



UNIVERSIDAD TECNICA 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 ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN SIGCHOS,
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

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

Autor:

Cajía Cajamarca Félix Paúl

Tutor:

Sampedro Arrieta Milton Alberto

LATACUNGA - ECUADOR

Febrero 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Félix Paúl Cajía Cajamarca con cédula de ciudadanía No. **0503224040** declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Ingeniero Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg. 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, 14 de febrero del 2023

Félix Paúl Cajía Cajamarca

Estudiante

C.C.: 0503224040

Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

Docente Tutor

C.C.: 0602636987

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 **CAJÍA CAJAMARCA FÉLIX PAÚL**, identificado con cédula de ciudadanía **05003224040**, de estado civil **soltero** y con domicilio en Latacunga, 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 alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según 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 de Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor. Ingeniero Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

Tema: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de alimentos y bebidas 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.
- f) 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.

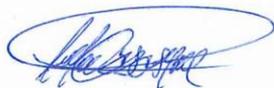
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **EL CEDENTE** en forma escrita.

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 14 días del mes de febrero del 2023.



Felix Paul Cajía Cajamarca

EL CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez, Ph.D.

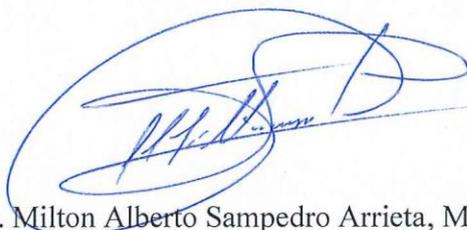
LA CESIONARIA

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 ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Cajía Cajamarca Félix Paúl, 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 14 de febrero del 2023



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

DOCENTE TUTOR

C.C.: 0602636987

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: Cajía Cajamarca Félix Paúl, con el título del Proyecto de Investigación: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 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, 14 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidenta)

Ing. Andrea Andrade Ayala, M.Sc.

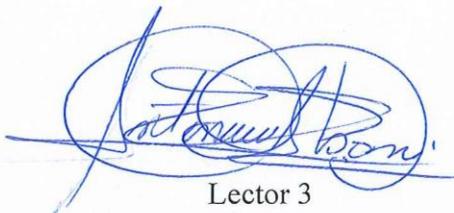
CC: 1719291468



Lector 2

Ing. Sara Alejandra Armijos, M.Sc.

CC:1803993995



Lector 3

Lic. Manuel Antonio Abarca, Mg

CC: 110398969

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero y profundo agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por intermedio a todo el personal docente de esta institución, ya que sin el apoyo y conocimientos transmitidos no habría sido posible realizar el presente trabajo.

Cajía Cajamarca Félix Paúl

DEDICATORIA

A mi madre Lidia Marlene Cajamarca; por estar presente en los momentos malos y buenos que con su gran esfuerzo y sacrificio ha logrado que pueda conseguir una de mis metas más anheladas además de ser el pilar fundamental en mi formación personal y académica gracias a su apoyo incondicional e logrado llegar a estas instancias en mi vida.

A mis abuelos maternos y mi familia que con su generosidad han estado apoyándome moralmente a ser mejor persona para seguir adelante.

Cajía Cajamarca Félix Paúl

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO. - “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTOR. Cajía Cajamarca Félix Paúl

RESUMEN

El proyecto de investigación está orientado al análisis sostenible y competitivo de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, para aquello el proceso metodológico fue a través de entrevistas a los propietarios o gerentes de 8 empresas en donde en el primer objetivo se recopiló información del nivel actual en el que se encuentran dichos negocios, para aquello los instrumentos de recolección de datos fueron la metodología InnovaRSE del autor (Navarra, 2016), el cual posee 30 enunciados, 10 por cada una de las dimensiones que son: económico, ambiental y social, para el análisis sostenible dando como resultado a 3 empresas se encuentran medianamente sostenibles y 5 empresas no cuentan con sostenibilidad existen varias razones como mal manejo de recursos, no cuenta con un personal capacitado, no manejan planes ambientales; en el segundo objetivo se recopiló datos que están orientados a medir la competitividad para aquello se trabajó con la metodología BID del autor (Saavedra García, 2020), el mismo que indaga a través de áreas y subáreas dentro de las empresas, los resultados en el que se encuentran los establecimientos son los siguientes; 2 empresas cuentan con mediana competitividad y las 6 restantes se hallan en un rango de baja competitividad, el motivo de esto es que no dispone de una organización empresarial, no está dividido por áreas y sub áreas, no cuenta con capacitaciones al personal en ámbitos de calidad, no se adaptan a nuevas tendencias en el mercado actual entre otros. durante el transcurso de la investigación se empleó la modalidad de exploración cuantitativa, con el uso de gráficos estadísticos generados de los resultados obtenidos. Finalmente se aplicó de la prueba de correlación de Spearman de tipo bivariado esto mediante el programa del SPSS, para el presente estudio se consideró el rango de error del 0,05 % y como consecuencia se obtuvo 0,63 % esto demostrando la nulidad de la hipótesis planteada, entendiendo que no existe correlación entre las dos variables planteadas al inicio de la investigación, a causa de aquello realizó un análisis FODA diseñando estrategias desde la parte negativa en donde como resultado se determinaron factores como la diversidad de la oferta gastronómica del cantón, el ingreso de turistas nacionales e internacionales, la conectividad vial; en el aspecto negativo, las empresas no disponen de un organigrama, no disponen de información, no registran la venta de sus productos, no innovan en la parte productiva y tecnológica entre otros, clasificándoles en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, de esta manera se verificó los problemas que existen de manera general en los establecimientos, concluyendo con la propuesta de en diferentes entornos como el capacitar a los propietarios o gerentes en la correcta planificación empresarial, además de innovar, diversificar los productos y servicios, por otra parte ofrecer actividades recreacionales que permita satisfacer las necesidades de los turistas, también es importante brindar asesoramiento al personal en el uso adecuado de los equipos que dispone la empresa, también a conocer sobre la atención al cliente y prácticas ambientales dentro y fuera de la empresa.

Palabras clave: Sostenibilidad, Competitividad, Metodología InnovaRSE, Metodología BID, FODA.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTY OF AGRICULTURAL
SCIENCES AND NATURAL RESOURCES**

**TITLE. - "ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF
TOURISM FOOD AND BEVERAGE COMPANIES IN THE SIGCHOS CANTON,
COTOPAXI PROVINCE"**

AUTHOR. Cajía Cajamarca Félix Paúl

SUMMARY

The research project is oriented to the sustainable and competitive analysis of the tourism companies of food and beverages of the canton Sigchos, for that the methodological process was through interviews with the owners or managers of 8 companies where in the first objective information was collected from the current level in which these businesses are, for that the data collection instruments were the InnovaRSE methodology of the author (Navarra, 2016), which has 30 statements, 10 for each of the dimensions that are: economic, environmental and social, for sustainable analysis resulting in 3 companies are moderately sustainable and 5 companies do not have sustainability; in the second objective, data was collected that are aimed at measuring competitiveness for that we worked with the author's IDB methodology (Saavedra García, 2020), which investigates through areas and subareas within companies, which consist of strategic design, value chain, quality assurance, accounting and finance, human talent, environmental management and system information, the results in which the establishments are found are as follows; 2 companies have medium competitiveness and the remaining 6 are in a range of low competitiveness, during the course of the research the quantitative exploration modality was used, with the use of statistical graphs generated from the results obtained. Simultaneously in the third objective proceeded to the application of the Spearman correlation test of bivariate type this through the SPSS program, for the present study was considered the range of error of 0.05 % and as a consequence 0.63 % was obtained this demonstrating the nullity of the hypothesis raised, understanding that there is no correlation between the two variables raised at the beginning of the research, because of that I perform a SWOT analysis designing strategies from the negative part where as a result 120 factors were determined classifying them in strengths, weaknesses, opportunities and threats, in this way the problems that exist in a general way in the establishments were verified, finally strategies were proposed in different environments such as the improvement in the quality of products and services, Correct labor practices, a good business culture, management of environmental plans, innovation in computer systems, technological, the purpose of this study is that companies take into consideration the application of the proposals raised, allowing improvement in competitive and sustainable factors.

Keywords: Quantitative Approach, Sustainability, Competitiveness, Correlation, InnovaCSR Methodology, IDB Methodology, SWOT.

ÍNDICE DE CONTENIDO

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.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	3
3.1 Beneficiarios Directos.....	3
3.2 Beneficiarios Indirectos.....	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
5. OBJETIVOS.....	7
5.1 Objetivo General.....	7
5.2 Objetivos Específicos.....	7
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	8
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO.....	9
7.1 Marco Legal de las empresas de alimentos y bebidas.....	9
7.2 Importancia del marco legal.....	9
7.3 Permisos para creación de empresas turísticas.....	9
7.3.1 Capítulo I – Funciones del Ministerio de turismo.....	9
7.3.2 Licencia anual de funcionamiento para las empresas turísticas de alimentos y bebidas...11	
7.4 Turismo	12
7.5 Mercado Turístico.....	12
7.6 Oferta Turística.....	13
7.7 Demanda Turística.....	13

7.8 Superestructura turística.....	13
7.9 Infraestructura turística.....	14
7.10 Empresa Turística.....	14
7.11 Empresas turísticas de alimentos y bebidas.....	14
7.12 Organización empresarial.....	15
7.13 Organigrama funcional.....	15
7.14 Tipología de restaurantes.....	15
7.14.1 Denominación y categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas.....	16
7.15 Sostenibilidad.....	17
7.16 Sostenibilidad Turística.....	18
7.17 La sostenibilidad empresarial.....	18
7.18 Metodologías para medir la sostenibilidad.....	19
7.19 Competitividad.....	25
7.20 Competitividad turística.....	26
7.21 La competitividad en las empresas de alimentos y bebidas.....	26
7.22 Importancia de la competitividad en las empresas de alimentos y bebidas.....	27
7.23 Metodologías para medir la competitividad.....	27
7.24 El SPSS	33
7.25 Análisis FODA.....	34
7.25.1 Etapas del FODA.....	34
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPOTESIS.....	35
9. METODOLOGÍA.....	36
9.1 Descripción del área de Estudio.....	37
9.2 Protocolo de la Investigación.....	38
9.3 Población de estudio.....	38
9.3.1 Inventario de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos.....	39
9.4 Método de la Estadística inferencial.....	39
9.4.1 Método cuantitativo.....	40
9.4.2 Tipo transversal.....	40
9.4.3 Alcance relacional.....	40
9.4.4 Método deductivo.....	40
9.4.5 Instrumentos de recolección de datos.....	41
9.4.5.1 Cuestionario	41

9.5 Metodología para la evaluación de sostenibilidad InnovaRSE.....	41
9.6 Metodología BID para evaluar la competitividad (Apéndice 4).....	42
9.7 Proceso de aplicación.....	45
9.7.1 Revisión bibliográfica.....	45
9.7.2 Técnicas	45
9.7.2.1 Técnica de muestreo al total de la población.....	45
9.7.2.2 Salidas de Campo.....	45
9.8 Cronograma de salidas de campo.....	46
9.8.1 Encuesta	48
9.8.2 Sistematización de datos.....	48
9.8.3 Cuadros estadísticos descriptivos.....	48
9.8.4 Análisis estadístico mediante el SPSS.....	49
9.9 FODA	51
9.9.1 Matriz FODA.....	53
9.9.2 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	53
9.9.3 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	54
9.9.4 Matriz Foda cruzada.....	55
9.9.5 Matriz FO – FA – DO – DA.....	55
9.9.6 Resumen estratégico.....	56
9.9.7 Estrategias de mejora.....	56
10. RESULTADOS.....	56
10.1 Sostenibilidad.....	56
10.2 Competitividad.....	59
10.2.1 Planeamiento estratégico.....	60
10.2.2 Cadena de Valor.....	61
10.2.3 Aseguramiento de la calidad.....	62
10.2.4 Merchandising.....	63
10.2.5 Contabilidad y finanzas.....	64
10.2.6 Talento Humano.....	65
10.2.7 Gestión ambiental.....	66
10.2.8 Sistema de información.....	67
10.2.9 Análisis comparativo de la sostenibilidad y competitividad.....	68
10.2.10 Cuadro descriptivo de las variables.....	69

10.3 Estrategias.....	70
10.3.1 Matriz de evaluación externa MEFE.....	70
10.3.2 Matriz de Evaluación interna.....	75
10.3.3 Matriz Foda.....	80
10.3.4 Matriz MEFI.....	82
10.3.5 Matriz MEFE.....	85
10.3.6 Matriz de Estrategias.....	86
10.3.7 Matriz del Análisis Estratégico.....	91
10.3.8 Matriz de Resumen de Estrategias.....	94
11. IMPACTOS.....	95
12. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO.....	96
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	97
13.1 Conclusiones.....	97
13.2 Recomendaciones.....	98
14. REFERENCIAS.....	98
15. ANEXOS.....	106
Apéndice 1 Aval de Traducción.....	106
Apéndice 2 Hoja de vida del equipo de investigación.....	107
Apéndice.No.3. Encuesta InnovaRSE.....	109
Apéndice. 4. Encuesta BID.....	127

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios Directos	3
Tabla 2 Beneficiarios Indirectos.....	4
Tabla 3 Sistematización de Tareas.....	8
Tabla 4 Tipos de establecimientos y sus categorías	16
Tabla 5 Metodologías de sostenibilidad	20
Tabla 6 Metodologías de competitividad	28
Tabla 7 Inventario de empresas de alimentos y bebidas.....	39
Tabla 8 Valoración global por cada ítem.....	42
Tabla 9 Mapa de competitividad del BID, áreas y subáreas.....	43
Tabla 10 Cronograma de salidas de campo.....	46
Tabla 11 Matriz MEFE.....	52
Tabla 12 Matriz de factores MEFI	52

Tabla 13 Matriz FODA.....	53
Tabla 14 Matriz de evaluación MEFI.....	54
Tabla 15 Matriz de evaluación MEFE	54
Tabla 16 Matriz FODA cruzado.....	55
Tabla 17 Matriz estratégica	56
Tabla 18 Resultado del análisis de correlación.....	69
Tabla 19 Matriz de factor externo.....	72
Tabla 20 Matriz de evaluación interna.....	76
Tabla 21 Matriz Foda	80
Tabla 22 Matriz de valoración MEFI	82
Tabla 23 Matriz MEFE.....	85
Tabla 24 Matriz de Estrategias.....	88
Tabla 25 Matriz FO-FA-DO-DA.....	91
Tabla 26 Resumen estratégico.....	94
Tabla 27 Impactos.....	95
Tabla28 Cronograma y presupuesto.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama estructural de una empresa.....	15
Gráfico 2 Mapa político del cantón Sigchos.....	37
Gráfico 3 Mapa de salidas de campo.....	47
Gráfico 4 Análisis estadístico mediante el SPSS.....	49
Gráfico 5 Paso 2. Proceso de análisis.....	50
Gráfico 6 Paso1. Resultado de las variables.....	50
Gráfico 7 Paso3. Ventana de correlación.....	50
Gráfico 8 Resultado de la correlación.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Gráfico estadístico de la dimensión económica.....	57
Figura 2 Gráfico estadístico de la dimensión ambiental.....	58
Figura 3 Gráfico estadístico de la dimensión social.....	59
Figura 4 Gráfico estadístico de planeamiento estratégico.....	63
Figura 5 Gráfico estadístico de cadena de valor.....	64
Figura 6 Gráfico estadístico deaseguramiento de la calidad.....	65
Figura 7 Gráfico estadístico de área de mercadeo.....	66

Figura 8 Gráfico estadístico de contabilidad y finanzas.....	67
Figura 10 Gráfico estadístico de talento humano.....	68
Figura 11 Gráfico estadístico de área ambiental.....	66
Figura 11 Gráfico estadístico de sistemas de información.....	66
Figura 11 Gráfico estadístico de las variables de sostenibilidad & competitividad.....	68

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

Análisis de la Sostenibilidad y Competitividad de las Empresas Turísticas de Alimentos y Bebidas del Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio

Octubre 2022

Fecha de finalización

Enero 2023

Lugar de ejecución

Cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi zona 3.

Institución

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera

Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado:

Análisis de la sostenibilidad y la competitividad en las empresas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Nombres de equipo de investigadores (Apéndice 2)

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mg.

Correo electrónico institucional: milton.sampedro@utc.edu.ec

Número telefónico: 0984509068

Estudiante - Investigador: Félix Paúl Cajía Cajamarca

Correo electrónico institucional: felix.cajia4040@utc.edu.ec

Número telefónico: 0995528906

Área de Conocimiento

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

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sublínea de investigación

Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La sostenibilidad y competitividad posee principios fundamentales para las empresas permitiendo un correcto trabajo en función de parámetros de desarrollo con lo cual permiten reducir los impactos negativos dentro y fuera de una organización además de disminuir la huella ecológica que generan las actividades económicas con la finalidad de poder asegurar un futuro estable manteniendo una relación adecuada a nivel empresarial. El cantón Sigchos posee un gran potencial turístico en el que se registran ingresos de turistas nacionales como extranjeros, en este sitio se generan diferentes actividades turísticas; sin embargo existe una gran deficiencia en ejes de planificación en ámbitos sociales, económicos, ambientales, tecnológicos, empresariales entre otros, durante la investigación se diagnosticó el estado en el que se encuentran las empresas relacionadas a alimentos y bebidas, ubicadas tanto en parroquias urbanas como rurales.

En ese sentido la importancia del proyecto está planteado para determinar el nivel de sostenibilidad y competitividad en las empresas que se dedican a la venta de alimentación dentro del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi, con el fin de generar estrategias de desarrollo y mejora para que los propietarios que son los beneficiarios directos garantizando la calidad y que optimicen los procesos de producción, control, ventas entre otros.

La utilidad práctica del proyecto es enfocar a contribuir con las necesidades y dificultades que existan dentro de los establecimientos de alimentos en el ámbito sostenible y competitivo, la aplicación de las estrategias permitiría que los establecimientos adquieran conocimiento en el manejo de buenas prácticas ambientales, laborales, mejorando la calidad además de diversificar sus productos para que se vuelvan competitivas y sostenibles.

