,03	0,1	3	0,09
F17	Apertura laboral para el género femenino	0,03	0,1	3	0,09
F18	Ambiente seguro, estable, y de superación para el staff	0,05	0,1	4	0,2
F19	Diseño de planta adecuado para brindar un servicio de calidad	0,06	0,1	4	0,24
F20	Servicios plus equipados en la planta del alojamiento	0,05	0,1	4	0,2

F21	Mantenimientos preventivos a equipos tecnológicos e instalaciones	0,05	0,1	4	0,2
F22	Mantenimiento preventivo a equipos de salud y seguridad	0,06	0,1	4	0,24
F23	Material y diseño acorde a su ubicación	0,04	0,1	3	0,12
Total		1			3,6
DEBILIDADES		PESO	%	VALOR	PONDERACIÓN
D1	Carencia de gestión administrativa	0,04	0,1	2	0,08
D2	Falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del alojamiento	0,3	0,1	2	0,6
D3	Inducciones en riesgos laborales	0,03	0,1	1	0,03
D4	Planificaciones sobre salud ocupacional	0,03	0,1	1	0,03
D5	Planificaciones sobre precauciones en el área laboral	0,03	0,1	1	0,03
D6	Organigramas y flujogramas con funciones, actividades, en donde se visualice la misión, visión, y objetivos empresariales	0,04	0,1	2	0,08
D7	Manejo de software, tecnología, reservas, chek - in, chek – out	0,04	0,1	2	0,08
D8	Balances semestrales - trimestrales. Anuales	0,2	0,1	2	0,4
D9	Copias de seguridad de documentos	0,03	0,1	1	0,03
D10	Respaldos en software	0,03	0,1	1	0,03
D11	Planificación de ventas	0,03	0,1	1	0,03
D12	Análisis de ventas ingresos egresos	0,03	0,1	1	0,03
D13	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria	0,03	0,1	1	0,03
D14	Inventarios de materia prima	0,02	0,1	1	0,02
D15	Seguro social, y beneficios de ley	0,04	0,1	2	0,08
D16	Registro de turistas en software	0,03	0,1	1	0,03
D17	Planta adecuada para accesibilidad e inclusivo	0,03	0,1	1	0,03
D18	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos	0,02	0,1	1	0,02
Total		1	180%		1.66

10.9 Matriz de evaluación MEFE

De igual manera para los sub factores externos se califica con un peso, valor, y nota ponderada, sin embargo, en este caso igualamos el peso a un 50% para oportunidades, y amenazas. Esto con la finalidad que ambos tengan la misma oportunidad de estar dentro de las estrategias finales. Con un valor final de 3,04 para las oportunidades, y 2,82 para amenazas, se mantiene el enfoque a crear estrategias de mejora.

Para las Oportunidades pasan 10 sub – factores con ponderaciones de: (0,2), y (0,12), detallando como oportunidades que tendrían las empresas en otorgamiento de permisos de funcionamiento, oportunidades laborales, crecimiento y desarrollo de la localidad, en función de los beneficiarios directos e indirectos, además de las oportunidades de crecimiento, potencialización turística y posicionamiento de la imagen de hospedaje si se implementara y utilizara softwares de reserva, promoción, y difusión de sus servicios.

Para las amenazas de igual manera pasan los 10 sub – factores con mayor relevancia con ponderaciones de: (0,4), y (0,15), estos podrían afectar a las empresas de hospedaje en un impacto alto si no se controla, y efectúa las estrategias diseñadas. Existen problemas graves como disturbios, e inseguridad, falta de uso tecnológico, establecimientos no aptos para cambios radicales en cuanto la temática de hospedaje, bajo índice de seguros y contrataciones laborales, y poca información turística de las actividades más importantes del cantón.

Tabla 26*Matriz de evaluación MEFE.*

	OPORTUNIDADES	PESO	%	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Facilidad de cambio y uso de moneda	0,03	0,1	2	0,06
O2	Difusión y promoción turística en atractivos principales	0,04	0,1	3	0,12
O3	Facilidad de movilizarse	0,04	0,1	3	0,12
O4	Otorgamiento de permisos de funcionamiento	0,05	0,1	4	0,2
O5	Ideas de propuestas de incentivar el turismo comunitario con residentes de la localidad	0,04	0,1	3	0,12
O6	Pagos de renovación de permisos anuales	0,04	0,1	3	0,12
O7	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario	0,03	0,1	2	0,06
O8	Familiarización con turistas	0,03	0,1	2	0,06
O9	Oportunidades laborales	0,05	0,1	4	0,2
O10	Oportunidades de crecimiento, y desarrollo local	0,05	0,1	4	0,2
O11	Difusión y mejoramiento de la imagen del cantón	0,05	0,1	4	0,2
O12	Apertura de empleo a emprendimientos locales	0,05	0,1	4	0,2
O13	Manejo de herramientas de reserva de servicios	0,04	0,1	3	0,12
O14	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales	0,03	0,1	2	0,06
O15	Red satelital de internet	0,03	0,1	2	0,06
O16	Adquisición de chip de telefonía celular	0,02	0,1	1	0,02
O17	Sistemas de reserva software amigable	0,04	0,1	3	0,12
O18	Manejo de herramientas de reservas	0,05	0,1	4	0,2
O19	Certificaciones ambientales	0,05	0,1	4	0,2
O20	Planes de manejo y control ambiental	0,03	0,1	2	0,06
O21	Controles ambientales del GAD cantonal	0,03	0,1	2	0,06

O22	Regulaciones y normas ambientales de atractivos o parques nacionales	0,03	0,1	2	0,06
O23	Adquisición de instrumentos o herramientas de mitigación ambiental	0,04	0,1	3	0,12
O24	Control de uso de vertientes de agua de consumo humano	0,04	0,1	3	0,12
O25	Competitividad en la localidad	0,03	0,1	2	0,06
O26	Impulso turístico a nivel nacional	0,04	0,1	3	0,12
		1	100%		3,04
	AMENAZAS	PESO	%	VALOR	PONDERACIÓN
A1	Disturbios políticos, e inseguridad	0,1	0,1	4	0,4
A2	Recursos y sitios turísticos con inexistencia de información	0,05	0,1	3	0,15
A3	Inflación de combustibles	0,04	0,1	2	0,08
A4	Altas tasas interés de entidades financieras	0,04	0,1	2	0,08
A5	Pago salarial con beneficios de ley al personal	0,1	0,1	4	0,4
A6	Seguro social y beneficios de ley a empleados y empleadores	0,05	0,1	3	0,15
A7	Bajo factor económico en la localidad	0,04	0,1	2	0,08
A8	Abuso e inflación de precios de gente local	0,03	0,1	1	0,03
A9	Aprovechamiento de prestadores de servicio	0,04	0,1	2	0,08
A10	Red satelital de conexión celular	0,04	0,1	2	0,08
A11	Cantón y pueblos entendidos con la tecnología	0,05	0,1	3	0,15
A12	Conocimiento en tecnología actual	0,05	0,1	3	0,15
A13	Leyes y normativas ambientales	0,05	0,1	3	0,15
A14	Regulaciones ambientales a establecimientos turísticos de hospedaje	0,05	0,1	3	0,15
A15	Deforestación, quema de páramos, contaminación	0,05	0,1	3	0,15
A16	Nuevos modelos de alojamientos de hospedaje	0,05	0,1	3	0,15
A17	Mercado con nuevas tendencias	0,04	0,1	2	0,08
A18	Precios de mercado no acordes	0,04	0,1	2	0,08
A19	Competencia desleal	0,04	0,1	2	0,08
A20	Establecimientos no aptos para nuevos mercados	0,05	0,1	3	0,15
	Total	1	100%		2,82

10.10 Matriz de la gran Estrategia

Aquí se diseñan las estrategias en forma cruzada, primero se enlistan las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades, con mayor valor, las cuales pasaron por las matrices de evaluación en total existen 40 sub factores, para diseñar las estrategias se combinan: Fortalezas con oportunidades (FO), debilidades con oportunidades (DO), fortalezas con amenazas (FA), y Debilidades con amenazas (DA).

Se diseñaron 8 estrategias de cada cuadrante, en total 32 estrategias, están diseñadas en cuanto los sesgos que se encontraron en las entrevistas, con la finalidad de mejorar, y mitigar los problemas existentes para impulsar la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas hoteleras del cantón Sigchos.

Las estrategias están diseñadas por la combinación de los 4 cuadrantes, en resumen, cada estrategia está diseñada controlar y mitigar problemas, capacitaciones al staff, manejo de reservas, idioma inglés, uso de plataformas de reserva, páginas web, planes de control laboral mediante flujogramas haciendo énfasis en cada objetivo empresarial, además de la implementación de políticas laborales, ambientales, misión, visión, y objetivos de ser el caso.

Tabla 27

Matriz de la gran estrategia.

Matriz estratégica de Foda	Fortalezas (f)	Debilidades (d)
	F1. Planificación en cuanto capacitaciones de atención al cliente, e idioma	D1. Falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del alojamiento
	F2. Mantenimiento preventivo a equipos de salud y seguridad	D2. Balances semestrales – trimestrales- Anuales
	F3. Mantenimientos preventivos a equipos tecnológicos e instalaciones	D3. Carencia de gestión administrativa
	F4. Servicios plus equipados en la planta del alojamiento	D4. Organigramas y flujogramas con funciones, actividades, en donde se visualice la misión, visión, y objetivos empresariales

	F5. Diseño de planta adecuado para brindar un servicio de calidad	D5. Manejo de software, tecnología, reservas, chek - in, chek – out
	F6. Ambiente seguro, estable, y de superación para el staff	D6. Seguro social, y beneficios de ley
	F7. Programas de capacitaciones al personal	D7. Inducciones en riesgos laborales
	F8. Auditorias y pagos tributarios	D8. Respaldos en software
	F9. Control y registro de ingreso y salida de huéspedes	D9. Planificación de ventas
	F10. Material y diseño acorde a su ubicación	D10.planta adecuada para accesibilidad e inclusivo
Oportunidades (o)	Estrategias (fo)	Estrategias (do)
O1. Oportunidades laborales	F1. O1. Diseñar capacitaciones de aprendizaje en atención al cliente e idioma inglés para oportunidades de empleo y superación profesional.	D1.d3. O5. O8. Planificar capacitaciones de manejo y administración hotelera conjunto al control y uso de sistemas de reserva y servicios de hospedaje.
O2. Oportunidades de crecimiento, y desarrollo local	F2. F3. F5. F6. O9. Diseñar planificaciones mensuales en donde se controle y monitoree los sistemas de seguridad, instalaciones básicas, y tecnológicas para evitar accidentes y se precautele la salud de los huéspedes y personal.	D2. 07. Planificar calendáricamente los pagos, ventas, ingresos, egresos, para no tener ningún pendiente o imposición al momento de renovar los permisos de funcionamiento.
O3. Difusión y mejoramiento de la imagen del cantón	F4. F5. F10. O3. Planificar mingas de limpieza, y reparación de instalaciones internas y externas para una mejor imagen turística del establecimiento hotelero previo a un inventario actualizado de materia prima, equipo, menaje, entre otros.	D4. O1. Implementar políticas y normativas en donde se visualicen los objetivos, y visión de la empresa, con fines de que el staff se identifique con la misma y exista un crecimiento laboral.
O4. Apertura de empleo a emprendimientos locales	F9. O5. O8. Planificar capacitaciones de uso de sistemas de reserva, manejo y control de chek in chek out de huéspedes por medio de registros salvos en el drive.	D5. O5. O8. Diseñar capacitaciones de uso de sistemas de registro de turistas tecnológicos, chek in - chek out, para mejorar y agilizar el sistema de atención al cliente.
O5. Manejo de herramientas de reservas	F8. O2. O1. Crear planificaciones y registros contables de las ventas, pagos de impuestos, acciones tributarias, que permita evidenciar la actividad turística de alojamiento de manera pulcra y se visualice un impulso de crecimiento laboral.	D6. O1. Implementar en los contratos laborales el seguro médico social, y beneficios de ley para los miembros del staff.
O6. Certificaciones ambientales	F6. O6. Planificar charlas y consultorías con profesionales ambientales para la implementación de instrumentos de mitigación ambiental, buenas prácticas ambientales, de enriquecimiento laboral y reconocimiento de la empresa.	D8.o5. O8. Implementar sistemas de respaldo de información en la base de datos de la empresa de hospedaje conjunto al sistema de reservas.
O7. Otorgamiento de permisos de funcionamiento	F4. O10. Diseñar actividades de recreación y esparcimiento promocionando los recurso y atractivos naturales del cantón y localidad conjunto a los servicios de su establecimiento.	D10. O4 implementar técnicas de atención al cliente, utilizando la infraestructura local para mejorar el desarrollo económico local y social.
O8. Manejo de herramientas de reserva de servicios	F5. O7 implementar controles de revisión de instalaciones y permisos básicos previos al permiso de funcionamiento LUAF, para garantizar el trabajo de los dueños y personal del establecimiento de manera permanente.	D7. O7. Planificar calendáricamente un registro de reparaciones, controles, y cambios en infraestructura, muebles, equipos, para garantizar

la seguridad, y permanencia de la actividad hotelera.

Amenazas (a)	Estrategias (fa)	Estrategias (da)
A1. Disturbios políticos, e inseguridad	F2.f3. F6. A1 planificar charlas de motivación laboral, autosuperación, control de instalaciones, equipos, seguridad, para brindar un ambiente e instalaciones de paz y armonía tanto para huéspedes, y personal.	D1. A4. Diseñar un plan de buenas prácticas laborales, conjunto con los objetivos empresariales, funciones, y normativas. Conjunto se visualice los beneficios que cada miembro del staff deba de tener.
A2. Pago salarial con beneficios de ley al personal	F6. F8. A2. A4. Planificar controles y revisiones de sueldos, motivar a optar por un seguro médico, en donde se vea la responsabilidad del empleador y empleado creando un ambiente laboral seguro y en cumplimiento con la ley.	D2. A2 crear un registro Excel con todos los balances de sueldos de manera mensual en donde se visualice permisos, faltas, seguro, beneficios de ley, e incentivos.
A3. Recursos y sitios turísticos con inexistencia de información	F4. A3. Implementar pizarras o folletos con información de los recursos, actividades, gastronomía, a historia, e información básica de la localidad y su empresa hotelera para mejorar la correcta información emitida a los turistas nacionales y extranjeros.	D3. D4. A6. Diseñar un flujograma impreso y de manera digital en donde los miembros del staff y administración visualicen las funciones de cada área laboral. Además del control de promoción, página web, y difusión de la actividad hotelera.
A4. Seguro social y beneficios de ley a empleados y empleadores	F7. A5. A6. Planificar capacitaciones en utilización de tecnología, equipos de computación, softwares de reserva, para mejorar y mitigar la falta de conocimiento tecnológico.	D5.d8. A5. A6. Crear un registro de reservas de manera anual, de manera digital con un sistema de respaldo, para conseguir una mejora atención al cliente y organización del área administrativa y recepción.
A5. Cantón y pueblos entendidos con la tecnología	F10. A7. A8. Diseñar sitios de control de residuos equipados a las instalaciones de la empresa hotelera para cumplir con las normas ambientales reguladas por el mintur.	D6.a2. Crear charlas enfocadas a las ventajas de tener seguro social, y beneficios de ley, para que el staff se sienta seguro de prestar sus servicios y la gerencia seguro de tener el funcionamiento de su establecimiento en regla con la ley.
A6. Conocimiento en tecnología actual	F6. A9. Capacitar a los miembros del staff del establecimiento para que concienticen al buen manejo de residuos, protección del páramo, y buenas prácticas ambientales, y a través de ellos a los residentes de la localidad.	D9. A3.a6. Diseñar un documento Excel con el registro de ventas por actividad, o tipo de habitación con mayor ingreso, además de promover y difundir los atractivos y recursos que existe en la localidad para tener una mayor afluencia de turistas.
A7. Leyes y normativas ambientales	F10. A10. Planificar charlas conjunto a los dueños, gerencia o administración, y staff en donde se propongan ideas para mejorar el establecimiento hotelero acorde a las nuevas tendencias hoteleras para llamar la atención de los turistas.	D7. A7. Diseñar un manual de buenas prácticas laborales con fines ecológicos con la finalidad de mitigar el impacto ambiental y riesgos que pueda ocasionar al staff.

A8. Regulaciones ambientales a establecimientos turísticos de hospedaje	F8. A6. Crear capacitaciones de uso de sistemas de pagos tributarios online, dirigido a la administración del establecimiento para agilizar procesos tributarios.	D10. A10. Planificar charlas estrategias de mejora en la infraestructura, mejora en sostenibilidad, áreas verdes, innovación, equitación tecnológica del establecimiento.
A9. Deforestación, quema de páramos, contaminación		
A10. Nuevos modelos de alojamientos de hospedaje		

10.11 Análisis Estratégico

Procedentemente de crear y diseñar las estrategias que permitirán corregir errores y sesgos en la actividad hotelera del cantón Sigchos, se realizó un análisis para clasificar las estrategias en un impacto alto, medio y bajo. Considerando las estrategias de manera que corrijan la mayoría de problemas internos y externos, enfocados en la administración, control y manejo de huéspedes, talento humano, control y manejo de reservas, promoción, capacitaciones ambientales, registros de ventas ingresos, egresos, políticas ambientales, laborales, y registros financieros. Finalmente se clasifican 15 estrategias consideradas en un impacto alto.