La finalidad de las estrategias es aportar al manejo adecuado de los recursos con bases y principios de manera sostenible y competitiva en donde los beneficiarios sean la población

residente, los turistas nacionales como extranjeros y propietarios de los negocios que ofrecen el servicio de alimentación, potenciando la actividad turística dentro del cantón.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios del proyecto de investigación se encuentran relacionados de manera directa e indirecta para aquello se consideró a los residentes que habitan en el cantón Sigchos, dueños de locales de alimentos y bebidas, turistas nacionales y extranjeros, los beneficios serán el generar conocimientos sobre el buenas prácticas, potenciando los procesos dentro de su organización, garantizando y mejorando la relación con su nicho de mercado, en base a esto se tomó los datos de los establecimientos de alimentación del inventario generado por el Gad del cantón Sigchos y del último censo del 2010 realizado por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC).

3.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos de este proyecto de investigación se son las personas propietarias o administradoras de las empresas de alimentos y bebidas, tomando en cuenta a 30 establecimientos que se encuentran inventariados dentro del Plan de Desarrollo Turístico 2022 del Cantón Sigchos, aclarando de que las mismas no se encuentran registradas en la base de datos del Ministerio de Turismo, los cuales que no disponen de ninguna denominación de acuerdo a la Ley, dichas empresas no cuentan con todos los permisos y se denominan “fondas”, por otra parte, al transcurso de la ejecución del proyecto solo se trabajó con 8 empresas identificando las falencias de cada una para posteriormente determinar acciones que mejoren la calidad en los servicios y productos que ofertan a la demanda turística.

Tabla 1

Beneficiarios Directos

Beneficiarios	Cantidad
D: Propietarios de establecimientos de alimentos y bebidas.	30.- Registradas en el plan de desarrollo turístico del Cantón. 8.- Formaron parte del levantamiento de información

Nota Tomado de: Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos, (2022).

3.2 Beneficiarios Indirectos

Para la identificación de los beneficiarios indirectos se tomó en cuenta a los residentes del Cantón Sigchos que cuenta con una población de 21.944 habitantes. Distribuidos en una

parroquia urbana Sigchos y en cuatro parroquias rurales que son: Chugchilán, Isinliví, Las Pampas, Palo Quemado, la población identificada obtendrá beneficios de manera indirecta ya que ellos conjuntamente con los visitantes cumplen con la función de dinamizar la economía además de promocionar la oferta turística que tiene el cantón, por otra parte el beneficio de esta investigación también se les atribuye a los turistas nacionales como extranjeros que ingresan a este territorio para aquello las cifras que se maneja dentro del plan de desarrollo turístico del cantón es de aproximadamente 25.920 turistas, la razón de ser es de que las personas que visiten disfruten de un servicio de calidad con una buena atención al cliente y en una infraestructura adecuada que garantice su satisfacción dentro de los restaurantes, cafeterías entre otros.

Tabla 2

Beneficiarios indirectos

Beneficiarios	Cantidad
I: Población de Mujeres en Sigchos	10.953
I: Población de Hombres en el cantón Sigchos	10.991
I: Turistas nacionales y extranjeros	25.920

Nota Tomado del Plan de ordenamiento territorial Cantón Sigchos, (2021), Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos, (2022).

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel mundial sostenibilidad ha adaptado nuevos estándares a consecuencia de los problemas ambientales, que a través diferentes hechos históricos fue moldeando este concepto enfocándose en tres aspectos: social, económico y ecológico, buscando garantizar el uso adecuado de los recursos y conservando el medio ambiente, en base a estos principios a partir del siglo XIX, las empresas buscan el desarrollo productivo de sus negocios sin afectar al ecosistema convirtiéndose en un desafío para la rentabilidad que generan los procesos de producción, promoción y ventas, para ello los empresarios han optado por manejar modelos de gestión que salvaguarden el entorno ambiental, (Sánchez, 2012).

La competitividad es considerada una actividad económica ligada a una organización pública o privada en donde se evalúan las ventajas y estrategias para un mayor desarrollo de

producción garantizando la calidad en los servicios o bienes que genera una empresa, el fin es obtener ganancias tanto en mercados internos como externos. De acuerdo con Arboleda, (2016), la competitividad se encuentran en países más desarrollados y en vías de desarrollo, el propósito es fomentar la capacidad innovadora optimizando los procesos de fabricación de productos o servicios alcanzando el diferenciar del resto de organizaciones

Dentro del turismo la sostenibilidad y competitividad lleva a que los destinos se trasformen desde la perspectiva de la innovación mediante modelos de gestión con una planificación a escala empresarial, económica, sociocultural, medioambiental y tecnológica, cumpliendo con estándares de calidad. Para ello se analizó los datos de la Organización Mundial del Turismo, (2022), en el que se estima, que a nivel mundial 900 millones de turistas realizaron viajes internacionales en el año 2022. Por otra parte Milena et al. (2018) consideran que la actividad turística contribuye con el 5% del PIB global, el cual aporta al desarrollo de una localidad, beneficiando de manera directa e indirecta a una población, impulsando a mantener un uso adecuado de los recursos naturales y culturales que dispone cada país, demostrando así que algunas regiones del mundo poseen una planta turística que manejan principios sostenibles y competitivos, para ello el talento humano que laboran en distintas áreas deben estar preparados y capacitados para evitar pérdidas a nivel corporativo.

De acuerdo con la organización de OIT,(2021), en Ecuador las cifras del año 2020 revelan que la contribución del sector turístico, es de un 34,4 %, sin embargo económicamente existe un déficit empresarial debido a que las micro empresas ocupan el 90.78%, las pequeñas y medianas empresas tienen un porcentaje el 8,7% y las grandes empresas ocupan un rango del 0.46%. Mediante una comparación que realiza el autor (Salazar, 2017), demuestra que en los últimos 5 años las PYMES constituían un 10,03%, los posibles problemas es que las empresas no trabajen de manera articulada provocando inestabilidad económica, lo cual es la causante

de conflictos empresariales entre entidades, impidiendo reuniones de mesas de trabajo enfocadas a la innovación o necesidades del mercado.

Dentro del cantón Sigchos existe un notable crecimiento en la infraestructura y planta turística, los cuales se encuentran ubicados aledaños a los recursos naturales y culturales que posee este territorio, estas empresas se han ido acoplado a las necesidades o gustos de los turistas nacionales como extranjeros, para aquello han mejorado y diversificado la oferta de sus productos o servicios mediante normas de calidad; sin embargo los negocios que se dedican a la venta de alimentos y bebidas se encuentran estancados al no querer realizar cambios en estándares sostenibles y competitivos dentro y fuera de su organización, lo cual no les permite ajustarse a las nuevas tendencias que demandan los visitantes. El problema central del presente proyecto se genera a partir de este punto, en donde se vio la necesidad de analizar el nivel sostenibilidad y competitividad en el que se encuentran las empresas de alimentos y bebidas, ya que no se encontraron estudios del tema propuesto, además mediante el trabajo en campo conjuntamente con los propietarios de los establecimientos, se identificó otros factores negativos que afecta al eje de la sostenibilidad ya que no poseen una conciencia empresarial en equilibrar el manejo adecuado de los procesos y de los bienes, comprometiendo a si a obtener una baja constante en sus ventas por otro lado al no poder competir con otras empresas dentro del mercado turístico produce la disminución de la rentabilidad económica, como consecuencia es que los propietarios tengan pérdidas y se vean obligados a cerrar sus actividades comerciales. La visión de esta investigación es que el cantón Sigchos tenga empresas sostenibles y competitivas, para ello es importante que pongan en práctica las estrategias propuestas, con el fin de mejorar la calidad de sus productos y servicios.

5. OBJETIVOS:

5.1 Objetivo General

- Analizar la sostenibilidad y competitividad a través de la estadística inferencial, con el fin de proponer estrategias de las empresas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

5.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.
- Medir la competitividad de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.
- Proponer estrategias de mejora para las empresas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.

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

Tabla 3

Sistematización de Tareas

Objetivo	Actividades	Metodología	Resultado
Evaluar la sostenibilidad cantón de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del Sigchos, provincia de Cotopaxi.	Identificación de la población de estudio. Elaboración un cronograma de salidas de campo. Planificación del mapeo. Aplicación de la encuesta InnovaRSE a los dueños o gerentes de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos. Sistematización de la información recolectada en la salida de campos. Realización gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. Aplicación de la prueba estadística de correlación a la variable de sostenibilidad mediante el SPSS	Método Bibliográfico Metodología InnovaRSE. Método de correlación variable de sostenibilidad.	Inventario de las empresas de alimentos y bebidas. Registro de datos a través del instrumento InnovaRSE. Listado de empresas con su nivel de sostenibilidad.
Medir la competitividad de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi.	Aplicación del instrumento de la metodología del BID a los dueños o gerentes de las empresas de alimentos y bebidas en el cantón. Sistematización de la información obtenida en campo. Realizar gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. Aplicación de la prueba estadística de correlación a la variable de competitividad mediante el SPSS	Método Bibliográfico Metodología BID Método de Correlación para la variable de competitividad	Datos del levantamiento de información por mediante el instrumento BID. Listado de empresas evaluadas con el nivel de competitividad. Análisis estadístico inferencial y resultado de la correlación.
Proponer estrategias de mejora para las empresas de alimentos y bebidas para que tengan mayor afluencia de turistas.	Elaboración una tabla de análisis FODA. Identificación de los problemas a través de los resultados estadísticos y proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos.	Metodología del FODA	Estrategias

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

7.1 Marco Legal de las empresas de alimentos y bebidas

La Constitución del Ecuador (2008), es el reglamento o la norma de máxima jerarquía en el ordenamiento jurídico comprendiendo las leyes orgánicas, las leyes ordinarias, los reglamentos, y las ordenanzas distritales mismos que rigen dentro de las normativas de turismo los mismos cumplen parámetros para el funcionamiento y servicio turístico para ello es imparte con la licencia anual y el registro de las empresas que se dedican a la actividad turística entre ellos a las empresas de alimentos y bebidas además deben cumplir con otros permisos que son; uso de suelo, bomberos, ministerio de salud, servicios básicos, ordenanzas municipales.

7.2 Importancia del marco legal

De acuerdo con ley general del turismo es necesaria la expedición del Reglamento General a la Ley de Turismo que permita la aplicación de la ley de la Constitución Política de la Republica del Ecuador.

La importancia se constituye en las normas que deben existir en un país, es la máxima autoridad para cualquier persona que tienda a tener diversos establecimientos o se dediquen al ámbito turístico. De acuerdo con “La Ley del turismo se menciona al marco legal como el que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios” (MINTUR, 2015)

7.3 Permisos para creación de empresas turísticas

7.3.1 Capítulo I – Funciones del Ministerio de turismo

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo. - A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

1. Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible.

3. Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes.

12. A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:

- a) La concesión del registro de turismo;
- b) La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;
- c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;
- d) El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro.
- e) La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.

Art. 7.- De la potestad normativa. - El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria,

previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector, formalmente organizadas y sus resultados serán referenciales para las instituciones del Estado.

Art. 8.- Control a través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos. (MINTUR, 2015) pág. 3-4.

7.3.2 Licencia anual de funcionamiento para las empresas turísticas de alimentos y bebidas.

Título II- capítulo I

Art. 8.- Requisitos para obtención de registro. - Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos;

a) Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil.

b) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar.

c) Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda.

d) Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas;

e) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso.

f) Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea o interoperados a través de la plataforma digital que establezca para el efecto la Autoridad Nacional de Turismo.

Art. 12.- Procedimiento de obtención. - El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, distintos al del Registro de Turismo serán los siguientes: 1. Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo; 2. Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo; y, 3. Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado, considere para la emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que deberá ser realizado mediante ordenanza. Una vez obtenida la licencia única anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla. (Reglamento turístico de alimentos y bebidas Mintur, 2018) pág. 3-9.

7.4 Turismo

Según OMT, (2018). El turismo es el fenómeno que se presenta cuando uno o más individuos se movilizan a sitios diferentes de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días.

Mediante esta definición al turismo se le comprende como el conjunto de las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un determinado tiempo, ya sea por fines de ocio, por negocios y otros.

7.5 Mercado Turístico

El mercado turístico se define como la confluencia de la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda interesada y motivada para adquirirlos o disfrutarlos.

Además, incluir elementos, medios, actividades y líneas de diálogo tendientes a facilitar el intercambio de propuestas de los oferentes y satisfacer las necesidades de los consumidores. (Socatelli, 2013)

7.6 Oferta Turística

(Socatelli, 2013), Define la oferta turística como un conjunto de productos y servicios que se asocian a un determinado espacio geográfico y sociocultural, tienen un determinado valor o atractivo y generalmente se ofrecen en un mercado competitivo.

7.7 Demanda Turística

La demanda se define como un grupo de consumidores o consumidores potenciales de productos y servicios turísticos que desean satisfacer sus necesidades de viaje. Que sean turistas, viajeros y visitantes. No importa qué los impulsa a viajar o dónde están o planean visitar, (Socatelli, 2013).

La demanda turística incluye a aquellos con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que están influenciados por sus intereses y necesidades particulares, y que quieren, pueden usar o usar instalaciones, atracciones, actividades, productos o servicios turísticos Incluye un grupo diverso de personas que planean La demanda está directamente relacionada con las decisiones que toman las personas cuando planifican actividades de ocio para viajes familiares y de ocio, o cuando planifican trabajo para viaje de negocios.

7.8 Superestructura turística

Se comprende que la superestructura turística incluye todas las agencias especializadas, tanto públicas como privadas, responsables de optimizar y modificar la operación de cada parte del sistema turístico según sea necesario y armonizar sus relaciones para facilitar la elaboración y las ventas de los productos turísticos.

Tener una superestructura eficaz y sobre todo eficiente es importante para poder construir la industria del turismo y las instalaciones que la utilizan, basándose en la prestación de servicios, en el cual se mide el nivel de satisfacción en los cuales pueden generar altas expectativas en los visitantes o a su vez disminuye debido a la desorganización o falta de coordinación.

7.9 Infraestructura turística

Se entiende que son servicios que se venden a los turistas, elaborados por un subsistema al que denominamos planta turística, que está integrado por dos elementos: a) el equipamiento, y b) instalaciones estos sirven para cuando el turista llegue tenga las necesidades básicas como: servicios de agua, sanidad, servicio de redes de comunicación, redes viales, etc.

7.10 Empresa Turística

Las empresas turísticas son un modelo económico y social que tiene una dimensión jurídica y regula sus actividades en relación a su diversidad y servicios, siempre pensando en el usuario. Para esto analiza desde la parte operativa a los operadores turísticos, instalaciones turísticas, medios de propiedad organizativa y actividades turísticas. (Corchero Miguel, 2006)

7.11 Empresas turísticas de alimentos y bebidas

Las empresas de Alimentos y Bebidas son parte importante en la actividad turística por la actividad económica que genera para un determinado territorio por lo que según él (Mintur, 2018) define a los servicios de alimentos y bebidas como la actividad de ofrecer productos gastronómicos, en restaurantes, bares y similares, de la misma manera los propietarios cuya relación es de la elaboración, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para el consumo humano, además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

7.12 Organización empresarial

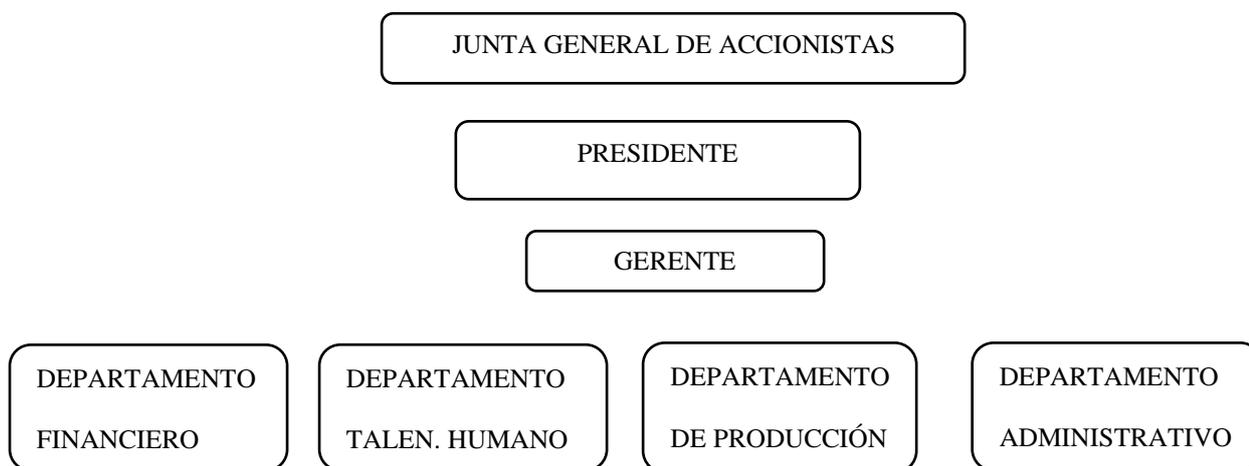
La organización empresarial es una técnica claro de explicar el orden y manejo de tareas dentro de las áreas o estaciones de la empresa, para tener un detalle limpio y organizado de información. Dentro de las variables de estudio se puede indicar que sirven para medir la competitividad y sostenibilidad la evaluación empieza desde el personal y su relación con el turista.

7.13 Organigrama funcional

De acuerdo con (Thompson, 2006), Un organigrama es una representación esquemática de la estructura orgánica de una empresa u organización, reflejando gráficamente las ubicaciones, niveles jerárquicos, autoridad y asesoramiento de las áreas que contiene una organización, esto adecúa fácilmente la actividad de cada gestor para un mejor trabajo y optimiza los recursos de la empresa, el presente proyecto se enfoca en la sostenibilidad parte del manejo adecuado de los bienes.

Gráfico 1

Organigrama estructural de una empresa



Nota: Adaptado del del PYMES.

7.14 Tipología de restaurantes

El servicio de alimentación dentro de la industria turística ha generado un gran aporte económico, los cuales permanecen en constante innovación impulsando el profesionalismo de

los colaboradores que certifican que los productos contengan altos estándares de calidad, para ello están exigidos a tener un nivel de competitividad, estos desarrollan objetivos que les permite mantenerse con parámetros altos garantizando la satisfacción de los clientes, de acuerdo a la tipología se clasifican en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca
- e) Establecimiento móvil
- f) Plaza de comida
- g) Servicio de Catering.