Tabla 28

Análisis estratégico.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO		IMPACTO		
	FO	ALTO	MEDIO	BAJO
F1. O1	F1. O1. Diseñar capacitaciones de aprendizaje en atención al cliente e idioma inglés para oportunidades de empleo y superación profesional.	X		
F2. F3. F5. F6. O9	F2. F3. F5. F6. O9. Diseñar planificaciones mensuales en donde se controle y monitoree los sistemas de seguridad, instalaciones básicas, y tecnológicas para evitar accidentes y se precautele la salud de los huéspedes y personal.	X		
F4. F5. F10. O3	F4. F5. F10. O3. Planificar mingas de limpieza, y reparación de instalaciones internas y externas para una mejor imagen turística del establecimiento hotelero	X		

	previo a un inventario actualizado de materia prima, equipo, menaje, entre otros.	
F9. O5. O8	F9. O5. O8. Planificar capacitaciones de uso de sistemas de reserva, manejo y control de chek in chek out de huéspedes por medio de registros salvos en el drive.	X
F8. O2. O1	F8. O2. O1. Crear planificaciones y registros contables de las ventas, pagos de impuestos, acciones tributarias, que permita evidenciar la actividad turística de alojamiento de manera pulcra y se visualice un impulso de crecimiento laboral.	X
F6. O6	F6. O6. Planificar charlas y consultorías con profesionales ambientales para la implementación de instrumentos de mitigación ambiental, buenas prácticas ambientales, de enriquecimiento laboral y reconocimiento de la empresa.	X
F4. O10	F4. O10. Diseñar actividades de recreación y esparcimiento promocionando los recurso y atractivos naturales del cantón y localidad conjunto a los servicios de su establecimiento.	X
F5. O7.	F5. O7 implementar controles de revisión de instalaciones y permisos básicos previos al permiso de funcionamiento LUAF, para garantizar el trabajo de los dueños y personal del establecimiento de manera permanente.	X
FA		
F2. F3. F6. A1	F2.f3. F6. A1 planificar charlas de motivación laboral, autosuperación, control de instalaciones, equipos, seguridad, para brindar un ambiente e instalaciones de paz y armonía tanto para huéspedes, y personal.	X
F6. F8. F8. A2. A4.	F6. F8. A2. A4. Planificar controles y revisiones de sueldos, motivar a optar por un seguro médico, en donde se vea la responsabilidad del empleador y empleado creando un ambiente laboral seguro y en cumplimiento con la ley.	X
F4. A3.	F4. A3. Implementar pizarras o folletos con información de los recursos, actividades, gastronomía historia, e información básica de la localidad y su empresa hotelera para mejorar la correcta información emitida a los turistas nacionales y extranjeros.	X
F7. A5. A6	F7. A5. A6. Planificar capacitaciones en utilización de tecnología, equipos de computación, softwares de reserva, para mejorar y mitigar la falta de conocimiento tecnológico.	X
F10. A7. A8	F10. A7. A8. Diseñar sitios de control de residuos equipados a las instalaciones de la empresa hotelera para cumplir con las normas ambientales reguladas por el mintur.	X
F6. A9.	F6. A9. Capacitar a los miembros del staff del establecimiento para que concienticen al buen manejo de residuos, protección del páramo, y buenas prácticas ambientales, y a través de ellos a los residentes de la localidad.	X
F10. A10.	F10. A10. Planificar charlas conjunto a los dueños, gerencia o administración, y staff en donde se propongan ideas para mejorar el establecimiento hotelero acorde a las nuevas tendencias hoteleras para llamar la atención de los turistas.	X

F8. A6.	F8. A6. Crear capacitaciones de uso de sistemas de pagos tributarios online, dirigido a la administración del establecimiento para agilizar procesos tributarios.	X
DO		
D1. D3. O5. O8	D1.d3. O5. O8. Planificar capacitaciones de manejo y administración hotelera conjunto al control y uso de sistemas de reserva y servicios de hospedaje.	
D2. O7.	D2. O7. Planificar calendáricamente los pagos, ventas, ingresos, egresos, para no tener ningún pendiente o imposición al momento de renovar los permisos de funcionamiento.	X
D4. O1.	D4. O1. Implementar políticas y normativas en donde se visualicen los objetivos, y visión de la empresa, con fines de que el staff se identifique con la misma y exista un crecimiento laboral.	X
D5. O5. O8.	D5. O5. O8. Diseñar capacitaciones de uso de sistemas de registro de turistas tecnológicos, chek in - chek out, para mejorar y agilizar el sistema de atención al cliente.	X
D6. O1.	D6. O1. Implementar en los contratos laborales el seguro médico social, y beneficios de ley para los miembros del staff.	X
D8.o5. O8.	D8.o5. O8. Implementar sistemas de respaldo de información en la base de datos de la empresa de hospedaje conjunto al sistema de reservas.	X
D10.	D10. O4 implementar técnicas de atención al cliente, utilizando la infraestructura local para mejorar el desarrollo económico local y social.	X
D7. O7.	D7. O7. Planificar calendáricamente un registro de reparaciones, controles, y cambios en infraestructura, muebles, equipos, para garantizar la seguridad, y permanencia de la actividad hotelera.	X
DA		
D1. A4.	D1. A4. Diseñar un plan de buenas prácticas laborales, conjunto con los objetivos empresariales, funciones, y normativas. Conjunto se visualice los beneficios que cada miembro del staff deba de tener.	X
D2. A2.	D2. A2 crear un registro Excel con todos los balances de sueldos de manera mensual en donde se visualice permisos, faltas, seguro, beneficios de ley, e incentivos.	X
D3. D4. A6.	D3. D4. A6. Diseñar un flujograma impreso y de manera digital en donde los miembros del staff y administración visualicen las funciones de cada área laboral. Además del control de promoción, página web, y difusión de la actividad hotelera.	X
D5. D8. A5. A6.	D5.d8. A5. A6. Crear un registro de reservas de manera anual, de manera digital con un sistema de respaldo, para conseguir una mejor atención al cliente y organización del área administrativa y recepción.	X
D6. A2.	D6.a2. Crear charlas enfocadas a las ventajas de tener seguro social, y beneficios de ley, para que el staff se sienta seguro de prestar sus servicios y la gerencia seguro de tener el funcionamiento de su establecimiento en regla con la ley.	X
D9. A3. A6.	D9. A3.a6. Diseñar un documento Excel con el registro de ventas por actividad, o tipo de habitación con mayor ingreso, además de promover y difundir los atractivos y recursos que existe en la localidad para tener una mayor afluencia de turistas.	X

D7. A7.	D7. A7. Diseñar un manual de buenas prácticas laborales con fines ecológicos con la finalidad de mitigar el impacto ambiental y riesgos que pueda ocasionar al staff.	X
D10. A10.	D10. A10. Planificar charlas estrategias de mejora en la infraestructura, mejora en sostenibilidad, áreas verdes, innovación, equitación tecnológica del establecimiento.	X

10.12 Matriz de Resultados

Finalmente, luego de clasificar las estrategias por su impacto y relevancia, se clasifican las estrategias finales para expresarlas en forma de impulso y mejora, corrigiendo errores y problemas existentes en los establecimientos turísticos de alojamiento del cantón Sigchos, estas están diseñadas partiendo desde las fortalezas y oportunidades para corregir debilidades y amenazas, en total se enlistan 15 estrategias finales.

Tabla 29

Matriz de resultados FODA.

MATRIZ ESTRATÉGICA	
1	F1. O1. Diseñar capacitaciones de aprendizaje en atención al cliente e idioma inglés para oportunidades de empleo y superación profesional.
2	F4. F5. F10. O3. Planificar mingas de limpieza, y reparación de instalaciones internas y externas para una mejor imagen turística del establecimiento hotelero previo a un inventario actualizado de materia prima, equipo, menaje, entre otros.
3	F2. F3. F5. F6. O9. Diseñar planificaciones mensuales en donde se controle y monitoree los sistemas de seguridad, instalaciones básicas, y tecnológicas para evitar accidentes y se precautele la salud de los huéspedes y personal.
4	F8. O2. O1. Crear planificaciones y registros contables de las ventas, pagos de impuestos, acciones tributarias, que permita evidenciar la actividad turística de alojamiento de manera pulcra y se visualice un impulso de crecimiento laboral.
5	F2.f3. F6. A1 planificar charlas de motivación laboral, autosuperación, control de instalaciones, equipos, seguridad, para brindar un ambiente e instalaciones de paz y armonía tanto para huéspedes, y personal.
6	F7. A5. A6. Planificar capacitaciones en utilización de tecnología, equipos de computación, softwares de reserva, para mejorar y mitigar la falta de conocimiento tecnológico.
7	F6. F8. A2. A4. Planificar controles y revisiones de sueldos, motivar a optar por un seguro médico, en donde se vea la responsabilidad del empleador y empleado creando un ambiente laboral seguro y en cumplimiento con la ley.