7.14.1 Denominación y categorización de los establecimientos de alimentos y bebidas

De acuerdo con su clasificación los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas brindan diversos productos a los turistas, siendo de suma importancia la satisfacción al adquirir un producto, en varios casos las empresas generan varias temáticas en los que aprovechan los recursos naturales o turísticos de un determinado territorio esto con el fin de diferenciar del resto. Según el reglamento de alimentos y bebidas menciona que se encuentran clasificadas 8 tipos los cuales tienen una descripción para el funcionamiento y a su vez se les categoriza de acuerdo a su función.

Tabla 4

Tipos de establecimientos y sus categorías

Tipología	Descripción	Categorización
Cafetería	Establecimiento donde se elaboran, expenden o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.	Una taza Dos tazas
	Establecimiento donde se consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, alimentos ligeros como bocaditos, picadas, entre otros similares, cuya estructura debe tener una barra o	Tres copas Dos copas Una copa

	mostrador donde se servirán las bebidas y todo aquello que ordenen los consumidores, para el consumo dentro del establecimiento. No podrá contar con área de baile.		
Restaurante	Establecimiento donde se elaboran o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.	Cinco tenedores Cuatro tenedores Tres tenedores Dos tenedores Un tenedor	
	Establecimiento para escuchar música grabada en vivo, bailar y consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que cuenta con pista de baile.	Tres copas Dos copas Una copa	
	Establecimiento donde se elaboran, expenden o sirven alimentos preparados, pudiendo ser fríos o calientes y bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Este tipo de establecimiento se caracteriza por prestar servicios itinerantes de alimentos y bebidas.	Categoría única	
	Plaza de comidas	Son consideradas como los sitios que agrupan diversos establecimientos turísticos de alimentos y bebidas y que no se encuentran dentro de un centro comercial.	Categoría única
	Servicio de Catering	Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran.	Categoría única

Nota: Elaborado a partir del Reglamento de Turismo del Ecuador 2018

7.15 Sostenibilidad

Según (Sotomayor Pereira, 2016). “El término desarrollo sostenible se define a las necesidades humanas del presente de forma igualitaria, pero sin comprometer las posibilidades de sobrevivencia y prosperidad de las generaciones futuras”.

Mediante esta definición se puede mencionar que la sostenibilidad es el aprovechamiento racional del recurso que se ocupa en la actualidad para la supervivencia de los seres humanos, siendo esta una forma para el desarrollo y conservación sin poner en riesgo a próximas generaciones, dentro del desarrollo sostenible se puede referirse que en base a sus

elementos se busca compensar las necesidades de los seres humanos en la actualidad sin comprometer a generaciones futuras en el que se puede seguir mantenido los mismos recursos para su uso en diferentes aspectos sociales, culturales y naturales.

7.16 Sostenibilidad Turística

Por otra parte, según la (Organización Mundial del Turismo, 2017), el turismo sostenible “Tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Para dar cumplimiento a esto es factible una gestión turística con prácticas sostenibles en diferentes ámbitos como culturales y naturales, consiguiendo de esa manera un destino dinamizado y con diferentes segmentos de tipos de turismos en los se puedan evidenciar el progreso de determinado territorio tanto económica como social.

7.17 La sostenibilidad empresarial

Las empresas se enfrentan al reto de minimizar los residuos de las operaciones en curso y prevenir la contaminación, junto con la reorientación de su cartera de competencias hacia tecnologías más sostenibles y competencias tecnológicamente limpias. (Fernández Batista, 2016). De acuerdo con esta revista para definir la sostenibilidad de una empresa tiene que iniciar procesos de conexión en los ámbitos ambientales, humanos, socioeconómicos con el fin de garantizar un éxito empresarial a largo plazo además de contribuir a los diferentes aspectos mencionados.

La voluntad de desarrollar un sistema fiable para medir la sostenibilidad turística responde a un doble objetivo: el de facilitar la transferencia de conocimiento y el de monitorizar el proceso de desarrollo turístico. (Torres Delgado, 2013).

7.18 Metodologías para medir la sostenibilidad

A continuación, se muestran diferentes metodologías para medir y evaluar la sostenibilidad de las empresas, en su mayoría tienen ámbitos e indicadores, para entender con exactitud el tipo de metodología y el resultado que se aspira llegar, (Tabla 5).

Tabla 5
Metodologías de Sostenibilidad

Metodologías & Autor	Detalle	Ámbitos	Indicadores
Índice de Desarrollo Sustentable (Quiroga, 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.	1. Natural 2. Social 3. Económico	1.1. Calidad del agua y calidad ambiental. 2.1. Relación entre el salario de los hombres con el de las mujeres. 3.1. Participación de las industrias.
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 (Andrea et al., 2018).	Se encarga de evaluar desde el medio ambiente, desempeño económico, y desempeño social.	1. Social 2. Medio ambiente 3. Económico	1.1. Número de casos de discriminación. 2.1. Emisiones de gases de efecto invernadero. 3.1. Políticas sobre la lucha contra la corrupción.
Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial (Barcellos, 2012)	La sostenibilidad se mide a través de la gestión, grupos de interés, planteamientos, y hallar soluciones.	1. Económico 2. Medio ambiental 3. Social	1.1. Gestión de recursos humanos y de proveedores. 2.1. Informes de sostenibilidad GRI. 3.1. 3.1. Iniciativas voluntarias que van más allá de lo requerido por la ley.
Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol (Mihaela Damian, 2016)	Valora la sostenibilidad con un criterio más siendo el financiero cómo parte de su evaluación.	1. Medio ambiental 2. Económicos 3. Financieros 4. Sociales	1.1. Residuos de vidrios recogidos y porcentaje de suelo urbano. 2.1. Tasa de paro y n° de vehículos por habitante. 3.1. Renta neta e ingresos corrientes. 4.1. Mortalidad infantil, enseñanza obligatoria en centros educativos.
Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba) (Pérez Albert & Nel-lo Endreu, 2013)	Valoran la sostenibilidad mediante el factor territorial económico, presión humana, y cambios del uso ambiental.	1. Estructura territorial económica 2. Presión Humana 3. Cambios del uso ambiental	1.1. Accesibilidad interna y externa, transporte público, ingresos generados por la actividad turística. 2.1. Distribución temporal y variación interanual de la presión humana. 3.1. Consumo de energías renovables y no renovables y generación de residuos.

Administración de la planta turística y el desarrollo del turismo sostenible (Ambiental, 2009)	La sostenibilidad se evalúa desde el bienestar social, productividad, e integridad.	1. 2. 3.	Productividad Integridad Bienestar social	1.1. El concepto urbano de strategic. 2.1. El desarrollo abstracto de la idea de ambiente. 3.1. Social watching: participando del control, y la gestión urbana.
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo (Márquez, 2016)	Proponen examinar la sostenibilidad de manera eficaz, maximizando los beneficios sociales, a comunidades, visitantes, maximizando los cuidados ambientales, y minimizando los impactos naturales.	1. 2. 3. 4.	Sección A Sección B Sección C Sección D	1.1. Gestión de la estacionalidad turística, inventario del patrimonio. 2.1. Oportunidades locales de trabajo y apoyo para empresarios locales. 3.1. Protección del patrimonio cultural e interpretación del sitio. 4.1. Protección de vida silvestre, abastecimiento de agua potable y reducción de los residuos sólidos.
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica (Torres Cobo, 2017)	Se analiza la sostenibilidad cuidando los recursos, inclusión social, generación de empleo, entre otros.	1. 2. 3.	Ambiental Social Económico	1.1. Preservación del medio ambiente y los recursos no renovables. 2.1. Una cohesión sin exclusiones de todos los habitantes. 3.1. Obtención de dinero mediante procesos de producción.
Género, Medio Ambiente Y Sustentabilidad Del Desarrollo (Nieves, 1998)	La sostenibilidad se tasa a partir de criterios contextuales, ubicación, tiempo – espacio, vinculación global – local, y enfoque relacional.	1.	Criterios contextuales	1.1. Matriz en la que se insertan tanto la cotidianidad de las personas como las definiciones de políticas.
Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México (Olivier Salome et al., 2015)	Proponen el análisis de estado, presión, y respuesta son claves para la evaluación sostenible de una empresa.	1.	Representación esquemática del modelo conceptual PER	1.1. Modelo económico neoliberal e impactos socio-ambientales y deterioro de territorio, comisión nacional del agua, secretaria de agua, Secretaria de Educación, SEMARNAT y PROFEPA.
Sistema productivo turístico y desarrollo local (Aux Merlinda Clarke Bloomfield , 2021)	La sostenibilidad se evalúa por los sistemas conceptual, local, económico, y político.	1. 2. 3.	Sistema conceptual Sistema productivo local Sistema económico	1.1. Coordinación mediante el Sistema Organizativo e Institucional que tenga el territorio. 2.1. Proceso localizado de cambio socio - económico continuado.

		4.	Sistema político	3.1. Espacio de interacción definido por las relaciones con empresas. 4.1. La escasez de instrumentos teóricos y metodológicos propios.
Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local (Torres 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.	1.	Temas de sostenibilidad – UNEP/UNWTO 2005	1.1.1. Número de pernoctaciones por mes, estancia media de los visitantes (noches) y rentabilidad hotelera (REVPAR).
Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores (Maestría en Ciencias Ambientales SUE-Caribe – Hacia un desarrollo sostenible, 2017)	Se incluye el elemento político – administrativo como factor para evaluar la sostenibilidad.	1. 2. 3. 4.	Ambiental Sociocultural Económico Político Administrativo.	Bienestar Ecosistema (En estas herramientas, se relacionaron documentos como: Esquema de Ordenamiento Territorial, Plan de Desarrollo y el Plan de Manejo Integral de Residuos Sólidos).
Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica (Rios, 2017)	Evalúa con los factores: social, ambiental, económico, político, y cultural.	1. 2. 3. 4. 5.	Ambientales Sociales Culturales Económicos Políticos	1.1. La organización utiliza insumos biodegradables en áreas públicas. 2.1. Incluye en su staff de trabajo a personas con discapacidad y de distintas razas. 3.1. Respeta el entorno del patrimonio y oportuna a sus huéspedes en relación con el entorno cultural. 4.1. Compras de insumos y suministros se realizan considerando las microempresas locales. 5.1. La organización cumple con todas las leyes locales.
Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia (Oliveros Ocampo, 2018)	Evalúan a través del cálculo de índices descriptivos, categoría, transformación, ponderado, sustentabilidad e índice	1.	Proceso de cálculo de los índices descriptivos	1.1. Cálculo del Índice por Categoría, coeficiente de ponderación, tabla de frecuencia y rangos de amplitud.

Sistema de indicadores de sostenibilidad del desarrollo del turismo: un estudio de caso del municipio de Área – PB (Silva & Candido, 2016)	Se evalúa por dimensiones el análisis interno de la empresa Estudios turísticos del mercado. Análisis cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensión medioambiental 2. Dimensión cultural 3. Dimensión social 4. Dimensión económica 5. Dimensión turística 6. Dimensión institucional 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Programas para reducir el consumo, del agua, la cantidad de residuos sólidos que genera el turismo. 2.1. Cantidad de oferta de productos típicos locales. 3.1. Número de residentes locales que trabajan en el sector de la hostelería. 4.1. Ingresos y empleo para la población local. 5.1. Seguimiento de las visitas, los turistas respetan la capacidad de carga. 6.1. Estrategias de promoción y comercialización, legislación para proteger el patrimonio natural.
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística, una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis (Oliveira, 2013)	Menciona sobre el individuo como principal beneficiario, el potencial productivo de la sociedad, y el desarrollo turístico que debe brindar igualdad y oportunidades a todos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Social 2. Ambiental 3. Político 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Porcentaje de habitantes que acreditan que el turismo ha ayudado a traer nuevos servicios de infraestructura. 2.1. Porcentaje de empresas que participan en la conservación de energía. 3.1. Nivel de participación local en las acciones de desarrollo del turismo local.
Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón (Álvarez Díaz, 2015)	La sostenibilidad, se evalúa a partir del impacto medio ambiental, impacto social y cultural, gestión del destino, y el valor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impacto medioambiental 2. Impacto social y cultural 3. Gestión del destino 4. Valor económico 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Establecimientos de alojamiento colectivo que disponen de sistemas de limitación de uso de energía. 2.1. Visitantes al lugar de interés histórico - cultural más visitados. 3.1. Establecimientos de alojamiento colectivo con certificados de calidad. 4.1. Resultados de las empresas turísticas (%).
Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza (Medrano Aranda & Lardiés Bosque, 2015)	Se basa en 13 temáticas aplicada a la ciudad de Zaragoza. Aplica estudios de turistas, estudios de transporte, correlación externa e interna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo PER (Presión, Estado, Respuesta) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Volumen de turistas en la ciudad, emisiones de CO₂/día por turista alojado en un establecimiento, demanda hídrica de los turistas por día.

Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México (Carlos Francisco, 2015)	Estudio de sostenibilidad en áreas naturales. Estudios PIB y PEA Aporte al desarrollo de recursos naturales.	1.	Indicadores del MESMIS	1.1. Ingreso promedio anual, normas del gobierno para el manejo de los recursos naturales y número de talleres de capacitación.
Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México (Villanueva, 2016)	Estudia los ámbitos costeros y terrestres. Análisis bajo el esquema PER. Desarrollo social, ambiental, e institucional.	1. 2. 3. 4.	Económico Social Ambiental Institucional	1.1. Servicios turísticos, cuartos de hotel y actividades turísticas recreativas. 2.1. Tasa de crecimiento poblacional. 3.1. Atractivos naturales y calidad del agua. 4.1. Programas de planeación y mejoramiento de carreteras.
Sustainable Tourism Indicators and Destination Management (Nenezic, 2007)	De acuerdo al Ministerio de Turismo y ambiente, se evalúa con la implementación, organización y crecimiento.	1.	Etapas del proceso de elaboración de indicadores	1.1.1. Uso de procesos participativos. 1.2.1. Inventario de fuentes de datos. 1.3.1. Recogida y análisis de datos.
Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación (A, 2018)	La sustentabilidad se mide por el bienestar humano, bienestar ecológico, e interacciones.	1. 2. 3.	Bienestar Humano Bienestar ecológico Interacciones	1.1. Salud, educación, vivienda y seguridad. 2.1. Aire, suelos y agua 3.1. Población y desarrollo económico.
Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México (Pérez, 2010)	Evalúa la sostenibilidad mediante tres factores, medio ambiente, socioeconómico, y turismo.	1. 2. 3.	Medio ambiente Entorno socioeconómico Turismo	1.1. Consumo de agua y energía, generación de basura. 2.1. Nivel de desempleo, contribución a la economía local, presión demográfica y seguridad. 3.1. Derrama turística y certificación.
Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores (Ibáñez Pérez & Ibáñez Pérez, 2018)	La sostenibilidad se mide por el turismo: socio – económico, desarrollo urbano.	1. 2. 3. 4.	Medio ambiente Socioeconómico Turismo Desarrollo urbano	1.1. Consumo de agua y energía, calidad de aire y generación de basura. 2.1. Desempleo, presión demográfica y seguridad. 3.1. Derrama turística y certificación. 4.1. Suelo urbano, cobertura de servicios básicos y estado de la vivienda.
Metodología InnovaRSE (Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2020)	Se evalúa en tres aspectos social, económico y ecológico, identificando problemas actuales.		Sistema de gestión InnovaRSE	1.1. Diagnóstico, plan de actuación, memoria de sustentabilidad y ciclos de mejora.

Nota: Elaborado a partir de instrumentos sustentabilidad (2022)

Se puede evidenciar que la sostenibilidad en su gran mayoría de metodologías se analiza tres factores principales. Ambiental, económico, y social, además los indicadores sostenibles pueden reflejarse de manera interna o externa como es el caso de algunas metodologías que evalúan el tipo de actividad en los que cuentan con cuenta con 6 ámbitos el medioambiental, cultural, social, económica, turística e institucional, 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 deben de tener un amparo y protección al ambiente y cuidado de recursos, al momento de realizar la actividad turística una vez analizado estas metodologías se seleccionó el instrumento InnoVaRSE, que se basa en un análisis lo que significa que se enfoca en ser un instrumento de levantamiento de información que sirve incorporar la sostenibilidad en pequeñas y medianas empresas.

7.19 Competitividad

El término de competitividad puede derivarse como la expresión adecuada para la innovación, crecimiento productivo, desarrollo empresarial, y todo término que tenga como visión el crecimiento y subsistencia de la empresa. 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 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.

(Clavijo, 2020), menciona 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 personal de las diferentes áreas cuentan como un eje o indicador de competitividad y rango de satisfacción al cliente.

7.20 Competitividad turística

De acuerdo con, (Yadelín Garcés Pérez, 2018), la competitividad turística es “La capacidad que posee un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”.

La competitividad en el ámbito turístico, la competitividad de los destinos turísticos puede definirse como “La capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores, también puede otra definición que se le puede dar es la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social. Para adaptarse al entorno y aumentar la competitividad, identificando cinco grandes factores que se deben tener en cuenta: políticos, económicos, medioambientales, sociales, tecnológicos y de innovación. Resulta evidente que, estos factores son diferentes en función de los grandes subsectores del turismo: transporte, alojamiento, atracciones turísticas, organizadores de viajes e intermediarios.

7.21 La competitividad en las empresas de alimentos y bebidas

Desde el punto de vista objetivo el sector de alimenticio está en la condición de superar retos para ser competitivos en el mercado en el que se maneja, los establecimientos se encuentran obligados a desarrollar principios básicos en la optimización de los procesos para garantizar servicios de calidad con costos eficientes, desde este punto se deben plantear estrategias operativas dinamizando sus productos y servicios para poder competir con nuevas tendencias que se generan en la actualidad.

7.22 Importancia de la competitividad en las empresas de alimentos y bebidas

La aplicación de modelos para evaluar la competitividad de empresas de alimentos y bebidas en el ámbito turístico es algo que se considera nuevo, se utilizan en muchos casos modelos genéricamente aplicados en el área de ventas o en el ámbito de las políticas nacionales o regionales, siendo el caso más representativo la adaptación del esquema del Diamante de Porter. En este apartado se comentan algunos modelos genéricos y específicos utilizados para medir la competitividad de productos, analizándose con mayor profundidad los modelos o propuestas más reconocidas, por su aporte conceptual y nivel de mejora, orientados específicamente a la competitividad, (Yadelín Garcés Pérez, 2018).