8	F10. A7. A8. Diseñar sitios de control de residuos equipados a las instalaciones de la empresa hotelera para cumplir con las normas ambientales reguladas por el mintur.
9	F10. A10. Planificar charlas conjunto a los dueños, gerencia o administración, y staff en donde se propongan ideas para mejorar el establecimiento hotelero acorde a las nuevas tendencias hoteleras para llamar la atención de los turistas.
10	D4. O1. Implementar políticas y normativas en donde se visualicen los objetivos, y visión de la empresa, con fines de que el staff se identifique con la misma y exista un crecimiento laboral.
11	D5. O5. O8. Diseñar capacitaciones de uso de sistemas de registro de turistas tecnológicos, chek in - chek out, para mejorar y agilizar el sistema de atención al cliente.
12	D10. O4 implementar técnicas de atención al cliente, utilizando la infraestructura local para mejorar el desarrollo económico local y social.
13	D1. A4. Diseñar un plan de buenas prácticas laborales, conjunto con los objetivos empresariales, funciones, y normativas. Conjunto se visualice los beneficios que cada miembro del staff deba de tener.
14	D3. D4. A6. Diseñar un flujograma impreso y de manera digital en donde los miembros del staff y administración visualicen las funciones de cada área laboral. Además del control de promoción, página web, y difusión de la actividad hotelera.
15	D7. A7. Diseñar un manual de buenas prácticas laborales con fines ecológicos con la finalidad de mitigar el impacto ambiental y riesgos que pueda ocasionar al staff.

11. IMPACTOS

11.1 Impacto Económico

La actividad hotelera acoge una gran cantidad de egresos económicos, si bien parte del análisis de los alojamientos está enfocado a la dimensión económica, pueden los gerentes y dueños concientizar a los residentes locales que se integren al turismo comunitario, además de ser proveedores de los establecimientos, pueden generar ingresos económicos con emprendimientos pequeños.

11.2 Impacto Social

El proyecto de investigación dirigido hacia las empresas turísticas de hospedaje, brinda un impacto social a los residentes del cantón Sigchos, concientizando y aperturando el interés del área turística, quienes pueden beneficiarse en el incremento y vacantes laborales, además de que las empresas de alojamiento permiten brindar una imagen turística de alto potencial turístico, ganado reconocimiento, además de ello se benefician pequeños productores locales siendo proveedores directos de las empresas, y finalmente los beneficiarios directos son la

demanda por medio de los dueños de las empresas, brindando un mejor servicio de calidad, con los conocimientos, previos a la investigación.

11.3 Impacto Ambiental

El impacto ambiental que genera el proyecto de investigación está dirigido hacia los dueños, gerentes, staff, residentes locales, y demanda turística por la concientización capacitaciones, charlas, observación, y educación del buen manejo ambiental, de manera directa dentro de los establecimientos conjunto a los empleadores, capaces de concientizar y educar, mediante objetivos y políticas ambientales, y de manera indirecta creando conciencia del cuidado ambiental, recursos de consumo, y control de desperdicios hacia la gente local.

12. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

Tabla 30

Presupuesto y cronograma

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	PRECIO	DURACIÓN
Diseñar capacitaciones de aprendizaje en atención al cliente e idioma inglés para oportunidades de empleo y superación profesional.	Atención al cliente Manejo del idioma inglés Conocimientos en el área hotelera Técnicas de servicio	\$200	2 meses
Planificar mingas de limpieza, y reparación de instalaciones internas y externas para una mejor imagen turística del establecimiento hotelero previo a un inventario actualizado de materia prima, equipo, menaje, entre otros.	Remodelación de infraestructura Actualización de inventarios Reguladores de consumo	\$500	4 meses
Diseñar planificaciones mensuales en donde se controle y monitoree los sistemas de seguridad, instalaciones básicas, y tecnológicas para evitar accidentes y se precautele la salud de los huéspedes y personal.	Implementar y actualizar plan de contingencia Revisión de kits de seguridad y salud. Implementación de cámaras de seguridad	\$1000	1 año
Crear planificaciones y registros contables de las ventas, pagos de impuestos, acciones tributarias, que permita evidenciar la actividad turística de alojamiento de manera pulcra y se visualice un impulso de crecimiento laboral.	Revisiones tributarias Balances contables Registros de ventas Respaldos de seguridad Revisión de mercado	\$500	6 meses
Planificar capacitaciones en utilización de tecnología, equipos de computación, softwares de reserva, para mejorar y mitigar la falta de conocimiento tecnológico.	Manejo de software de reserva Implementación de tecnología Sistema de reservas ingresos y salidas	\$600	4 meses

Planificar controles y revisiones de sueldos, motivar a optar por un seguro médico, en donde se vea la responsabilidad del empleador y empleado creando un ambiente laboral seguro y en cumplimiento con la ley.	Control de personal Diseños de contratos Registros de ingresos, salidas, permisos, justificaciones del staff	\$600	3 meses
Diseñar sitios de control de residuos equipados a las instalaciones de la empresa hotelera para cumplir con las normas ambientales reguladas por el mintur.	Implementación de herramientas de huella de carbono Señalética de emergencia		
Implementar políticas y normativas en donde se visualicen los objetivos, y visión de la empresa, con fines de que el staff se identifique con la misma y exista un crecimiento laboral.	Actualización de objetivos empresariales Revisión misión visión Flujogramas de actividades	\$100	1 mes
Implementar técnicas de atención al cliente, utilizando la infraestructura local para mejorar el desarrollo económico local y social.	Retroalimentación de información turística de las localidades Actores clave de información turística	\$200	3 meses
Diseñar un plan de buenas prácticas laborales, conjunto con los objetivos empresariales, funciones, y normativas. Conjunto se visualice los beneficios que cada miembro del staff deba de tener.	Plan de buenas prácticas laborales Beneficios laborales Objetivos de venta	\$200	3 meses
Diseñar un flujograma impreso y de manera digital en donde los miembros del staff y administración visualicen las funciones de cada área laboral. Además del control de promoción, página web, y difusión de la actividad hotelera.	Documentos de visualización Documentación en página web Visualización en reuniones	\$100	2 meses
Diseñar un manual de buenas prácticas laborales con fines ecológicos con la finalidad de mitigar el impacto ambiental y riesgos que pueda ocasionar al staff.	Concientización ambiental Charlas de uso de herramientas de huella de carbono Utilización de reguladores de consumo Implementación de extractores de humo	\$1000	1 año

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusiones

- Los resultados de la metodología InnovaRSE, muestran que existe una actividad medianamente sostenible, 6.5 en categoría 7, de buenas prácticas, 6 empresas se encuentran en procesos de mejora, con promedios de 4, 5, y 6, y 1 empresa: Lullu Llama en categoría

de buenas prácticas con 9.93, de promedio. Sin embargo, existen problemas de manera general, en la dimensión económica.

- Los resultados de competitividad de manera general se encuentran en un porcentaje de 12.87%, ubicándose en un rango de 0% a 20%, en muy baja competitividad, de manera individual La Hostería San José de Sigchos muestra un porcentaje mayor al resto de: 18%, y las seis empresas restantes en rangos de: 8%, 11%, 14%, y 16%. En un rango de muy baja competitividad, y obteniendo 1 en escala de 5. Las áreas con más problemas son de planeamiento estratégico, financiero, y comercialización.
- No existe correlación alguna, los resultados generales, y por empresa son demasiados diferentes, por lo tanto, existe un 1,00 de no correlación, como resultado la actividad turística de las empresas de hospedaje del cantón Sigchos, se encaminan más por la actividad sostenible, por su ubicación, recursos, y beneficios locales.

13.2 Recomendaciones

- Aplicar las metodologías de acuerdo al trabajo de las empresas turísticas de hospedaje y su categoría, sabiendo que no todas pueden llegar a cumplir todos los estándares, normas de evaluación por el tipo de categoría que pertenecen.
- Analizar la situación del país que pertenecen las empresas a evaluar, para determinar un estudio más a detalle en función a la actividad, para acoplarse de mejor manera con las variables metodológicas.
- Comprender, y transmitir el punto clave de evaluación, que sea de fácil comprensión para el entrevistado, y pueda facilitar la información y evidencias correspondientes para una mejor escala de evaluación, para posteriormente los resultados finales sean más favorables.