7.23 Metodologías para medir la competitividad

En continuidad, se muestran diferentes metodologías que permiten evaluar la competitividad desde otros factores, indicadores, e instrumentos que permiten tener como resultado el nivel de competitividad corporativo. 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 6*Metodología para medir la competitividad*

Metodologías & Autores	Descripción General	Ámbitos	Indicadores
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales (Efraín González; Ángel Santana, 2016)	Consiste en básicamente de la evaluación de competitividad en base al factor económico de la empresa, procesos internos, aprendizaje y crecimiento, clientes, y dimensiones de mercado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Factor 2. Procesos internos 3. Aprendizaje y crecimiento 4. Clientes 5. Mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Índices de productividad en relación con la gestión financiera. 2.1. Proporción de devoluciones por mala calidad. 3.1. La organización capacita a sus empleados. 4.1. Cuenta con un manual para la calidad del servicio. 5.1. La posición de la empresa en el mercado.
Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México. (Hernández, 2018)	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.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fase I Referente a la constitución del equipo de trabajo. 2. Fase II Referente a los procesos de construcción. 3. Fase III Referente a los casos de uso. 4. Fase IV Referente a los casos de uso 5. Fase V Referente a los casos de uso 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Se listan y describen las áreas del conocimiento a tratar. 2.1. Se realizan reuniones de miembros del sector social y productivo seleccionado a manera de gremios. 3.1. La solución se plantea en un documento estandarizado conocido como caso de uso. 4.1. Se transparenta el proceso de atención y de la implementación de las soluciones.
El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y turística en Cartagena (Ibarra Cisneros et al., 2017)	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.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensiones de la competitividad empresarial 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Objetivos, políticas, procesos de producción, políticas de venta, administración financiera, seguridad e higiene y políticas de reciclaje.
Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana (Luisa & García, 2012)	Habla 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.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Factores de la competitividad 2. Factores internos 3. Factores externos 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Rentabilidad, productividad, uso óptimo de los recursos. 2.1. La comunicación como estrategia para implementar la calidad. 3.1. La negociación para lograr mantenerse vigentes.

Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California (Ibarra Cisneros, 2017)	Esta metodología se entiende que es el manejo con anterioridad estudia todo el proceso de funcionamiento, producción y comercialización, esta metodología se aplicó en Baja California.	1. Dimensiones de la competitividad empresarial	1.1. Políticas, análisis del entorno, grupos de trabajo y retroalimentación, clima laboral y políticas de reciclaje.
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial (Aníbal, 2021)	Los autores proponen un estudio de competitividad a través de codificaciones e indicadores que parten su análisis desde la innovación.	1. Dimensiones codificadas del instrumento	1.1. Cultura de innovación, competitividad, innovación en los productos y procesos.
Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano (Santos, 2011)	Propone estudiar la competitividad mediante el análisis del desempeño por competencias.	1. Gestión del desempeño por competencias	1.1. Identificación de las competencias organizacionales e identificación de las competencias de procesos de trabajo.
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú) (Luis Alberto, 2006)	Plantean analizar la competitividad mediante los factores de capital humano, financiero, calidad, y tecnología empresarial	2. Factores Capital Humano	1.1. Ha existido Capacitación en los últimos años, existe funciones de puestos de trabajo, captación y evaluación de desempeño personal.
Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes (Claudia, 2013)	Exponen un estudio competitivo interno de la empresa, desde el ingreso del turista, y el enfoque general en las distintas áreas operacionales	1. Enfoque dinámico, factores como capital humano, conocimiento técnico y relación con proveedores.	1.1. Control de entrada, inventario, control de costos, medios de promoción, post-venta, satisfacción del cliente, puestos de trabajo, técnicas de reclutamiento y selección, inversiones, gestión ambiental y gestión de la seguridad e higiene.
Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos (González & Mendieta, 2009)	Evalúan la competitividad desde el destino, los servicios, calidad, ubicación, seguridad, los servicios y atractivos que existen, la publicidad, entre otros.	1. Determinantes restrictivos. 2. Dirección del destino 3. Factores de atracción 4. Factores de soporte y recursos	1.1. Localización, dependencia y seguridad. 2.1. Marketing , organización e información. 3.1. Fisiografía, cultura y lasos de mercado. 4.1. Infraestructura, accesibilidad y recursos facilitadores.
Innovación y Competitividad Empresarial (Bernasconi Melucci, 2016)	Formula 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.	1. Por su naturaleza 2. Por su aportación o grado de novedad	1.1. Innovaciones comerciales e innovaciones financieras. 2.2. Nuevas fuentes de oferta de materias primas.

Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico (Álvarez & Sierra, 2021)	Proponen una metodología en donde se analice desde el nivel micro, infraestructura, satisfacción, calidad, servicio, procesos, e infraestructura.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos e Infraestructura 2. Actividades y Procesos 3. Calidad de servicio 4. Satisfacción del cliente 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Dispone de un equipo empresarial creativo y cuenta con el capital suficiente. 2.1. La empresa dispone de información sobre el desempeño. 3.1. Promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece. 4.1. Conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece.
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad (Blanca & Barrera, 2020)	Estudian la competitividad desde el tamaño, y sector, esta metodología se aplicó en México.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividad 2. Competitividad por tamaño 3. Competitividad por sector 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Prácticas de comercialización. 2.1. Prácticas de comercialización. 3.1. Prácticas de comercialización.
Competitividad en las Organizaciones (Saavedra-García, 2020)	Presentan una metodología que estudie la competitividad empresarial desde el factor social y sus características.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Características de las empresas sociales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Aplicación de infraestructura compra de materia prima, maquinaria y equipo, buenos salarios.
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio (Medeiros, 2019)	Proponen estudiar la competitividad Pyme, a través de la inteligencia internacional mercado, logística, y análisis financiero.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio entorno internacional 2. Inteligencia de mercado 3. Logística 4. Análisis de mercado 5. Análisis financiero 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Seleccionar, priorizar estudios en mercados potenciales. 2.1. Perfil de país en las dimensiones económico, social y comercial. 3.1. Consumo mercado meta. 4.1. Productos competidores y atributos, productos sustitutos. 5.1. Calculo márgenes, cálculos de utilidades y flujo de caja.
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo (Ponce Janina & Miño Gloria, 2020)	Muestran un análisis competitivo a través del sistema, la empresa, y la estructura.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Factores determinantes de la competitividad 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Infraestructura, macroeconómico, configuración de la industria, regímenes de incentivo y métodos de organización.
Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial (Mejía, 2019)	Estudian la competitividad empresarial desde el enfoque de dirección, operativo, y de apoyo, haciendo énfasis en el estudio interno de la empresa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos de dirección 2. Procesos operativos 3. Procesos de apoyo 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Plan estratégico interno, estándares de medición y gestión ambiental. 2.1. Pronóstico de ventas, abastecimiento de la demanda y producción de bienes. 3.1. Costo y finanzas, desarrollo del talento humano.

El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico (Rodríguez, 2007)	Analiza la competitividad desde la apertura del turismo, su desarrollo social, y entorno al que se desarrolla para brindar la actividad turística.	1. Motor de competitividad turística	1.1. Índice de participación turística, instalaciones sanitarias, emisiones de CO2 y tasas en comercio internacional.
Factores e indicadores de competitividad hotelera (Gómez, 2018)	Valoran la competitividad desde las características turísticas, gestiones de mejora continua, humana, cliente, y beneficios.	1. Características y vocación turística 2. Gestión de rutinas y procesos 3. Gestión de mejora continua 4. Gestión de capital humano 5. Gestión de mercado cliente 6. Evaluación de beneficios	1.1. Identificar las oportunidades del mercado, las necesidades del cliente y la infraestructura necesaria. 2.1. Enfatiza la estandarización de los procesos como base de la calidad. 3.1. Capacidad de la empresa en aprender y mejorar. 4.1. Gestiona la motivación de su personal a través de políticas retributivas. 5.1. Se refiere a su atención, servicio y al conocimiento del entorno. 6.1. Se trata de conocer la rentabilidad de la empresa.
Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial (Reyes, 2019)	Demuestra que la competitividad se mide a través del análisis cliente – mercado, económico – financiero, técnica, medio ambiente, y social.	1. Competitividad empresarial	1.1. Proveedores, satisfacción del cliente, productividad, eficiencia energética y apoyo al desarrollo comunitario.
Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial (Santa, 2010)	Evalúan la competitividad mediante la aritmética, resultado conseguido a través de sus indicadores.	1. Promedio o media aritmética de los factores de competitividad empresarial.	1.1. Innovación, tecnología, flexibilidad productiva y calidad.
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) (Hernández, 2015)	La competitividad se mide a nivel, meta, social, y nivel, micro, macro, y meso.	1. Meta (nivel micro) 2. Social (nivel macro) 3. Nivel (nivel meso)	1.1. Educación superior, eficiencia mercado bienes y mercado laboral. 2.1. Instituciones, infraestructura, macroeconomía, salud y educación. 3.1. Sofisticación en negocios e innovación.
Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-	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.	1. Marco regulatorio 2. Ambiente de negocios e infraestructura	1.1. Derechos de propiedad, requerimientos de visa y número de días para comenzar un negocio. 2.1. Calidad de la infraestructura de transporte aéreo, calidad de carreteras y habitaciones de hotel.

2014 (Jaime Luis Cadena, 2014)			
Estudios de Competitividad (Leal, 2015)	Evalúa la competitividad desde la capacidad de operación, y administrativa.	1. Recursos humanos, culturales y naturales	1.1. Educación, capacitación del personal, apertura del turismo y protección de bioma terrestre y número de reuniones de asociaciones internacionales.
Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria (GIRÁN, 2008)	Miden la competitividad desde los factores claves del éxito los cuales son: gerencia, mercadeo, calidad, ambiente, y productividad.	1. Capacidad administrativa 2. Capacidad de operación	1.1. Planeación estratégica y programa de capacitación. 2.1. Manual, mecanizado, estándar, cadena, continua y seguros de transporte.
Cuaderno Técnico N°14 Algunos Ejemplos De Cómo Medir La Competitividad (Rojas, 2000)	Evalúan la competitividad desde los factores sectoriales, sistémicos, e internos de la empresa.	1. Perfil de competitividad por factores claves de éxito	1.1. Mayor a cero (>0): la empresa posee un nivel de competitividad superior al del sector. Igual a cero (=0): el nivel es similar. Menor a cero (<0): la empresa posee un nivel inferior al del sector.
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19 (García Monsalve, 2021)	Estudian la competitividad desde el nivel de predominación e innovación Mypes.	1. Nivel de predominancia de la innovación organizacional en las mypes del sector comercial del distrito de Moyobamba	1.1. Infraestructura, capital humano, conocimiento y tecnología, creatividad, gestión empresarial, productividad desempeño financiero, factores de éxito, desempeño de la producción y grado de innovación.
Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos (Clavijo, 2020)	Valoran sobre los factores de capacidad, y eficiencia, esta metodología se aplicó en Xalapa, México.	1. Factores de la competitividad empresarial	1.1. Capacidad directiva, relación entre calidad y precio, recursos tecnológicos y recursos financieros.

Nota: Elaborado a partir de instrumentos para el levantamiento de información de campo en competitividad y sostenibilidad (2022).

En base al análisis de las metodologías se puede medir la competitividad 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, en relación 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 por una misión y 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, a través del cuadro comparativo de las distintas metodologías de competitividad se debe recalcar que existen técnicas mucho más completas que otras, como por ejemplo la metodología de Factores e indicadores de competitividad en empresas de alimentos y bebidas, que se enfoca en 6 ámbitos: características y aptitud turística, gestión de procesos, de mejora continua, de capital humano, de mercado cliente y evaluación de beneficios, lo cual ayuda a identificar las oportunidades dentro del mercado, las necesidades del cliente y la infraestructura necesaria consiguiendo la rentabilidad de la empresa, la metodología del BID es importante ya que es una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana, debido a que se basa en los factores de la competitividad que ayuda a la rentabilidad de una determinada empresa turística.

7.24 El SPSS

SPSS es un programa proporcionado por IBM para un análisis exhaustivo y significa Statistical Products and Services Solutions. Es un software informático que se utiliza para recopilar y analizar datos para crear tablas y gráficos con datos complejos. Para el uso de este software se debe cargar datos o digitarlos de forma manual este desde el Excel, además brinda la posibilidad de guardar o modificar la información. Lo que hace ofrecer un análisis estadístico avanzado, se puede incluir un cuadro de frecuencias con variables dobles y la prueba de relación pueden ser lineales y modelos no lineales igualmente puede generar cuadros

estadísticos, radiales, o gráficos de densidad. También es conocido por su capacidad para procesar grandes cantidades de datos y realizar análisis de texto, entre otros formatos, (Estructura & Spss, 2015), el programa ESPSS se utilizó en el proyecto de investigación como herramienta para el análisis de correlación entre la variable de sostenibilidad y competitividad.

7.25 Análisis FODA

“El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas” (Ponce Talancón, 2007). Por lo tanto, se hace un análisis de las partes externas (oportunidades y amenazas) e internas (fortalezas y debilidades) mediante la matriz de FODA, para lograr implementar estrategias de mejora en los establecimientos, con el fin de desarrollar una excelente competitividad y sostenibilidad en sus entornos.

Para el estudio del FODA, se identifica los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos. Es importante destacar que algunos factores externos e internos que tienen mayor preponderancia. El éxito de la dirección es diseñar estrategias a partir de las que la organización.

7.25.1 Etapas del FODA

Etapa 1

- Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI).
- Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

Etapa 2: De la adecuación

- Matriz de las Amenazas, Oportunidades, Debilidades, Fortalezas (MAFE).
- Matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (MEPE).
- Matriz Interna – Externa (MIE)

Etapa 3. De la decisión

- Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica (MCPE).

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPOTESIS

H: Existe correlación entre la variable de sostenibilidad y competitividad.

¿Existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de alimentos y bebidas?

Como resultado de la investigación se puede determinar que no existe correlación entre las dos variables planteadas al inicio del proyecto, dando como resultado que las actividades de los establecimientos no disponen de partes funcionales para el desarrollo turístico. A nivel externo, el desarrollo económico del cantón está enfocado a la parte agrícola y ganadera por lo que existe poco interés en la actividad de los turistas. Por otra parte, a nivel interno las empresas son deficientes en la visión económica, ya que no se encuentran ubicados de manera estratégica, no manejan el control de ventas, no tienen proyección en sus balances, entre otros.

Preguntas científicas

¿Cuál es el estado de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi en función de la Sostenibilidad?

El estado actual mediante la aplicación del instrumento InnovaRSE se determina que el índice de sostenibilidad es menor que de la competitividad las 8 empresas no cumplen con los estándares de las tres dimensiones ya que en la escala del 1 al 10 se encuentran 3 empresas en la categoría medianamente sostenible con una calificación de 6, mientras que el resto tienen una calificación de 3 y 4 mediante el cual se concluye que no son sostenibles.

¿En qué estado se encuentran las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi en función de la Competitividad?

Durante la evaluación del índice competitivo mediante la Metodología BID, se define que en comparación a la sostenibilidad tienen un rango medianamente competitivo dando como

resultado a 3 empresas que se encuentran en 40% a 60% categorizándose en el rango de mediamente competitivo por otra parte el resto se categoriza en muy baja y baja competitividad.

¿Qué estrategias se deben proponer para la mejora de la sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de alimentos y bebidas?

Las estrategias que se proponen en la matriz resumen de estrategias se derivan de las tres dimensiones; social ecológico y económico. En los factores internos, considerando las 8 áreas como factores internos mismos que como resultado se obtiene mejoramiento en el área empresarial, ambiental, tecnológico y de calidad.

9. METODOLOGÍA

Para desarrollar el presente proyecto en función a la sostenibilidad y competitividad 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 las empresas turísticas de alimentos y bebidas.

9.1 Descripción del área de Estudio

Gráfico 2

Mapa político del Cantón Sigchos



Fuente: Extraído del (Plan de ordenamiento territorial Cantón Sigchos, 2021), pág. 4.

El cantón Sigchos ubicado en la provincia de Cotopaxi, es conocida como jardín colgante de los Andes, su fecha de creación es el 21 de julio de 1992, cuenta con 23.277 habitantes (INEC, proyecciones 2020), su extensión territorial comprende 135779 Ha, el rango altitudinal en el que se encuentra es de 520 - 5.080 msnm, su temperatura varía entre los 4°C a 20°C, con una media anual de 15,8°C. Sus límites son; al norte: cantón Santo Domingo; Sur: cantón Pujilí; Este: cantón Mejía, cantón Latacunga y cantón Saquisilí; Al Oeste colinda con

el cantón La Maná, y el cantón Valencia, datos extraídos del (Plan de ordenamiento territorial Cantón Sigchos, 2021. pág, 4).

Los aspectos de importancia del cantón Sigchos son los elementos paisajísticos y morfológicos producto de la actividad volcánica. En la zona meridional del cantón justo en el límite con el cantón Pujilí se comparte la caldera volcánica del Quilotoa, ésta presenta capas bien estratificadas, con frecuente carácter lacustre del Quilotoa. En la zona central del cantón, se localizan los vestigios del complejo volcánico de Almas Santas y el nevado de los Ilinizas siendo los principales atractivos turísticos por los turistas extranjeros y nacionales.

9.2 Protocolo de la Investigación

La investigación que se desarrolló con un enfoque cuantitativo de tipo transversal, a través de encuestas y salidas de campo, su alcance es relacional, la metodología se realizó por objetivos de la siguiente manera. Para el cumplimiento del primer objetivo se realizó los métodos de revisión bibliográfica, descriptivo, analítico y el muestreo probabilístico aleatorio simple con la técnica de la encuesta y el instrumento de cuestionario basándose en la Metodología de InnovaRSE. Para el segundo objetivo se empleó El mapa de competitividad del BID además de realizar el análisis de correlación. Y finalmente para el tercer objetivo se elaboró una tabla de análisis de FODA.

9.3 Población de estudio

El presente proyecto de titulación tiene un tamaño muestral de estudio, de 30 establecimientos inventariados dentro del catastro turístico del cantón Sigchos, al ser una población de estudio que no supera los parámetros de la investigación, no existe la necesidad de calcular una técnica de muestreo para obtener la muestra de estudio, ya que se determinó por los docentes que la población mayor 30 se determinaría el cálculo de la muestra y menor a la cantidad establecida se realizaría al total de la población.

9.3.1 *Inventario de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos*

En el siguiente cuadro se puede observar los 30 establecimientos registrados en el plan de desarrollo turístico 2022 del cantón Sigchos tomando en cuenta de que no existe un catastro oficial que sea del Mintur, Esta información se obtuvo gracias al departamento de turismo por la Lic.: Nadia Robayo quien facilitó el plan de desarrollo turístico del cantón.

Tabla 7

Inventario de empresas de alimentos y bebidas

UBICACIÓN	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
Sigchos	Marisquería Tiburón Blanco
Sigchos	Comidas Rápidas al Paso
Sigchos	Restaurante Susanita
Sigchos	Cafetería y Restaurante "Paquita"
Sigchos	Marisquería " El titani "
Sigchos	Paradero " El Jardín Colgante"
Sigchos	Comida Rápida "The King"
Sigchos	Restaurante Sazú
Sigchos	Restaurante Dinos
Sigchos	Restaurante María Martha
Sigchos	Picantería "Esthercita"
Sigchos	Comida rápida Papitas Exprés.
Sigchos	Penko Servicio de Cátering
Sigchos	Servicio de comida Ximenita
Sigchos	Heladería Sigchos
Sigchos	Picantería Elvita
Sigchos	Restaurante María
Sigchos	Marisquería Terán
Sigchos	Asadero el Leñero
Sigchos	Comidas Rápidas David
Sigchos	Restaurante Soto
Sigchos	Servicio de comida 24 de mayo
Sigchos	Servicio de comida Doña Lu
Sigchos	Restaurante Mi Kuna
Sigchos	Comida rápida OTOS
Sigchos	Restaurante S/N
Sigchos	Asadero de pollos S/N
Sigchos	Servicio de comida S/N
Sigchos	Restaurante S/N
Sigchos	Restaurante S/N

Nota: Extraído del (Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos, 2022. pág. 88)

9.4 **Método de la Estadística inferencial**

Para el presente proyecto se aplicó la estadística inferencial, que constituye en un proceso estadístico cuantitativo en donde se determinó las variables del problema para proceder a verificar las propiedades de la población además se establece el proceso de intervalos, los

cuales se estudiaron partiendo de las hipótesis, hasta llegar a conclusiones y toma de decisiones. Se trabajo con dos variables, en este caso se utilizó la variable cuantitativa. Concluyentemente de ello se pudo determinar los resultados de manera estadística.

9.4.1 Método cuantitativo

“La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados” (Neill & Cortez, 2018). Se utilizo el enfoque cuantitativo porque se basó en la recolección y estudios de datos para contestar las preguntas de investigación.

9.4.2 Tipo transversal

“Es la valoración de un momento específico y determinado de tiempo, en contraposición a los estudios longitudinales que involucran el seguimiento en el tiempo”(Vega Maguiña, 2021), se elegio el tipo transversal debido a que solamente se tomará una vez los datos obtenidos en mediante el instrumento, es decir se aplicará una sola vez el sondeo.

9.4.3 Alcance relacional

“Un estudio relacional puede intentar determinar si individuos con una puntuación alta en una variable también tiene puntuación alta en una segunda variable” (Rojas, 2000). Para la investigación se hará uso del alcance relacional, debido a que ayudo a verificar si la variable de sostenibilidad y competitividad tienen una relación entre sí.

9.4.4 Método deductivo

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

9.4.5 Instrumentos de recolección de datos

9.4.5.1 Cuestionario

“El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente”(Meneses, 2016). Tras el análisis de 60 metodologías que están descritas en el apartado científico técnico se optó por seleccionarse la metodología InnovaRSE y BID con el que se busca analizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas. Se evaluó la actividad interna de la empresa en función a 8 áreas generales y sub áreas, en total se presentan 104 ítems.

9.5 Metodología para la evaluación de sostenibilidad InnovaRSE (Apéndice 3)

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 (2020); El instrumento sirve para que las empresas tengan un enfoque 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.

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 8

Valoración global por ítem

RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. VALORACIÓN GLOBAL											
Nombre de la empresa:											
Enunciado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Media
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 problemas de manera específica.

9.6 Metodología BID para evaluar la competitividad (Apéndice 4)

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.

A continuación, se presenta en la Tabla 8, las áreas y subáreas de la empresa determinado por el mapa de competitividad de BID:

Tabla 9

Mapa de competitividad del BID, áreas y subáreas

Áreas	Subáreas
1.Planeación estratégica	1.1. Proceso de planeación estratégica 1. 2. Implementación de la estrategia
2.Producción y compras	2.1 Planeación y proceso de producción 2.2. Capacidad del proceso 2.3 Mantenimiento 2.4Investigación y desarrollo 2.5 Aprovisionamiento 2.6 Manejo de inventarios 2.7 Ubicación e infraestructura
3.Aseguramiento de la Calidad	3.1 Aspectos generales de la calidad 3.2 Sistemas de calidad
4.Comercialización	4.1 Mercado nacional: mercadeo y ventas 4.2 Mercado nacional: servicios 4.3 Mercado nacional: distribución
5.Contabilidad y finanzas	5.1 Monitoreo de costos y contabilidad 5.2 Administración financiera 5.3 Normas legales y tributarias
6.Recursos humanos	6.1 Aspectos generales 6.2 Capacitación y promoción del personal 6.3 Cultura organizacional 6.4Salud y seguridad industrial
7.Gestión ambiental	7.1 Política ambiental de la empresa 7.2 Estrategia para proteger el medioambiente 7.3 Concientización y capacitación del personal en temas ambientales

	7.4 Administración del desperdicio
8. Sistemas de información	8.1 Planeación del sistema
	8.2 Entradas
	8.3 Procesos
	8.4 Salidas

Nota: Elaborado con base en (Saavedra García, 2012).

Escala de calificación, como calificar

La calificación indica desde cero a cinco el nivel en el que se encuentra la empresa. Entonces, colocar una calificación a cada enunciado mismo que se debe responder de la siguiente manera:

- 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**
- La calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado**

(versión 2022)

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.

9.7 Proceso de aplicación

9.7.1 Revisión bibliográfica

“La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar”, (Ponce, 2020). En primera instancia se realizará una revisión bibliográfica en diferentes documentos como; el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y el catastro turístico del cantón Sigchos y sitios web como: Dialnet, Scielo, Redalyc, Google Académico, etc. con el fin de conseguir información primaria y secundaria de investigaciones que se relacionen con el tema de estudio que se realizaron anteriormente en el cantón Sigchos.

9.7.2 Técnicas

9.7.2.1 Técnica de muestreo al total de la población

“Es una técnica utilizada para garantizar que todos los individuos que componen la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra”(Otzen & Manterola, 2017). Se escogió esta técnica porque aquí cualquier individuo puede ser seleccionado libremente sin ninguna restricción, es decir participan todos.

9.7.2.2 Salidas de Campo

“La investigación de campo o trabajo de campo es la recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo”(Cajal, 2014). Para el acercamiento a los restaurantes y servicios de alimentación y dar cumplimiento con el primer y segundo 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. Seguidamente se diseñó un mapeo del recorrido para la aplicación de las encuestas, dicho recorrido tuvo una duración de siete días y seis noches en diferentes fechas, en donde se logró entrevistar a 8 establecimientos de los 30 inventariados, también se debe aclarar que

en algunos casos los gerentes y dueños de los establecimientos no deseaban participar del proyecto por varias circunstancias y motivos personales.

9.8 Cronograma de salidas de campo

De los 30 establecimientos registrados en el plan de desarrollo turístico 2022 del cantón Sigchos se contó con la ayuda de 8, 13 no cooperaron, 9 ya no se encuentran en funcionamiento, los acercamientos fueron de manera presencial ya que no existe registro en la base de datos del Mintur.

Tabla 10

Cronograma de salidas de campo

	FECHA	UBICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	DUEÑO O GERENTE	OBSERVACIONES
1	08/12/2022	Sigchos	Marisquería Tiburón Blanco	Magda Rubio	Aprueba la entrevista
2	08/12/2022	Sigchos	Comidas Rápidas al Paso	Mariana Sigcha	Aprueba la entrevista
3	08/12/2022	Sigchos	Restaurante Susanita	Susana Doicela	Aprueba la entrevista
4	09/12/2022	Sigchos	Cafetería y Restaurante "Paquita"	Omar Andino	Aprueba la entrevista
5	09/12/2022	Sigchos	Marisquería " El titani "	Fernanda Rubio	Aprueba la entrevista
6	09/12/2022	Sigchos	Paradero " El Jardín Colgante"	María Shigui	Aprueba la entrevista
7	09/12/2022	Sigchos	Comida Rápida "The King"	Ángel Hernández	Aprueba la entrevista
8	10/12/2022	Sigchos	Restaurante Sazú	Javier Porras	Aprueba la entrevista
9	10/12/2022	Sigchos	Restaurante Dinos	Darwin Chasipanta	Aprueba la entrevista

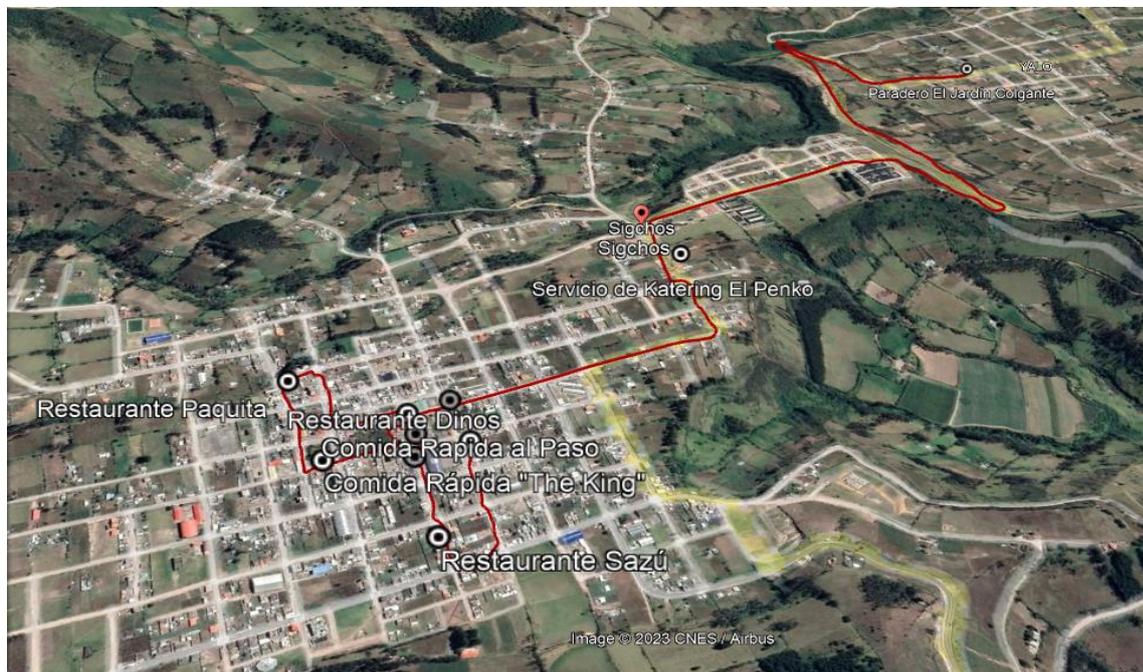
Nota: Elaborado a partir del inventario de las empresas de alimentos y bebidas del (Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos, 2022. Pág. 88).

Durante el cronograma de salidas de campo se aplicó los instrumentos de sostenibilidad y competitividad, el tiempo estimado de aplicación duro aproximadamente una hora por establecimiento, sin embargo no todas las empresas accedieron a entregar información de su negocio por lo que la tabla de cronograma de salida de campos, en el

apartado de observaciones se tomó en consideración las empresas que aceptaron la entrevista, empresas que no funcionan, empresas que rechazan la entrevista y empresas que no existe

Gráfico 3

Mapa de salidas de campo
información de la ubicación.



Nota Fuente: Google Earth

Las empresas turísticas de alimentos y bebidas dentro del cantón se encuentran distribuidas por diferentes zonas para aquello en una primera instancia se empleó un mapeo para la ubicación e identificación de las empresas, de la misma manera se recolecto datos sobre los propietarios o administradores para posterior aquello en una segunda instancia se realice la presentación formal mediante un oficio desde la carrera de turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, dentro de este proceso se evidenció que algunas empresas habían dejado de funcionar y en algunos casos no se tuvo la colaboración de todas las entidades involucradas para el desarrollo de este proyecto, En una tercera instancia se desarrolló la técnica de recopilación de información a través de la herramienta que es la encuesta en las dos áreas de estudio aplicando la metodología innovarse para Sostenibilidad y la metodología BID para Competitividad, estas acciones se las determino mediante un cronograma de salidas de campo.

9.8.1 Encuesta

“Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación” (Chiner, 2011). Esta técnica se aplicó a los 8 propietarios de las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos, con el objetivo de obtener información acerca de la sostenibilidad. En esta investigación se aplicará la técnica de la encuesta con ayuda de cuestionario estructurado que se construirá, lo cual permitirá caracterizar y evaluar los indicadores ya establecidos por docentes investigadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

9.8.2 Sistematización de datos

Una vez realizada las encuestas a los dueños y gerentes de las empresas de alimentos y bebidas 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 30 empresas establecidas en el inventario se realizó la encuesta solo a 8 establecimientos, los 22 restantes mostraron desconformidad y desinterés al momento de conocer los objetivos del proyecto.

Se realizó una lista los resultados en el programa Excel, con dos matrices de cada variable, mostrando los resultados por ítem, esto permitió observar los problemas que existen de manera externa e interna, para posteriormente trabajar con la matriz FODA.

9.8.3 Cuadros estadísticos descriptivos

Se planteo un análisis estadístico que fue extracción de conclusiones sobre la aplicación de instrumentos a la población de estudio, 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.

Análisis estadístico mediante el SPSS

Para ingresar las variables en el programa se realiza de forma manual en el apartado del nombre y automáticamente se genera en la otra página de valores finales “grafico 2” En la columna se utilizó numérico, la anchura son los datos de cuantos pueden ingresar, los decimales para el estudio son de 0; En los la columna de valores se coloca los resultados con las etiquetas determinadas. Para sostenibilidad los valores finales fueron de 10 en los que se distribuye de la siguiente manera: 1-4 No son sostenibles, 5-7 medianamente sostenibles y finalmente de 8-10 son altamente sostenibles. En cambio, para la competitividad los valores finales fueron de 5 que se disponen en el siguiente orden 1-2 Muy baja Competitividad, 3 Baja competitividad, 4 Mediana competitividad, 5 Muy alta competitividad. En la medida se escoge la ordinal.

Gráfico 5

Análisis estadístico mediante el SPSS



	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Competitivid...	Numérico	8	0	1	{1, Muy baj...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	Sostenibilidad	Numérico	8	0	2	{1, No exixt...	Ninguna	β	Derecha	Ordinal	Entrada
3											
4											

Para paso 1 se exporta el resultado de las dos variables esto de las matrices de excel, seguidamente el paso 2 se selecciona en analizar, apartado de correlacion – bipartidas 3 se despliega la ventana de correlacion bibariadas, Paso 4 finalmente se obtiene los resultados en la tabla de correlciones no parametricas.

Gráfico 11
Paso 1. Resultado de las variables

	Competitividad	Sostenibilidad	var
1	2	4	
2	2	3	
3	2	6	
4	3	6	
5	2	4	
6	2	4	
7	2	4	
8	3	6	
9	2	5	
10			
11			

Gráfico 9
Paso 2. Proceso de análisis

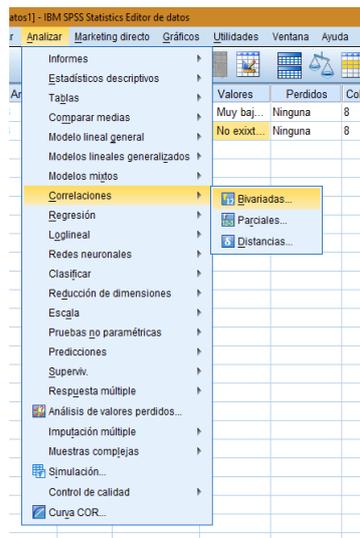


Gráfico 7
Paso 3. Ventana de correlación



Gráfico 13
Resultado de la correlación

Correlaciones no paramétricas

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\HP\Documents\ analisis de de la variables.sav

		1	2
Rho de Spearman	1	1,000	,632
			,068
		9	9
2		,632	1,000
		,068	
		9	9

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, comparar de manera bivariar, 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.

9.9 FODA

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

Para la matriz de factores y sub factores MEFE, se enlistaron 10 sub factores por cada facto general: Factor Político, se enlistaron sub factores, macros, meso, y micro, en función de oportunidad o amenaza. Factor Económico, facilidades de uso monetario, y propuestas gubernamentales, pueden afectar o brindar una oportunidad de crecimiento laboral. Factor turístico, 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 tazas de impuestos a las empresas, pagos y renovaciones de permisos de funcionamiento, e inclusive si la economía de la localidad beneficia su actividad. Factor Social, los sub factores están enlistados en función de cómo se adapta el turismo nacional, y local a la sociedad, tanto en oportunidades laborales, crecimiento de empleo mediante emprendimientos, proveedores, la atención al cliente, la relación de la demanda con la gente local. Factor tecnológico, varios de los problemas que existen en las empresas de alimentos influye en la poca utilización tecnológica de plataformas digitales, además de problemas de conexión, ubicación, y recepción satelital. Factor Ecológico, 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. Factor competitivo, finalmente se hace referencia a las nuevas temáticas empresariales estos pueden mejorar en cuanto a calidad, infraestructura, y resiliencia por las

nuevas necesidades de la demanda actual. Posteriormente se catalogaron si los sub factores de cada factor general son oportunidades, amenazas, y que impacto genera alto, medio o bajo.