14. REFERENCIAS

- Acosta Salomón. (2014). *Estadística inferencial*. 112.
- Aguiar López, j. G. (2018). Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas, medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica. *Sathiri*, 12(2), 107. <https://doi.org/10.32645/13906925.113>
- Albert, y. P., & endreu, m. N. (2013). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del valle de viñales (cuba. *Anales de geografía de la universidad complutense*, 33(1), art. 1.
https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2013.v33.n1.42225
- Álvarez, B. (2021). *Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial / panorama económico*. 29(1).
<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/3644>
- Álvarez Díaz, R. (2015). *Selección de indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. aplicación al municipio de gijón*.
<https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/31135>
- Arenas, P. (s. F.). *Definición de la demanda turística*.
- Arévalo, J. (2015, septiembre). *Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes)*. 8.
- Arévalo Pacheco, G. J., Guerrero García Rojas, H. R., & Ortiz Paniagua, c. F. (2015). *Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México*. Asociación mexicana de ciencias para el desarrollo regional, a. C.
<http://ru.iiec.unam.mx/2841/>
- Badii, M. H. (2018, abril). *Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación*. 59.
- Bañuelos, o. M., Zacarías, h. M. M., & Ponce, a. A. (2021). Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el valle de Tecomán,

- colima, México. *Repositorio de la red internacional de investigadores en competitividad*, 15(15), art. 15. <https://riico.net/index.php/riico/article/view/2035>
- Barragán, I. A. Á., & Sierra, M. E. M. (2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Panorama económico*, 29(1), art. 1. <https://doi.org/10.32997/pe-2021-3644>
- Benites Gutiérrez. (2020). *Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las pymes en Trujillo (Perú) | revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*. 29. <https://upo.es/revistas/index.php/revmetcuant/article/view/3513>
- Bernasconi Melucci, E. S. (2015). Innovación y competitividad empresarial [ph.d. Thesis, universitat rovíra i virgili]. En *tdx (tesis doctorals en xarxa)*. <https://www.tdx.cat/handle/10803/399536>
- Bloomfield, C. (2021). *Sistemas productivos locales y encadenamientos productivos a favor del desarrollo local: el sistema productivo local agropecuario del destino turístico gíbara en Holguín | explorador digital*. 5(1). <https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/articulo/view/1512>
- Buhalis, D. (s. f.). *Omt organización mundial del turismo*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>
- Cadena, J. L. (2017). Análisis de la competitividad de las pymes del sector turismo, en el distrito metropolitano de Quito en el período 2013-2014. *International journal of professional business review*, 2(1), 108-129.
- Caribe, C. E. Para A. L. Y el. (2004). *Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio*. Cepal.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/25650-comercio-servicios-ambientales-vinculados-al-turismo-revision-la-sostenibilidad>

Castrillon, M. A. G., & mares, a. I. (2014). *Revisión sobre la sostenibilidad empresarial*.

1(3), 26.

Cavalcanti, n. (2016). *Ebscohost / 118566100 / sistema de indicadores de sustentabilidade do desenvolvimento do turismo: un estudo de caso do município de areia—pb*. 10(3), 3.

Cedeño Héctor. (2020, agosto). *Competitividad en pequeños hoteles o en desarrollo*. 5(48), 16.

Clavijo, c. (2020). *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos*.

<https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>

Cortés, m. A., z, m. L. M., g, m. L. Q., & e, f. J. S. (2018). Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el pacto mundial de las naciones unidas y el global reporting initiative para evaluar la gestión de los agentes comercializadores y distribuidores de energía en Colombia. *Informador técnico*, 82(2), 209-240.

Cuesta, a. (2011). *Scielo - Brasil—metodología de gestión por competencias asumiendo la norma cubana sobre gestión de capital humano metodología de gestión por competencias asumiendo la norma cubana sobre gestión de capital humano*.

<https://www.scielo.br/j/rbgn/a/8kztfqjtfhs4vwjytvzhqdc/?format=html>

Damian, i. M. (2016). *Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la costa del sol*.

De la hoz, e. (2016). *Metodología de medición del potencial exportador de las organizaciones empresariales*. 27(6). https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=s0718-07642016000600003&script=sci_arttext&tlng=en

De paula, l. B. (2011). *Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial*.

- Delgado, a. T. (2013). *Turismo y sostenibilidad. Una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal.*
- Domínguez, l. (2010). *Hoteles sostenibles y responsables.* 14.
- Fábregas H, M. (2017). *Valoración de la sostenibilidad turística del municipio d usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores.*
- Faraldo, p. (2012). *Estadística y metodología de la descripción.*
[Http://eio.usc.es/eipc1/base/basemaster/formularios-php-dpto/materiales/mat_g2021103104_estadisticatema1.pdf](http://eio.usc.es/eipc1/base/basemaster/formularios-php-dpto/materiales/mat_g2021103104_estadisticatema1.pdf)
- Fernandez Carlos, baptista lucio. (2014). *Investigacion.pdf.* [Https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/investigacion.pdf](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/investigacion.pdf)
- Fernández, r. (2009). *Introducción a la teoría y metodología de la gestión ambiental urbana.* 76.
- Gallopín, g. C. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: un enfoque sistémico.* Cebem eclac, división de desarrollo sostenible y asentamientos humanos.
- García, j. (2021). *Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el covid-19.* 12(2). [Http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2219-71682021000200099&script=sci_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2219-71682021000200099&script=sci_arttext)
- Girán, r., Vargas, h., & osta, k. (2008). Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria. *Revista Ingeniería industrial*, 2, 5-14.
- Glagolev, Bukhonova, & Chikina. (2020). *Research of theoretical and methodological approaches to the system of lean manufacturing:* international scientific conference «far east con» (iscfec 2020), Vladivostok, Russia.
[Https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200312.301](https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200312.301)

- González, r., & D. (2009). *Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos / cuadernos de turismo*. 23, 18.
- Guadamillas, f. (s. F.). *Dialnet-laimplantaciondeunaestrategiademejoracontinua-565265.pdf*.
6.
- Gutiérrez, f. (s. F.). *Análisis Foda cruzado*.
[Http://tigger.itc.mx/conacad/cargas/aaej67071674a/61/areas/9219_a_analisis%20foda%20cruzado_2da.pdf](http://tigger.itc.mx/conacad/cargas/aaej67071674a/61/areas/9219_a_analisis%20foda%20cruzado_2da.pdf)
- Ibáñez Pérez, r. M. (2018). Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos. *Nova scientia*, 10(21), 475-523. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1416>
- Ibáñez, r. (2010). *Sustentabilidad e indicadores de desarrollo turístico en México*. 3(7).
<https://www.eumed.net/rev/turydes/07/rmip.htm>
- Ibarra, m. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*. 18(35).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s0187-69612017000100107&script=sci_arttext
- Izquierdo, b. (2008). *Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa, ver., México*. 37(102).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2448-76782008000200082
- José Gandara. (s.f). *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles*.
- Labarca, n. (s. F.). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. 28.
- Lafuente, a. M. G., & Barcellos, p. (2011). *Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el siglo XXI*. 20.

- Lagunas-Vázquez, m., Almendárez-Hernández, m. A., Beltrán-morales, l. F., & ortega-rubio, a. (2017). Propuesta metodológica para medir la sostenibilidad costera local en zonas áridas: su aplicación en la reserva de la biósfera el vizcaíno. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 27(50).
<https://doi.org/10.24836/es.v27i50.422>
- Lalangui, j. (2017). *Un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo*. 21, 6.
- Leal, a. O., Ruiz, j. O., & quintana, j. A. C. (2015). *Estudios de competitividad*. 1, 150.
- Lillo, a. (2007). *El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico | cuadernos de turismo*. 19, 24.
- Linares, h. L., García, m. E. B., & rodríguez, m. C. F. (2019). Sostenibilidad y desarrollo local: procedimiento para la evaluación integrada de los destinos turísticos. *Rosa dos ventos*, 11(1), 84-102.
- Lobo, r. L. M. A., & moreno, m. C. M. (2018). *Hotelería sostenible, una aproximación a la economía social como factor de competitividad de destinos turísticos*.
<https://www.redalyc.org/journal/4776/477658116005/html/>
- Macário de Oliveira, v., Pasa Gómez, c., & Ataíde Cândido, g. (2013). Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística: una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(2), 177-197.
- Madroñero-Palacios, s., & Guzmán-Hernández, t. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista tecnología en marcha*, 31(3).
<https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- Manosalvas Carlos, Manosalvas Luis. (2015). *Dialnet-diagnosticodelosfactoresqueinfluyenenlacompetitiv-5478725.pdf*. 4, 322.