Tabla 11

Matriz MEFE Factores y sub factores

FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
Político			
Económico			
Social			
Tecnológico			
Ecológico			
Competitivo			

Nota: Adaptado de: Jorge Cañar. Fecha: 28 diciembre del 2023.

Seguidamente se realiza la matriz MEFI, la cuales están 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. En la parte de 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, capacitaciones, motivaciones, inducciones, contratación legal con beneficios de ley. Para ello, se clasifica los sub factores como: fortalezas, y debilidades, y su impacto sea: alto, medio, o bajo.

Tabla 12

Matriz de factores MEFI

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

Nota: Adaptado de: Jorge Cañar. Fecha: 28 diciembre del 2023.

9.9.1 Matriz FODA

Tabla 13

Matriz FODA normal

FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

El cuadro de matriz FODA está incorporado por los sub factores con una ponderación mayor, o con mayor importancia del proyecto se utilizó la matriz FODA, para abreviar 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. Las evaluaciones de las matrices MEFE, y MEFI, aquí se enlistan todos los sub factores con mayor ponderación para elaborar las estrategias y minimizar amenazas.

9.9.2 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 14*Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)*

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Fortalezas			
Mayor capacidad turística	.06	4	.24
Debilidades			
Demanda legal sin resolver	.05	2	.10
Total	1.1		0.34

Nota: Autor: Ponce (2007).**9.9.3 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)**

Para (Ponce Talancón, 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) Ponderar 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 15*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 Talancón, 2007).

9.9.4 Matriz Foda cruzada

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 16

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: (Ponce Talancón, 2007)

9.9.5 Matriz FO – FA – DO - DA

De manera consecuente se enlistaron las estrategias diseñadas en la matriz de FODA cruzado, estrategias diseñadas entre fortalezas, oportunidades, fortalezas amenazas, debilidades oportunidades, y debilidades, amenazas, haciendo similitud a la actividad de alimentación, 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.

9.9.6 Resumen estratégico

Posterior 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 se manejan las empresas de alimentos y bebidas en el cantón Sigchos. Las cuales están pensadas en mejorar la actividad interna mediante capacitaciones en atención al cliente, manejo de plataformas de informáticas, 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, y manejo de páginas web.

Tabla 17

Matriz Estratégica

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

Nota: Adaptado de: Jorge Cañar. Fecha: 28 diciembre del 2023.

9.9.7 Estrategias de mejora

Las estrategias se diseñaron para que el dueño o administrador para que en el caso de efectuarlas pueda tener un grado de conocimiento de las fallas internas y pueda corregir para que su empresa mejore a nivel interno como externo, además los beneficiarios indirectos se involucren en la actividad turística, llegando a tener un alcance social, ambiental, económico.

10. RESULTADOS

10.1 Sostenibilidad

Los resultados mediante la aplicación de la metodología Innovarse presentan un análisis a través de promedios, detallando por empresa en cada dimensión, estas se encuentran: áreas de mejora, procesos de mejora, o buenas prácticas. La actividad de alimentos y bebidas en la actividad turística se centra en satisfacer una de las principales necesidades de los turistas a lo que los establecimientos se encuentran ubicados en varios recursos naturales y culturales,

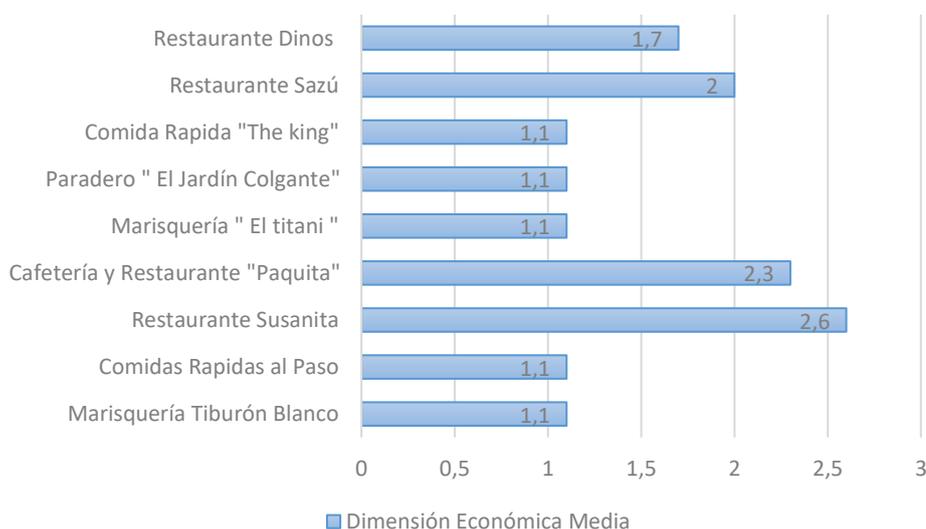
el impacto que su actividad genera es favorable para la población y las empresas, sin embargo, presentan problemas en las dimensiones social, económica, por los pocos controles de ventas, registros de turistas, contribución social, y el ámbito ambiental.

El instrumento se toma en cuenta las tres dimensiones económico, ambiental y social, mediante la encuesta aplicada a cada empresa se determinó la calificación en las diez preguntas, Dando un total y posterior se realiza el cálculo de la media y de determina del uno al 10 el rango de valor.

Rango de Valor 1-10
1- 4 No existe Sostenibilidad
5-7 Medianamente Sostenibles
8-10 Empresas Sostenibles

Figura 1

Gráfico estadístico de la dimensión económica

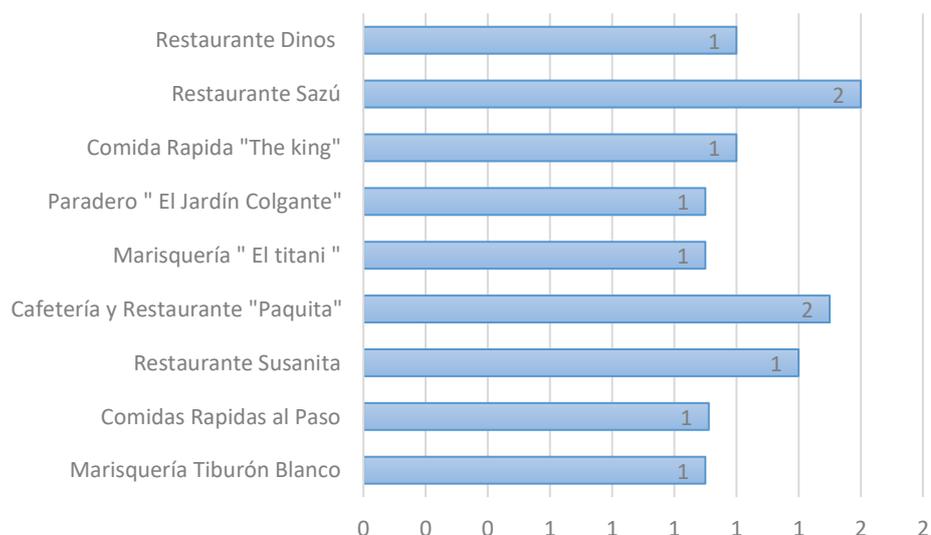


En el primer gráfico estadístico se puede determinar la media de cada empresa en el ámbito económico, las ocho empresas se ubican en un rango muy bajo determinado de que no son sostenibles sin embargo la empresa que mayor evidencias presento tales como las obligaciones tributarias, cumplimiento con los permisos que otorga el Gad de Sigchos en los que resalta el Restaurante Susanita que se ubica en un promedio de 2,5 en segundo lugar se encuentra la Cafetería Paquita, en tercer lugar se encuentra el Restaurante Sazú con un valor

de 2, los 5 restantes tienen un promedio de (1), (1,5) mismo que cumplen con los procesos legales sin embargo no existen evidencias o muchos casos los propietarios no facilitaron los mismos por recelo, por otra parte demostraron que los procesos económicos son manejados de manera empírica como los ingresos, egresos, controles de ventas, balances contables, no manejan registros contables, ni proyecciones económicas manifestando que son negocios familiares y que solo trabajan al día y los recursos generados los vuelven reinvertir para el desenvolvimiento del negocio además que esta dimensión carece de control.

Figura 2

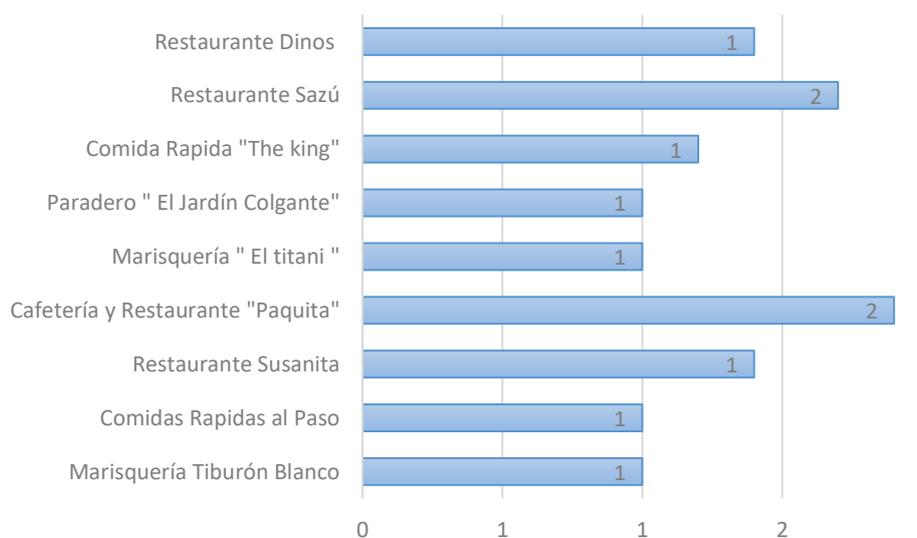
Gráfico estadístico de la dimensión ambiental.



En el gráfico número se demuestra que de igual manera se encuentran en un rango de baja sostenibilidad y el nivel de impacto en el que se encuentran es la categoría de procesos de mejora, De acuerdo con los resultados el restaurante Sazú y el restaurante Paquita tienen un promedio de 2, y los 6 establecimientos restantes tienen un promedio de 1, presentando un impacto deficiente en el eje ambiental ya que ninguno cuenta con políticas ambientales, no desarrollan planes estratégico, no tienen procesos de control, carecen de herramientas para la mitigación determinando de que para una sostenibilidad es importante tener procesos de control ambientales.

Figura 3

Grafico estadístico de la dimensión social.



El tercer gráfico estadístico que corresponde a los resultados del ámbito social existe un rango bajo de baja sostenibilidad posicionando en la categoría de proceso de control demostrado de que no cuentan con políticas laborales, en muchos establecimientos trabajan madres de familia con sus parientes, lo que no genera una relación entre empleador y empleados, ni políticas salariales además de que no cuentan con un seguro como empresa ni las personas son aseguradas para ello rango más alto son los restaurantes Paquita & Sazú con una valoración de (2) y las 5 empresas restantes cuentan con un valor de (1).

10.2 Competitividad

Para la interpretación de la competitividad se encuentra determinada por cada empresa la nota inicial que es la suma de las preguntas la ponderación de la competitividad es de 100%; este porcentaje fue tomada de los rangos de competitividad los mismos que son de 0-20%: Muy baja competitividad, de 21%-40%: Baja competitividad, de 41%-60%: Mediana competitividad, de 81% a 100%: Muy alta competitividad, el cual se multiplica y se obtiene la nota ponderada.

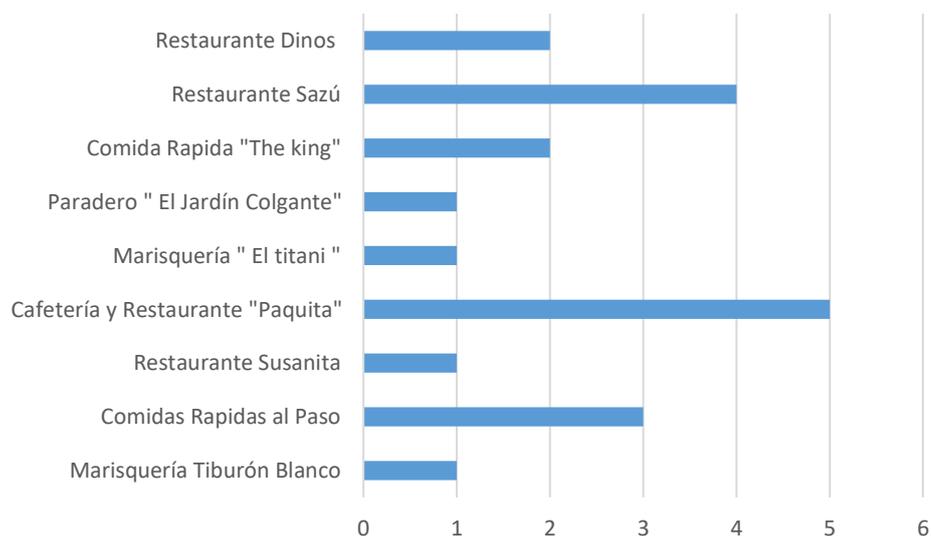
La metodología del BID consta de ocho áreas de manejo interno en las cuales se determina la calificación que indica desde cero a cinco el nivel en el que se encuentra la empresa.

- 0 indica que no existe competitividad
- 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
- La calificación 5 indica que está documentado, difundido y actualizado

10.2.1 Planeamiento estratégico

Figura 4

Gráfico estadístico de Planeamiento estratégico.



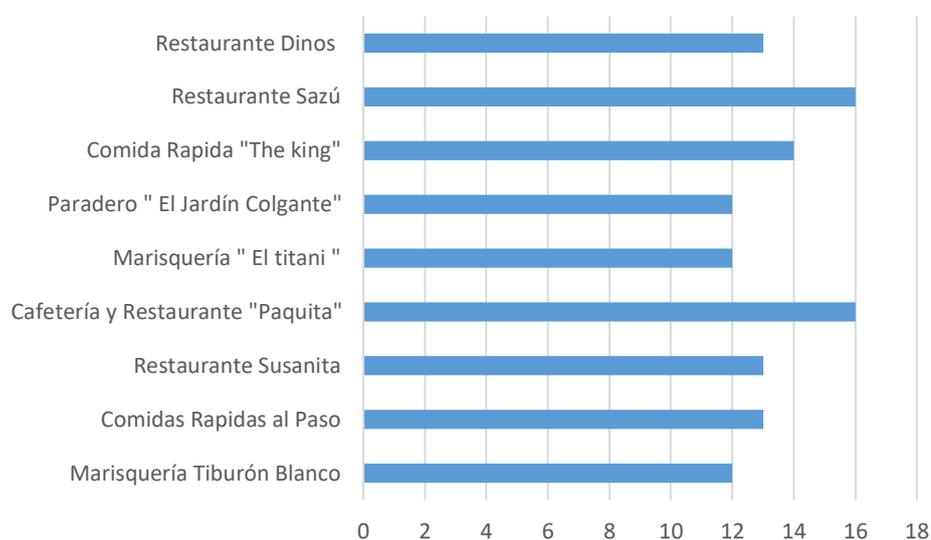
En el primer cuadro estadístico de la competitividad se demuestra que la empresa Paquita se encuentra en un rango de mediana competitividad ya que tiene un 50% esto quiere decir que cumplen con los planes estratégicos y cuentan con algunos procesos de funciones por áreas sin embargo carece de objetivos empresariales, los establecimientos que se encuentran en la categoría de baja competitividad son el Restaurante Sazú & el Restaurante Al paso que están en rango de 40% - 30%, el resto de los establecimientos se encuentran en la categoría

muy baja competitividad ya que no superan el 20% esto quiere decir de que carece de una planificación, no cuenta con un detalle de procesos, no tiene documentos empresariales, no maneja planes estratégicos que permita dinamizar la actividad productiva de la empresa.

10.2.2 Cadena de Valor

Figura 5

Gráfico estadístico de competitividad del área cadena de valor.

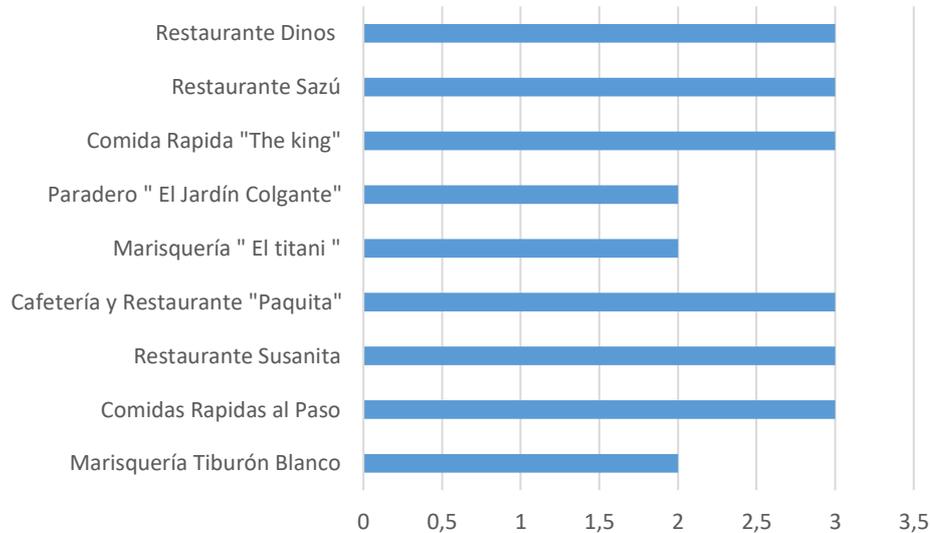


Los establecimientos en este apartado no cumplen con los objetivos de la parte objetiva en la compra de materia prima, producción del producto y posterior su comercialización, no lleva los registros de inventarios, carecen de planes de mantenimiento, no disponen insumos disminuyendo el resultado y no supera el 20% esto quiere decir que su categoría es de muy baja competitividad.

10.2.3 Aseguramiento de la calidad

Figura 6

Gráfico estadístico de competitividad del área de Aseguramiento de la calidad.