- Márquez, g., Toselli, c., Villanueva, r., Tákats, a., Silveira, p. C. Da, Guimarães, g. M., santos, v. F. Dos, Venturini, f. De o., Ceretta, c. C., & Redin, e. (2016). Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo. *Anuario de investigación usal*, 2, art. 2.
[Https://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/3592](https://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/3592)
- Medeiros, v., Goncalves Godoi, l., & Camargos Teixeira, e. (2020). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la cepal*, 2019(129), 7-27. [Https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es](https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es)
- Medrano Aranda, s., & Lardiés bosque, r. (2014). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de zaragoza. *Geographicalia*, 66, 99-132.
- Mejía, a. B., barrero, m. S. R., & Gómez, h. S. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *Podium*, 35, art. 35.
[Https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7](https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7)
- Millán-García, c. H. (2018). *Factores e indicadores de competitividad hotelera*. 21(40), 16. *Ley de turismo*, 12 (2014) (testimony of ministerio de turismo).
[Https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/ley-de-turismo.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/ley-de-turismo.pdf)
- Reglamento de alojamientos turísticos*, 13 (2022) (testimony of ministerio de turismo).
[Https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/2022-reglamento-de-alojamiento-turi%cc%81stico.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/2022-reglamento-de-alojamiento-turi%cc%81stico.pdf)
- Montenegro, k. (2007). *Sustainable tourism indicators and destination management*.
- Navarra. (2016). *Metodologiainnovarse.pdf*. [Http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/89b44146-1566-417a-8673-9b964c352410/411329/metodologiainnovarse.pdf](http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/89b44146-1566-417a-8673-9b964c352410/411329/metodologiainnovarse.pdf)

- Navarro Antonio. (2008). *Recepción hotelera y atención al cliente*. Editorial paraninfo.
- https://books.google.es/books?id=1wm4t1k9byec&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Newman, I. G. D. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Revista de educación*.
- Oliveros Ocampo, C. A., Beltrán Vargas, J. E., Oliveros Ocampo, C. A., & Beltrán Vargas, J. E. (2018). Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del parque nacional natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia. *Cuadernos de geografía: revista colombiana de geografía*, 27(1), 100-117.
- <https://doi.org/10.15446/rcdg.v27n1.61589>
- Olivier Salomé, B., Rodríguez Herrera, A. L., López Velasco, R., & Valera Pérez, M. Á. (2015). *Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de punta diamante en la ciudad de Acapulco, México*. <http://ri.uagro.mx/handle/uagro/602>
- Ortega, M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Junio*, 8(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1729-519x2009000200017
- Pacheco, J., & Argüello, M. (2020). *Análisis general del SPSS y su utilidad en la estadística*. 9.
- Pérez, I., & María, R. (2018). Measurement of tourism sustainability in a small coastal town through indicators, barometers and consultation with experts. *Nova scientia*, 10(21), 475-523. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1416>
- Ponce, H. (2007). *La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. 12(1), 19.
- Ponce, J. M., Pastor, J. R., & Miño, G. E. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista espacios*, 41(14). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n14/20411425.html>

- Pulido, r. (2017). *Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas. Dimension social*. <https://www.eumed.net/rev/delos/28/hoteles.html>
- Quiroga martínez, r. (2001). *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas*. Naciones unidas, cepal, div. De medio ambiente y asentamientos humanos.
- Ramírez, b. I., suástegui barrera, c., vázquez rueda, l., oleta luna, m. S., & cañedo raygoza, l. A. (2018). *Competitividad en las organizaciones* (1.^a ed.). Qartuppi. <https://doi.org/10.29410/qtp.18.06>
- Ramírez molina, r. I., & ampudia sjogreen, d. M. (2018). *Factores de competitividad empresarial en el sector comercial*. <http://hdl.handle.net/11323/2249>
- Ramón, y. (2021). *Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial*. 15(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2073-60612021000200006
- Rico, m. N. (1998). *Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5867>
- Robayo barragan, l. N. R. (2022). *Plan de desarrollo turístico sigchos*. <http://gadmsigchos.gob.ec/pagina2022/sigchos%20pdt%20final%202022.pdf>
- Rohvein, c. (2013). *Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes*. 21(29). <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7710>
- Rojas, p., romero, s., & sepúlveda, s. (2000). *Algunos ejemplos de como medir la competitividad*. 49.
- Rubio jorge. (2011). *Competitividad empresarial, causas y soluciones*. 46.
- Saavedra, g. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. 33.

[Http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1657-62762012000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1657-62762012000200005)

Saavedra-garcía, m. L., demuner-flores, m. Del r., & choy-zevallos, e. E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las pyme de la ciudad de méxico y su relación con la competitividad. *Retos. Revista de ciencias de la administración y economía*, 10(20), 283-305. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.06>

Segura, s. C. (2015). *Título: dinámica del sector turístico ecuatoriano en el periodo 2007-2013 y la evolución de la posición del ecuador en el índice de competitividad turística*. [universidad de guayaquil].

[Http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8808/1/tesis%20shirley%20segura.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8808/1/tesis%20shirley%20segura.pdf)

Sepúlveda, j. (2010). *Metodología para la evaluación potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas*. 3(1), 113.

Severiche-sierra, c., bedoya-marrugo, e., & meza, m. (2017). *Gestión para la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica en el sector hotelero: revisión de la literatura*. 19(1), 21.

Torres cobo, r. P. (2017). Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica [bachelorthesis]. En *repositorio de la universidad estatal de milagro*. [Http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3677](http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3677)

Varisco, c. (s. F.). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*.

Villanueva, l. C., vera, m. A. G., cámara, b. C., torres, d. V., almada, j. L. F., gastelum, a. G., aguilar, m. L. H., coral, m. L., & tello, m. Y. (2014). Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de mahahual, quintana roo, méxico. *Perspectiva geográfica*, 19(2), art. 2.

<https://doi.org/10.19053/01233769.4102>

Zambrano Rasa. (2010). *Docente de la escuela de administración de empresas*. 105.

15. ANEXOS

Apéndice 1. Hoja de vida del tutor del proyecto de investigación

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Abarca Zaquinaula

NOMBRES: Manuel Antonio

ESTADO CIVIL: Casado

CEDULA DE CIUDADANÍA: 1103989669

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 4

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 04/01/1982

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Latacunga; Quito y Rumiñahui

TELÉFONO CONVENCIONAL: 072578867

TELÉFONO CELULAR: 0991975168

EMAIL INSTITUCIONAL: manuel.abarca9669@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	Licenciado en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras	23-11-2010	1031-10-1027804
CUARTO	Magister en Ecoturismo y manejo de Áreas Naturales	28 -04 -2015	1032-15-86069277

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Autor	Alternativas de turismo sostenible en sectores priorizados de la provincia de Cotopaxi, Ecuador	Revista científica Universitaria	Panamá	Diciembre 2019
	Diseño de un sendero turístico interpretativo para la comuna Kichwa Mandari Panga, Amazonía Ecuador	European Scientific Journal	Macedonia	Mayo 2019

HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Ecoturismo

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Servicios: 81 Servicios personales

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Octubre 2018 – Febrero 2019

FIRMA

Apéndice 2. Hoja de vida del estudiante**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Yanez Ibujes**NOMBRES:** Anthony Giovanni**ESTADO CIVIL:** Soltero**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 0503968976**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 25/05/1998**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** San Francisco del Chasqui - Latacunga**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 032700071**TELÉFONO CELULAR:** 0983389283**EMAIL INSTITUCIONAL:** anthony.yanez8976@utc.edu.ec**ESTUDIOS REALIZADOS**

NIVEL	INSTITUCIÓN	PAÍS	PROVINCIA
PRIMER	Centro educativo el Sembrador	Ecuador	Cotopaxi
SECUNDARIA	Unidad Educativa Juan Abel Echeverría	Ecuador	Cotopaxi
TERCER	Universidad Técnica de Cotopaxi	Ecuador	Cotopaxi

TÍTULOS OBTENIDOS

INSTITUCIÓN	TÍTULO	LUGAR	FECHA DE REGISTRO
Unidad Educativa Juan Abel Echeverría	Bachiller en Electromecánica	Latacunga - Cotopaxi	2016
Universidad Técnica de Cotopaxi	Guía local de Turismo	Latacunga - Cotopaxi	2018
Universidad Técnica de Cotopaxi	Inglés B1	Latacunga - Cotopaxi	2022

CURSOS Y CAPACITACIONES REALIZADASSeminario Internacional Intercambio Científico. **Universidad Técnica de Cotopaxi –****Universidad Regional Amazónica IKIAM- Ecuador – Universidad de Quindío Colombia**Seminario de fotografía Turística **Universidad Técnica de Cotopaxi**

I Congreso Internacional de Difusión de metodologías y vinculación CAREN 2022

Universidad Técnica de CotopaxiIII Edición diálogos virtuales de Turismo **Universidad Técnica de Cotopaxi**

FIRMA

Apéndice 3. Preguntas de la metodología de Sostenibilidad

Tabla 31

Preguntas y valoraciones correspondientes a la metodología de sostenibilidad.

PREGUNTAS	RÚBRICA DE EVALUACIÓN
DIMENSIÓN ECONÓMICA (DE)	
La empresa cumple con todas las obligaciones legales relativas a la legalización de los libros contables, pago de impuestos y auditorías; y todas sus obligaciones tributarias del Ecuador, cumpliendo con todas las normas legales que les afecten. Se somete a auditorías si procede y no se recogen salvedades en ellas.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La empresa establece unos criterios claros para el buen gobierno de la misma, estableciendo mecanismos para evitar el mal uso de la información privilegiada o los conflictos de intereses. Siguiendo pautas de buen gobierno y transparencia, la empresa informa sobre sus resultados económicos a sus principales grupos de interés de una forma coherente y clara, incorporando además aspectos sociales y ambientales en dichos resultados.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La política de retribución por conceptos salariales de la empresa cuenta con un sistema de determinación de salarios, criterios de revisión salarial, y medición de la satisfacción de las personas trabajadoras respecto a este ámbito.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La empresa realiza actividades de control sobre sus operaciones con las entidades financieras, utiliza criterios económicos y de prácticas socialmente responsables para seleccionar a las entidades financieras con las que trabaja y gestiona la información que se deriva de ese control de las colaboraciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La empresa planifica las inversiones que va a acometer mediante un seguimiento periódico del plan de inversiones dentro de su control de gestión. Además, se gestionan los datos relativos a la rentabilidad de las inversiones que acomete y se marca objetivos al respecto, persigue el cumplimiento de éstos e implanta acciones de mejora derivadas del análisis de los datos.	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La empresa posee una política de distribución de beneficios que tiene en cuenta, en primer lugar, el futuro de la empresa (re inversión o inversión en I+D). Incluye además a accionistas, personas trabajadoras, e incluso una cuantía para temas sociales atendiendo a criterios prefijados por la empresa. Además, la empresa gestiona sus excedentes de tesorería o reservas con criterios de inversión socialmente responsable (ISR).	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
La organización gestiona datos relativos a costes de producción y servicios y se marca objetivos al respecto. Realiza medición y aprendizaje implantando acciones de mejora derivadas del análisis de indicadores. Además de medir la	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10

efectividad de dichas mejoras en la organización, se garantiza que éstas no supongan disminución en el empleo ni una merma de las condiciones laborales.

<p>La empresa cuenta con un sistema de homologación de entidades proveedoras y/o subcontratistas que incluye criterios relativos a la responsabilidad social de la empresa. Además, incorpora a estas entidades en actividades de mejora en procesos, productos y servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa negocia las condiciones de pago con todas sus entidades proveedores y/o subcontratistas en base a criterios prefijados, revisando además periódicamente los criterios en los que se basa dicha negociación con sus entidades proveedoras y subcontratistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa siempre cumple las condiciones de pago acordadas con todas las entidades proveedoras y subcontratistas, e incluso en varias ocasiones paga a sus entidades proveedoras y subcontratistas con anticipación al plazo acordado, de tal forma que facilita financiación a algunas de sus entidades proveedoras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
DIMENSIÓN AMBIENTAL (DA)	
<p>La empresa cuenta con una Política Ambiental, o una Declaración de Intenciones relativa al Medio Ambiente, que está explicitada y es conocida por todas las personas de la empresa, incluidas clientela, proveedores/as y alianzas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>Existe un Sistema implantado de Gestión Ambiental con objetivos y metas completamente desplegados, que conforman un Programa Ambiental totalmente alineado con la Política Ambiental de la empresa y se somete sistemáticamente a auditorías internas ambientales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa utiliza indicadores de consumo para el control de los aspectos ambientales referentes a agua, energía y combustibles, y busca la reducción de éstos mediante acciones de mejora en los usos de estos recursos. Existen evidencias de una sistemática en la implantación de acciones de mejora para la reducción de las tres tipologías de consumos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cumple toda la legislación aplicable en la gestión de los residuos, utiliza indicadores para el control y la mejora en esta materia y demuestra evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la reducción, reciclado y valorización de los residuos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cumple toda la legislación aplicable en cuanto a la identificación y control de la generación de residuos no peligrosos, utiliza indicadores para el control y la reducción de éstos y demuestra evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10

<p>La empresa cumple la legislación aplicable como actividad potencialmente contaminante de la atmósfera, utiliza indicadores para el control y la reducción de los niveles de emisión. Existen evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización, las emisiones y además de forma voluntaria calcula, reduce y compensa sus emisiones favoreciendo el plan de acción por el clima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La organización cumple la legislación aplicable en materia de ruido, utiliza indicadores para el control y la reducción de los niveles de ruido. Existen evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización del ruido emitido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cumple con toda la legislación aplicable con respecto a los envases y embalajes que utiliza en la comercialización de sus productos. Cuenta con medidas implantadas según sea apropiado de envases retornables, cambios de formato, o sustitución de materiales en los envases y embalajes; así como una vigilancia ante nuevas formas de transporte de envase de productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>Las actividades de formación ambiental alcanzan a todas las personas de la empresa y están planificadas como fruto de la política ambiental del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y en línea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formación nuevos conceptos como Ecodiseño o Análisis de Ciclo de Vida del Producto. Además, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigación ambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cuenta con alguna Certificación Ambiental a nivel nacional o internacional, a partir de alguna herramienta sencilla (Evaluación de Impacto Ambiental, Análisis de Legislación Ambiental, Auditoría energética). Este Sistema puede estar certificado según UNE - EN ISO 14001 o estar adscrito al Reglamento EMAS II; y además aporta información para redacción de memorias GRI de Sostenibilidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
DIMENSIÓN SOCIAL (DS)	
<p>La empresa cuenta con una Política de Seguridad y Salud Laboral y con objetivos y metas en el ámbito preventivo, que han sido trasladados al campo operacional. Tiene definidas las funciones y responsabilidades en materia preventiva para todas las personas relacionadas con este ámbito. Existe un sistema establecido para el desarrollo de las actividades de mejora con una asignación definida de recursos. Además, existe una sistemática de revisión y mejora que se controla regularmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa actualiza la Evaluación Inicial y Valoración del Riesgo de forma regular a través de controles periódicos de las condiciones de trabajo, independientemente de que se produzcan cambios significativos en las mismas. El sistema se complementa con el establecimiento de indicadores relevantes que facilitan la participación en la mejora de las condiciones de trabajo y su gestión con respecto a los objetivos previstos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10

<p>La empresa tiene establecido un sistema por el que todas las personas de la empresa participan en la definición del plan estratégico y del plan de gestión anual. Además, se controla y revisa periódicamente el sistema participativo con el que cuenta la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa se preocupa por los aspectos relacionados con la igualdad de género por medio de un Plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres que comprende la formación, el lenguaje, y las políticas de contratación y promoción interna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cuenta con una política activa de contratación de colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cuenta con un sistema de promoción y superación efectiva de las medidas de conciliación de la vida laboral y personal (excedencias/reducción de jornada por responsabilidades familiares, actividades docentes/políticas/servicios sociales, posibilidad de determinar horarios unilateralmente por el trabajador acogido a dicha situación, reducción de salario no exactamente proporcional a la reducción de jornada, flexibilidad de jornada en aras de conciliar responsabilidades familiares, bonificaciones o pagos de seguros privados durante un período de tiempo, teletrabajo).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa tiene establecido un sistema para la recogida de quejas y reclamaciones y sugerencias de su clientela, se analizan y revisan los resultados; y se ponen en marcha acciones de mejora derivadas de dichas aportaciones recogidas. La empresa mide la satisfacción de la clientela y tiene estructurado un sistema de fidelización de la clientela, cuyos resultados se revisan y se mejoran mediante la puesta en marcha de acciones de mejora derivadas de dichos resultados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa cuenta, de forma explícita, con un “código” de prácticas profesionales o carta de servicios para garantizar la honradez y calidad en todos los contratos, acuerdos y publicidad con la clientela. Este documento es conocido por todas las personas, está difundido a toda la clientela y se encuentra integrado en el proceso “gestión de la clientela”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa tiene definido un sistema en virtud del cual se identifican aquellas entidades con las que se va a colaborar y los proyectos sociales en los que se va a trabajar. Asimismo, la empresa cuenta con un sistema de apoyo a proyectos sociales por el que incentiva y apoya a aquellos trabajadores que, MOTU PROPRIO (propia iniciativa), deciden colaborar con diferentes programas sociales a través de la liberación de un número determinado de horas, financiación, flexibilidad horaria, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10
<p>La empresa, como práctica habitual, realiza la contratación de proveedores/as locales y tiene establecido un sistema donde se integra a los/las proveedores/as locales y otros agentes económicos, al objeto de participar en proyectos que impulsen el entorno local”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Área de mejora 1 -2 -3 • Procesos de mejora 4 – 5 - 6 • Buenas prácticas 7 – 8 – 9 - 10

Nota: Autor: Navarra (2020).