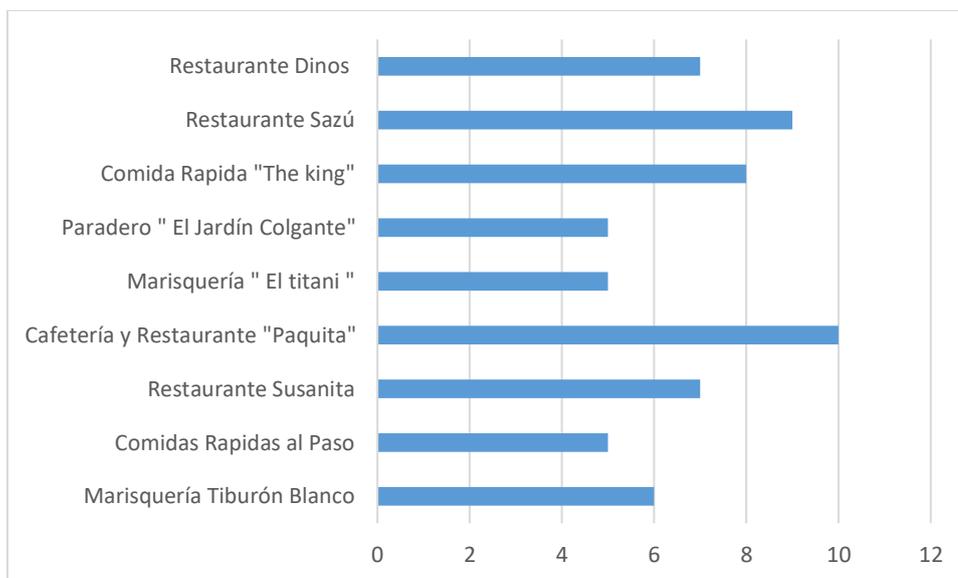


Las empresas en el factor de aseguramiento de la calidad se encuentran en una categoría de muy baja competitividad siendo los restaurantes: Al paso, Susanita, Paquita, The King, Restaurante Sazú y Dinos que cuenta con un promedio de 3% esto quiere decir que se no superan ni el 10% establecido, esto es debido a que la infraestructura no es la adecuada o se encuentra en un lugar mal ubicado, no maneja planes de atención al cliente, desconocen del área turística, no manejan otro idioma para la atención, no conocen la materia prima, también se le atribuye que no cuentan con una categoría que les permita distinguir y que se posicione en su target.

10.2.4 Merchandising

Figura 7

Gráfico estadístico de competitividad del área de mercadeo.

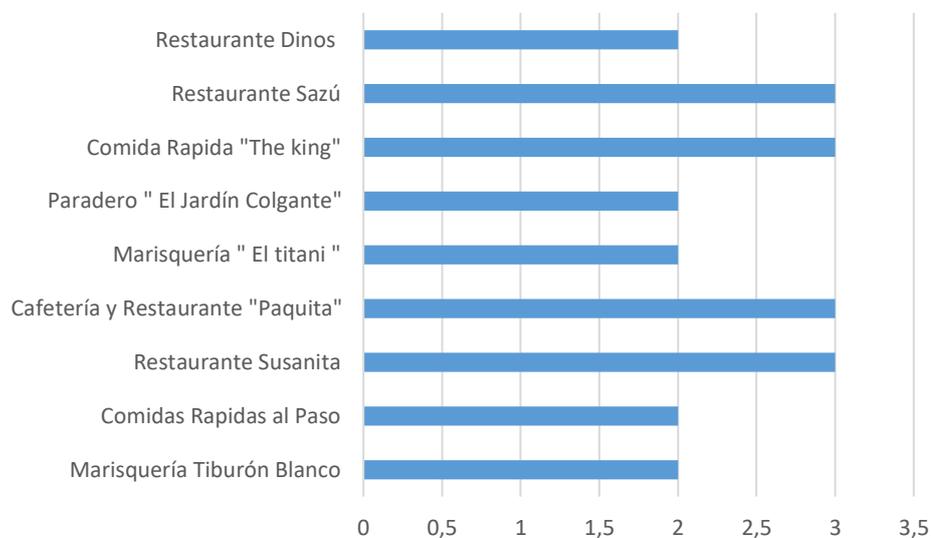


En el área de mercadeo la empresa que se tienen un porcentaje mayor es el restaurante paquita con un 10%, el cual tiene una idea de posicionamiento en el mercado tiene principios de marca y se diferencia del resto por tener una temática diferente, maneja redes sociales para la recepción de quejas, sin embargo todos los establecimientos se encuentran en la categoría de muy baja competitividad los promedios varían en una escala de 5% a 9%, demostrando que no presentan un análisis de mercado, promoción, y difusión, además de unos escasos de servicios complementarios como el de alimentos y bebidas, información turística. Esto se debe a que no existe una administración comprometida con la empresa.

10.2.5 Contabilidad y finanzas

Figura 8

Gráfico estadístico de competitividad del área de contabilidad y Finanzas.

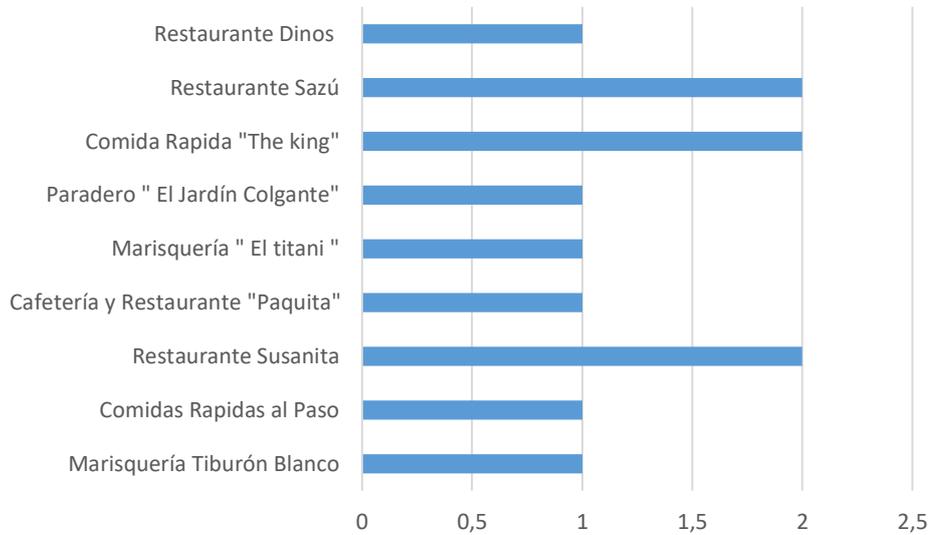


En esta area las empresas se encuentran con un nivel de porcentaje muy bajo determinado que no manejan principios de competitividad el promedio mas alto es los restaurantes Sazú, The King, Paquita, Susanita que tienen una calificación del 3% esto debido a que No existe registros contables, ni un control 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 además todas las empresas poseen poco conocimiento y documentación de balances de ventas, ingresos, egresos, mediante gráficos estadísticos de ventas anuales, trimestrales, o mensuales.

10.2.6 Talento Humano

Figura 9

Gráfico estadístico de competitividad del área de talento humano.

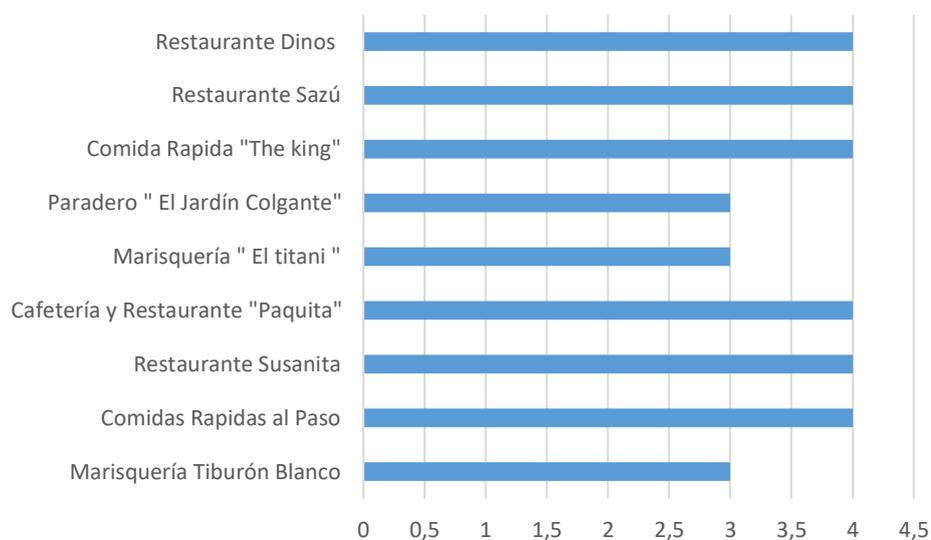


El nivel de porcentaje en el ámbito de talento humano se encuentra en la categoría de muy baja no manejan conceptos competitivos teniendo un porcentaje general de todas las empresas de 1,5% a 2% la razón son las siguientes no tienen personal, las empresas son familiares, no cuentan con buenas prácticas en atención al cliente, no manejan un buzón de quejas, los procesos son de manera inestable, 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.

10.2.7 Gestión ambiental

Figura 10

Gráfico estadístico de competitividad del área del ámbito ambiental

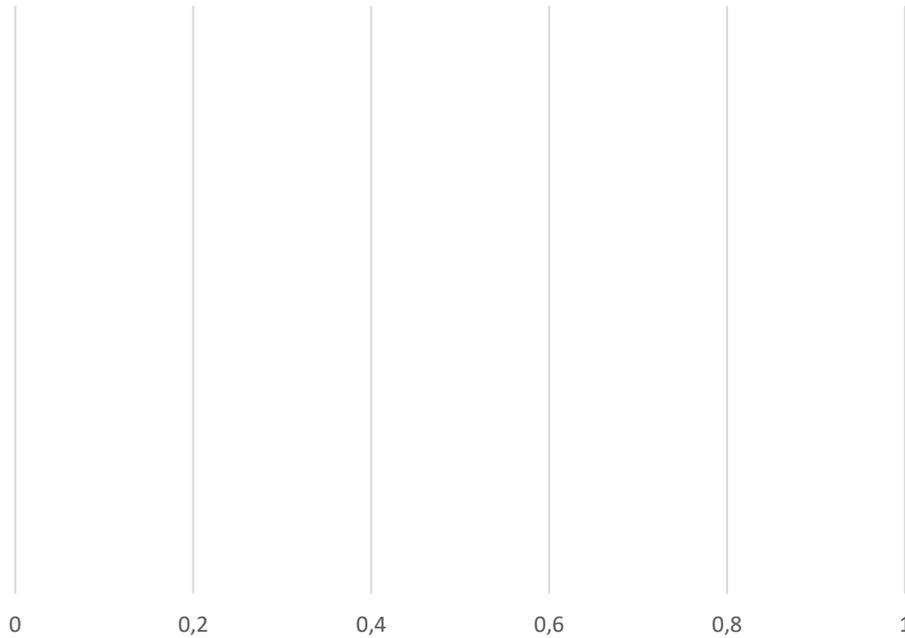


Los restaurantes en el ámbito ambiental tienen muchas dificultades los mismos que tienen un porcentaje muy bajo donde no existe competitividad sin embargo el promedio mas alto es el 4% en los que esta los restaurantes Dinos, Sazú, The King, Paquita, Susanita y el restaurante Al Paso, los causales son que no manejan políticas ambientales, no presentan objetivos y estrategias de mitigación, no regulan el nivel de desechos sólidos, no cuentan con certificaciones ambientales, sin embargo tienen conocimiento de la importancia del cuidado ambiental pero no existen políticas que ayuden a que generen herramientas de control y aprovechen mejor los recursos.

10.2.8 Sistema de información

Figura 11

Gráfico estadístico de competitividad del área de Sistemas de información



En el área de sistemas informáticos se tiene un resultado de 0% ya que no cuentan con sistemas informáticos, no manejan ninguna información en el apartado tecnológico, desconocen el uso de las plataformas tecnológicas.

10.2.9 Análisis comparativo de la sostenibilidad y competitividad

Figura 3

Gráfico estadístico las variables de sostenibilidad y competitividad



El cuadro comparativo de sostenibilidad y competitividad demuestran el resultado de las dos variables de estudio en las que se determinar el nivel en el que se encuentra cada empresa para ello en la Sostenibilidad se ha sumado los tres ámbitos que son social, ambiental y económico determinado en una valoración final de 1 a 10 para el cuadro final. Para la variable de competitividad la calificación fue de 1 al 5, una vez sumado las ocho ares y promediado el rango de calificación fue de 0% al 100%.

La ubicación de cada empresa es la siguiente: EL restaurante Tiburón blanco tiene un porcentaje final en sostenibilidad de 4% dando como efecto de que no existe sostenibilidad y en competitividad se ubica en el nivel porcentual de 34% teniendo como resultado baja competitividad. El restaurante Comidas Rápidas Al Paso tiene como resultado final en sostenibilidad 3% determinado de que no existe sostenibilidad en cuanto a competitividad se encuentra en el 40% dando resultado baja competitividad. El restaurante Susanita tiene una

media en sostenibilidad de 6% ubicando en el nivel de medianamente sostenible, en cuanto a competitividad tiene el 41% ubicando en la categoría de baja competitividad. La cafetería y restaurant Paquita tiene un resultado en sostenibilidad del 6% categorizando en medianamente sostenible y en el ámbito competitivo tiene un nivel de 53% siendo medianamente competitiva. Marisquería el Titani tienen como resultado final en la parte sostenible un 4% siendo no sostenible y en competitividad posee el 33% ubicándose en muy baja competitividad. El restaurante Jardín Colgante tiene una media en sostenibilidad de 4 que significa que no tiene sostenibilidad y en competitividad posee un valor del 33% siendo muy bajo competitivamente. El establecimiento de comida rápida The King tiene un rango de sostenibilidad de 4% siendo no sostenible y competitivamente tiene el nivel de baja competitividad con un 45%. El restaurante Sazú tiene como resultado en sostenibilidad de 6% siendo medianamente sostenible y en competitividad posee de un 51% categorizándose como medianamente competitivo. Finalmente, el restaurante Dinos tiene como resultado 5% en sostenibilidad siendo medianamente sostenible y en competitividad cuenta con un nivel del 40% con una categoría de baja competitividad.

10.2.10 *Cuadro descriptivo de las variables*

Mediante el SPSS se interpreta que el (P) valor o el nivel de significancia es de que el autor se equivoque o se afirme la hipótesis planteada, para la investigación se trabajó con el 0.05 el 5% de probabilidad.

Tabla 18
Resultado del análisis de correlación

			Correlaciones	
			Competitividad	Sostenibilidad
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,632
	Competitividad	Sig. (bilateral)	.	,068
		N	9	9
		Coefficiente de correlación	,632	1,000
	Sostenibilidad	Sig. (bilateral)	,068	.
		N	9	9

El resultado generado en el P valor es de 0,68 rechazando la hipótesis planteada, quedando con la nula, determinando de que no existe correlación entre las dos variables. Las empresas turísticas de alimentos y bebidas del cantón Sigchos deben trabajar tienen que ser sostenible para que puedan ser competitivas por que la fuerza de correlación es muy alta, Las consecuencias van a ser la pérdida de ingresos económicos, el mal manejo administrativo, la falta de innovación entre otros aspectos.

10.3 Estrategias

10.3.1 Matriz de evaluación externa MEFÉ

Se encarga del análisis de diferentes factores externos de una empresa, en este caso esta matriz se analizó los factores: político, económico, social, tecnológico, ambiental, y competitivo, en los que se enlistaron 10 sub factores por cada factor, en total 60 sub factores que están pensados en las oportunidades y amenazas.

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, esta enlistado por sub factores en relación de conexión con la demanda, si existen aprovechamientos de los residentes locales, o cómo la gente local, además de las oportunidades laborales que se crean en entorno de la misma. La tecnología los 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 las políticas, regulaciones, y controles ambientales en áreas protegidas, y recursos naturales, relacionados a la actividad

turística, y como están afectan o generan una oportunidad para su actividad de las empresas de alimentos y bebidas, además de saber que las regulaciones y normativas ambientales se implementan en los recursos de consumo que las empresas requieren. Finalmente, el factor competitivo, la gran mayoría no presentan una competitividad alta mismas que son propensas a perder en las nuevas tendencias empresariales, y no se adaptan a las preferencias de la demanda. Finalmente se clasifica 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 alimentos y bebidas del cantón Sigchos. Tabla 19

Tabla 19*Matriz de factor externo*

FACTOR POLÍTICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Otorgamiento de permisos de funcionamiento.		X						X	
2	Registro de las empresas para la actividad económica.	X						X		
3	Normas sanitarias para la elaboración de alimentos por el ministerio de salud.	X						X		
4	Rendición de cuentas y auditorias.		X						X	
5	Obtención de seguros médicos.	X						X		
6	Cumplimiento con la superintendencia de la economía popular y solidaria (SEPS)		X						X	
7	Registro de recursos turísticos inventariados.	X								
8	Cumplimiento con las ordenanzas municipales del cantón Sigchos.		X						X	
9	Incentivación económica para emprendimientos.			X						X
10	Requisitos de permisos de Bomberos para funcionamiento de empresas de alimentos y bebidas.	X						X		
FACTOR ECONÓMICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Deuda externa e interna del país.				X			X		
2	Incremento en ingresos económicos en los ámbitos de alojamiento y servicios de comida en 8,6%. En el año 2022.	X						X		
3	Aumento económico en el PIB 60% año 2022.		X						X	
4	Estabilidad de la moneda.		X						X	
5	Altas tasas interés de entidades financieras.				X			X		
6	Obligaciones tributarias.		X					X		
7	Pagos y renovaciones de permisos.		X						X	
8	Pagos salariales y beneficios de ley al personal.	X						X		
9	Bajo índice económico dentro de la localidad.				X			X		

10 Inflación del precio de combustible.		X						X		
		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
FACTOR SOCIAL		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Migración de la población local al extranjero.				X			X		
2	Inflación de precios a turistas				X			X		
3	Incremento de la delincuencia.				X			X		
4	Corrupción en entidades publicas				X			X		
5	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas				X			X		
6	La pobreza rural alcanza un 42,8%.				X			X		
7	Incremento de precios en materias primas.				X			X		
8	Inestabilidad política y social				X			X		
9	Incremento en la canasta básica en 1.8%				X			X		
10	Incremento en ingreso de turistas nacionales y extranjeros al cantón.	X						X		
FACTOR TECNOLOGICO		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Impulso tecnológico al manejo de reservas.	X						X		
2	Digitalización de la información en las empresas.		X					X		
3	Utilización de plataformas digitales para vender los productos.	X						X		
4	Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.	X						X		
5	Manejo de sistemas contables.	X						X		
6	Sistemas de homologación de entidades proveedoras locales y nacionales.		X						X	
7	Falta de cultura organizacional en empresas.				X			X		
8	Manejo de inventarios electrónicos.	X						X		
9	Proción y marketing digital.		X						X	
10	Manejo de redes sociales y páginas Web.	X						X		

FACTOR ECOLÓGICO-AMBIENTAL		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Certificación nacional o internacional Iso14001.	X						X		
2	Leyes de control y prevención ambiental a nivel local y nacional.		X						X	
3	Cumplimiento con las ordenanzas municipales ambientales.		X						X	
4	Políticas de la reducción de la huella de carbono.		X						X	
5	Ley de gestión ambiental para la prevención y control de la contaminación ambiental.	X						X		
6	Manejo de residuos sólidos por el Municipio.		X						X	
7	Minería legal e ilegal.					X			X	
8	Decrecimiento en la deforestación a nivel cantonal.	X						X		
9	Ordenamiento para uso del suelo por el MAE.		X						X	
10	Concesiones mineras por empresas nacionales y transnacionales.					X			X	
FACTOR COMPETITIVO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Ubicación estratégica del negocio.	X						X		
2	Mano de obra calificada para producción y venta.	X						X		
3	Posicionamiento en el mercado mediante la marca empresarial.	X						X		
4	Ubicación ideal para el abastecimiento de materias primas.		X						X	
5	Aseguramiento de la calidad del producto o servicio.		X						X	
6	Manejo de una estructura empresarial.		X						X	
7	Manejo de un plan de procesos.	X						X		
8	Categorización de empresas de alimentos y bebidas.	X						X		
9	Atención al cliente	X						X		
10	Infraestructura adecuada para el funcionamiento del negocio		X						X	

10.3.2 Matriz de Evaluación interna

Analiza los sub factores internos de la empresa clasificados en fortalezas y debilidades, de igual manera se enlistaron 5 sub factores por cada factor general, siendo estos: el planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistema de información, 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 planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, 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 alimentación, ya que en su mayoría carecen de una administración.