Apéndice 4. Preguntas de la metodología de Competitividad

Tabla 32

Preguntas a evaluar dividida por las áreas de la empresa.

PREGUNTAS

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (PE)	VALORACIÓN
La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación

	<ul style="list-style-type: none"> • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables del área involucrada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Al planear se desarrolla un análisis FODA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias

	<ul style="list-style-type: none"> • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>El planteamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
CADENA DE VALOR (CV)	
<p>El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro previsible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>El proceso de producción es suficientemente flexible para permitir cambios en los productos a ser fabricados en función de satisfacer las necesidades de los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

El planeamiento de producción está basado en pronósticos de ventas la empresa tiene medidas de control para el flujo de producción, para conocer el estado y avance de las órdenes de producción.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precios.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa conoce la capacidad de producción de su maquinaria y equipo por cada línea de producción y de su recurso humano y define el rango deseado de su utilización.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción más allá de su potencial actual para responder a una demanda superior a su capacidad de producción.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos críticos los operarios de los equipos participan de su mantenimiento.	<ul style="list-style-type: none">• 0 no existe• 1 indica que existe sin presentar las evidencias• 2 indica que está en proceso de documentación• 3 indica que está documentado• 4 indica que está documentado y difundido• 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento predictivo.	<ul style="list-style-type: none">• 0 no existe• 1 indica que existe sin presentar las evidencias• 2 indica que está en proceso de documentación• 3 indica que está documentado• 4 indica que está documentado y difundido• 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento productivo.	<ul style="list-style-type: none">• 0 no existe• 1 indica que existe sin presentar las evidencias• 2 indica que está en proceso de documentación• 3 indica que está documentado• 4 indica que está documentado y difundido• 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, así como lucro cesante adecuado.	<ul style="list-style-type: none">• 0 no existe• 1 indica que existe sin presentar las evidencias• 2 indica que está en proceso de documentación• 3 indica que está documentado• 4 indica que está documentado y difundido• 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera de vital importancia para su supervivencia.	<ul style="list-style-type: none">• 0 no existe• 1 indica que existe sin presentar las evidencias• 2 indica que está en proceso de documentación• 3 indica que está documentado• 4 indica que está documentado y difundido

	<ul style="list-style-type: none"> • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas y procesos de producción.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnologías claves para su negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de equipo y tecnología y modernización de su proceso de producción.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Existen criterios formales para la planificación de la compra de materias primas, materiales y repuesto.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado

	<ul style="list-style-type: none"> • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene un plan de contingencia de materias primas críticas, tecnologías críticas y personal crítico que garanticen el normal cumplimiento de sus compromisos comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>En general, el criterio usado para seleccionar proveedores de materia prima y materiales es en su orden 1 calidad, 2 servicio, 3 precio, 4 condiciones de pago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Como resultado de negociaciones con los proveedores se han programado las entregas de materias primas para mantener el inventario en un nivel óptimo según las necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Hay un nivel óptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>El sistema de almacenamiento y administración de inventarios garantiza adecuados niveles de rotación, uso y control de estos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias

	<ul style="list-style-type: none"> • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Con periodicidad programada se compara inventario físico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribución del producto terminado.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD (AC)	
La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

El sistema de calidad identifica las necesidades de cliente y lo compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de producción, los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

En el proceso de selección de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de selección y compra.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

<p>Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentados a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>MERCHANDISING (M)</p>	
<p>El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e índices de gestión claramente definidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa conoce los segmentos del mercado en que compete, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado

	<ul style="list-style-type: none"> • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Las estrategias, objetivos y precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situación competitiva.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa dispone de un sistema de información y análisis que le permite obtener información actualizada sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guían sus decisiones de compra.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación

	<ul style="list-style-type: none"> • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe

- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

CONTABILIDAD Y FINANZAS (CF)

El sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periódicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reporte de cuentas por cobrar organizados por periodos de antigüedad.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido

	<ul style="list-style-type: none"> • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y rotar sus inventarios existe un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado

	<ul style="list-style-type: none"> • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene una planificación tributaria definida, conoce los montos aproximados por pagar en el periodo gravable de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
TALENTO HUMANO (TH)	
La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe

	<ul style="list-style-type: none"> • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Existe una junta directiva que lidera la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA, caja de compensación reglamento de trabajo, reglamento de seguridad industrial, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad son criterios claves para la remuneración y promoción del personal, así como para la definición de la escala salarial.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

<p>La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

GESTIÓN AMBIENTAL (GA)

<p>En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación

	<ul style="list-style-type: none"> • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y el uso de otras tecnologías.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
SISTEMA DE INFORMACIÓN (SI)	
El sistema de información de la empresa está diseñado para satisfacer los requerimientos funcionales de información de la gerencia y de todas las áreas en forma oportuna y confiable.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
La empresa esta actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe

	<ul style="list-style-type: none"> • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>El diseño técnico y funcional del sistema responde a las necesidades de información de la empresa y es óptimo con relación al tiempo de proceso y seguridad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)
<p>Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 0 no existe • 1 indica que existe sin presentar las evidencias • 2 indica que está en proceso de documentación • 3 indica que está documentado • 4 indica que está documentado y difundido • 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico fallas en el equipo de proceso.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

A medida que se van introduciendo las calificaciones en el mapa que se encuentra en una hoja de cálculo, este automáticamente realiza gráficas de los resultados obtenidos por subárea y área; ya al final, cuando ya se han calificado todas las áreas se encuentran los resultados finales con el puntaje obtenido por la empresa.

- 0 no existe
- 1 indica que existe sin presentar las evidencias
- 2 indica que está en proceso de documentación
- 3 indica que está documentado
- 4 indica que está documentado y difundido
- 5 indica que está documentado, difundido y actualizado (2022)

Nota: Autor. Saavedra García (2012).

Apéndice 5. Contactos de los dueños y gerentes de los establecimientos

Tabla 33

Contactos de los establecimientos hoteleros del cantón Sigchos.

SAN MIGUEL	1 estrella	0995878310	c_guanotasig@yahoo.com,
EL VAQUERO	1 estrella	0993727298	vaquerochugchilanecuador@gmail.com
TAITA CRISTOBAL	1 estrella	0991376542	miriam2766@hotmail.com .
CLOUD FOREST	2 estrellas	0985066782	josecloudforest@gmail.com
STARLIGHT	Categoría única	0990927095	vito1_n@hotmail.es.
DINO'S	1 estrella	0980409478	
BLACK SHEEP	3 estrellas	0939004446	edmundo.avega@hotmail.com
MAMA HILDA	3 estrellas	0982672654	jherreraalmeida@hotmail.com
ECO LLULLULLAMA	3 estrellas	0992928559	info@llullullama.com.
HOSTERIA SAN JOSÉ DE SIGCHOS	5 estrellas	0994676413	info@sanjosedesigchos.com
EL CONEJITO	1 ESTRELLA	0997100468	Pullopaxi1973@hotmail.com

Nota: Autor: Secretaria de Turismo del cantón Sigchos. (2022).

Apéndice 6. Enlace de evidencias y fotografías de las entrevistas

https://drive.google.com/drive/folders/1FTN2Bgx_mesSNiNcNboqtCBsoZXsfV8

s

Fotografía:1 Hostal El Vaquero



Fotografía: 2 Hostería San José de Sigchos



Fotografía: 3 Hostel Cloud Forest



Fotografía: 4 Starlight



Fotografía: 5 Interior alojamiento Llullu Llama



Fotografía: 6 Interior alojamiento Taita Cristóbal



Fotografía: 7 Exterior del alojamiento San Miguel



AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”** presentado por: **Yanez Ibijes Anthony Giovanni** egresado de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,

  CENTRO
DE IDIOMAS

Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CC: 0502666514