En el factor de talento humano y sistemas de información se estableció sub factores en relación empleador, se debe mejorar el proceso de contratación de personal, además implantar programa de inducciones de la actividad laboral, conjuntamente con objetivos empresariales, políticas, misión, y visión de cada empresa además de capacitar en el 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 20*Matriz de evaluación interna*

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Carencia de una planeación estratégica.				X			X		
2	No cuentan con objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución.				X			X		
3	No toman en consideración nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.				X			X		
4	No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.				X			X		
5	No realizan estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.					X			X	
6	No cuenta con un análisis estratégico para la ubicación del negocio.				X			X		
PRODUCCIÓN Y COMPRAS		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	El proceso de producción para la elaboración de productos de manera empírica.					X		X		
2	Procesos flexibles para la creación de nuevos productos en base a la demanda.		X						X	
3	La materia prima la adquieren a personas locales.		X						X	
4	Carencia de planes de contingencias para ampliar la producción.				X			X		
5	Los establecimientos no cuentan con seguros contra incendios y otras calamidades.				X			X		
6	Los no llevan registros de los mantenimientos preventivos, predictivos y productivo.				X			X		

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Los establecimientos no consideran la innovación en área de producción y ventas					X			X	
2	No existe investigación de materias primas para la elaboración de productos.				X			X		
3	Las empresas no cuentan con una organización administrativa.					X			X	
4	No disponen de normas de calidad debidamente documentadas				X			X		
5	Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.				X			X		
6	No cuentan con un proceso de selección de materias primas con especificaciones técnicas y controles para verificar la calidad.				X			X		
COMERCIALIZACIÓN		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Comercializan platos tradicionales del sector.		X						X	
2	Las empresas no tienen definido el mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.				X			X		
3	Las empresas no disponen información de sus competidores					X			X	
4	No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.				X			X		
5	Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.				X			X		
6	No manejan mecanismos de promoción y posicionamiento de la marca en el mercado					X			X	
CONTABILIDAD Y FINANZAS		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Deficiencia de un sistema contable automatizado					X			X	
2	Carencia de una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).				X			X		

3	Desconocimiento de la rentabilidad de cada producto o línea de productos.				X			X		
4	Los establecimientos no evalúan las utilidades de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.				X			X		
5	No existe la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social.				X			X		
6	Cumplimiento con los pagos tributarios.		X						X	
TALENTO HUMANO		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas				X			X		
2	Deficiencia de políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal.					X			X	
3	Inexistencia de una junta directiva que lidera la empresa.				X			X		
4	Incumplimiento con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA)				X			X		
5	Carencia de programas de capacitación para el personal por parte de la empresa o externos-					X			X	
6	Falta de implementación para que el personal genere un sentido de pertenecía hacia la empresa.				X			X		
GESTIÓN AMBIENTAL		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	No existe un control para el diseño de la planta, las empresas en sus mayorías son arrendadas.					X			X	
2	Desconocimiento de las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.					X			X	
3	La selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron de manera empírica				X			X		
4	No se definen normas ambientales dentro de las organizaciones.					X			X	

5	Las empresas tratan de minimizar de forma Empírica el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje.			X						X
6	Se manejan planes de control por concepto de desperdicios de acuerdo a las ordenanzas municipales.			X						X
SISTEMAS DE LA INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	No cuentan con un sistema de calidad que identifique las necesidades de los clientes				X			X		
2	Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.	X								
3	carencia de un software que permita llevar el inventario de recursos y el manejo de la empresa				X			X		
4	No cuentan con un sistema de información que satisfagan los requerimientos de la parte administrativa.				X			X		
5	Las empresas se encuentran desactualizada en programas y equipos de cómputo y no tiene al personal capacitado para manejarlos.					X				X
6	No realizan copias de seguridad de la información en base a compra producción y ventas del producto.					X				X

10.3.3 Matriz Foda

En esta matriz se enlistaron todas las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que se encontraron y detallaron en las matrices Mefe, Mefi, con la finalidad de encontrar soluciones estratégicas, utilizando las fortalezas, y oportunidades que podría tener cada empresa. 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 07 sub factores, 18 debilidades, y 16 amenazas, precedentemente de ello, se evaluarán en la matriz de peso y valor, para clasificar por orden jerárquico.

Tabla 21
Matriz Foda

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Variedad de recursos y atractivos turísticos.	O1	Procesos flexibles para la creación de nuevos productos en base a la demanda turística.
F2	Amplia oferta gastronómica.	O2	Dinamización económica.
F3	Fácil acceso para la compra de la materia prima.	O3	Comercializan platos tradicionales del sector.
F4	Programa de capacitaciones por el municipio.	O4	Otorgación de permisos para el funcionamiento de negocios populares.
F5	Permisos de Bomberos para funcionamiento de empresas de alimentos y bebidas.	O5	Oportunidades de crecimiento y desarrollo de la localidad.
F6	Fácil acceso para el ingreso de turistas al cantón.	O6	Se manejan planes de control mediante ordenanzas municipales.
F7	Incremento en ingresos económicos en los ámbitos de alojamiento y servicios de comida en 8,6%. En el año 2022	O7	Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.
F8	Otorgación de permisos para el funcionamiento de las empresas.		
F9	Incremento en ingreso extranjeros dentro del cantón.		
F10	Registro de las empresas.		
F11	Utilización de plataformas digitales para vender los productos		
F12	Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.		
F13	Manejo de sistemas contables		
F14	Manejo de inventarios		
F15	Manejo de redes sociales y páginas Web		
F16	Certificación nacional o internacional Iso14001.		
F17	Capacitaciones en normas de salud.		
F18	Decrecimiento en la deforestación a nivel cantonal.		
F19	Ubicación estratégica del negocio		
F20	Mano de obra calificada para producción y venta		
F21	Posicionamiento en el mercado a través de la marca empresarial		
F22	Manejo de un plan de procesos		
F23	Normas Técnicas establecidas		

F24 Atención al cliente

DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Carencia de una planeación estratégica.	A1	Altas tasa de interés por entidades financieras
D2	No cuentan con objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución	A2	Deuda externa e interna del país.
D3	No toman en consideración nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos	A3	Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.
D4	competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.	A4	Migración de la población local al extranjero.
D5	No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.	A5	Movilizaciones
D6	No cuenta con un análisis estratégico para la ubicación del negocio	A6	Incremento de la delincuencia.
D7	Carencia de planes de contingencias para ampliar la producción	A7	Corrupción en entidades publicas
D8	Los establecimientos no cuentan con seguros contra incendios y otras calamidades	A8	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas
D9	Los no llevan registros de los mantenimientos preventivos, predictivos y productivo	A9	La pobreza rural alcanza un 42,8%.
D10	No existe investigación de materias primas para la elaboración de productos.	A10	Incremento de precios en materias primas.
D11	No disponen de normas de calidad debidamente documentadas	A11	Inestabilidad política y social
D12	Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.	A12	Incremento en la canasta básica en 1.8%
D13	No cuentan con un proceso de selección de materias primas con especificaciones técnicas y controles para verificar la calidad.	A13	Falta de cultura organizacional en empresas.
D14	Las empresas no tienen definido el mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	A14	Minería legal e ilegal
D15	Las empresas no disponen información de sus competidores	A15	Concesiones mineras por empresas nacionales y transnacionales.
D16	No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.		
D17	Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.		
D18	No manejan mecanismos de promoción y posicionamiento de la marca en el mercado		
D19	Carencia de una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).		
D20	Desconocimiento de la rentabilidad de cada producto o línea de productos.		
D21	Los establecimientos no evalúan las utilidades de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.		
D22	No existe la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social.		
D23	Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas		
D23	Inexistencia de una junta directiva que lidera la empresa.		

D24	Carencia de programas de capacitación para el personal por parte de la empresa o externos-
D25	Falta de implementación para que el personal genere un sentido de pertenecía hacia la empresa.
D26	No cuentan con un sistema de calidad que identifique las necesidades de los clientes
D27	carencia de un software que permita llevar el inventario de recursos y el manejo de la empresa
D28	No cuentan con un sistema de información que satisfagan los requerimientos de la parte administrativa.

10.3.4 MATRIZ MEFI

Para la valoración de la matriz MEFI se trabajó con el porcentaje de 60% en fortalezas - 40% debilidades con el fin de dar un valor más alto a las fortalezas, en donde sobresalen, atención al cliente, y planificaciones que deberían mejorar de manera organizacional, dejando de lado el conocimiento y objetivos empíricos. Reiterando 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 42 sub factores entre fortalezas y debilidades, con valores de: (0.12), (0.8), y (0.7), 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, inducciones en personal, equipos de seguridad y salud, manejo apropiado de funciones de cada área en base a objetivos empíricos.

Ponderaciones de: (0,6), (0.4), y (0.1), para las debilidades, siendo las más altas la falta de administración, planificaciones de venta, mercado, balances, implementación de estrategias, uso tecnológico, seguros médicos, sociales, beneficios de ley, respaldos.

Tabla 22
Matriz de valoración MEFI

FORTALEZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
------------	------	-----------	-------	-------------

F1	Mayor promoción turística del cantón	0,03	3%	4	0,12
F2	Innovación en las empresas turísticas.	0,03	3%	4	0,12
F3	Manejo adecuado de los recursos	0,02	2%	4	0,08
F4	Protocolo para la higiene de alimentos en establecimientos de expendio.	0,04	4%	3	0,12
F5	Otorgación de permisos para el funcionamiento.	0,01	1%	3	0,03
F6	Incremento en ingresos económicos en los ámbitos de alojamiento y servicios de comida en 8,6%. En el año 2022	0,03	3%	4	0,12
F7	Mejora en la infraestructura de las empresas de alimentos y bebidas	0,04	4%	3	0,12
F8	Incremento en ingreso de turistas nacionales y extranjeros al Cantón.	0,05	5%	4	0,20
F9	Mejora de la conectividad.	0,03	3%	4	0,12
F10	Utilización de plataformas digitales para vender los productos	0,04	4%	4	0,16
F11	Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.	0,03	3%	3	0,09
F12	Implementación de sistemas contables	0,02	2%	3	0,06
F13	Manejo de inventarios	0,03	3%	3	0,09
F14	Manejo de redes sociales y páginas Web	0,02	2%	3	0,06
F15	Si cuentan con una certificación nacional o internacional Iso14001.	0,04	4%	4	0,16
F16	Ley de gestión ambiental para la prevención y control de la contaminación ambiental.	0,02	2%	3	0,06
F17	Decrecimiento en la deforestación a nivel cantonal.	0,01	1%	3	0,03
F18	Ubicación estratégica del negocio	0,03	3%	3	0,09
F19	Mano de obra calificada para producción y venta	0,02	2%	3	0,06
F20	Posicionamiento en el mercado a través de la marca empresarial	0,02	2%	3	0,06
F21	Manejo de un plan de procesos	0,01	1%	3	0,03
F22	Normas Técnicas establecidas	0,01	1%	3	0,03
F23	Atención al cliente	0,02	2%	3	0,06
			60%		2,07
	DEBILIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
D1	Carencia de una planeación estratégica.	0,02	2%	2	0,04
D2	No cuentan con objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución	0,02	2%	2	0,04
D3	No toman en consideración nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.	0,02	2%	2	0,04
D4	No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.	0,01	1%	1	0,01
D5	No cuenta con un análisis estratégico para la ubicación del negocio	0,02	2%	2	0,04
D6	Carencia de planes de contingencias para ampliar la producción	0,01	1%	1	0,01
D7	Los establecimientos no cuentan con seguros contra incendios y otras calamidades	0,01	1%	1	0,01

D8	Los no llevan registros de los mantenimientos preventivos, predictivos y productivo	0,02	2%	2	0,04
D9	No existe investigación de materias primas para la elaboración de productos.	0,02	2%	2	0,04
D10	No disponen de normas de calidad debidamente documentadas	0,02	2%	2	0,04
D11	Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.	0,01	1%	1	0,01
D12	No cuentan con un proceso de selección de materias primas con especificaciones técnicas y controles para verificar la calidad.	0,01	1%	1	0,01
D13	Las empresas no tienen definido el mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	0,01	1%	1	0,01
D14	Las empresas no disponen información de sus competidores	0,01	1%	1	0,01
D15	No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.	0,02	2%	2	0,04
D16	Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.	0,02	2%	2	0,04
D17	No manejan mecanismos de promoción y posicionamiento de la marca en el mercado	0,02	2%	2	0,04
D18	Carencia de una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).	0,02	2%	2	0,04
D19	Desconocimiento de la rentabilidad de cada producto o línea de productos.	0,01	1%	1	0,01
D20	Los establecimientos no evalúan las utilidades de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.	0,01	1%	1	0,01
D21	No existe la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social.	0,01	1%	1	0,01
D22	Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas	0,01	1%	1	0,01
D23	Inexistencia de una junta directiva que lidera la empresa.	0,02	2%	2	0,04
D24	Carencia de programas de capacitación para el personal por parte de la empresa o externos-	0,01	1%	1	0,01
D25	Falta de implementación para que el personal genere un sentido de pertenecía hacia la empresa.	0,01	1%	1	0,01
D26	No cuentan con un sistema de calidad que identifique las necesidades de los clientes	0,01	1%	1	0,01
D27	carencia de un software que permita llevar el inventario de recursos y el manejo de la empresa	0,01	1%	1	0,01
D28	No cuentan con un sistema de información que satisfagan los requerimientos de la parte administrativa.	0,01	1%	1	0,01
			40%		0,64
TOTAL		1	100%		2,71

10.3.5 Matriz MEFE

La valoración de la matriz MEFE la división es de 50% oportunidades – 50% amenazas, la finalidad es 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 07 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 del cantón, promoción, difusión de sus productos y servicios.

Para las amenazas de igual manera pasan los 15 sub – factores con mayor relevancia con ponderaciones de: (0.4), y (0,15), estos podrían afectar a las empresas de alimentos si no existe un control y efectúa las estrategias diseñadas. Los problemas que se encuentran son movilizaciones, e inseguridad, falta de uso tecnológico, establecimientos no aptos para cambios radicales en cuanto la temática, bajo índice de seguridad y contrataciones laborales, carencia de información turística de las actividades más importantes del cantón.

Tabla 23
Matriz MEFE

	OPORTUNIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Procesos flexibles para la creación de nuevos productos en base a la demanda	0,06	6%	4	0,24
O2	Dinamización económica entre la población y las empresas	0,09	9%	4	0,36
O3	Diversidad gastronómica del cantón.	0,08	8%	4	0,32
O4	Mejora de la conectividad vial.	0,04	4%	3	0,12
O5	Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales.	0,06	6%	4	0,24
O6	Se manejan planes de control por concepto de desperdicios de acuerdo a las ordenanzas municipales.	0,08	8%	4	0,32

O7	Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.	0,09	9%	4	0,36
		0,50	50%		
AMENAZAS		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
A1	Altas tasa de interés por entidades financieras	0,04	4%	4	0,16
A2	Deuda externa e interna del país.	0,03	3%	4	0,12
A3	Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.	0,04	4%	4	0,16
A4	Migración de la población local al extranjero.	0,04	4%	4	0,16
A5	Movilizaciones	0,03	3%	4	0,12
A6	Incremento de la delincuencia.	0,04	4%	4	0,16
A7	Corrupción en entidades publicas	0,04	4%	4	0,16
A8	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas	0,04	4%	4	0,16
A9	La pobreza rural alcanza un 42,8%.	0,03	3%	4	0,12
A10	Incremento de precios en materias primas.	0,03	3%	4	0,12
A11	Inestabilidad política y social	0,04	4%	4	0,16
A12	Incremento en la canasta básica en 1.8%	0,02	2%	4	0,08
A13	Falta de cultura organizacional en empresas.	0,04	4%	4	0,16
A14	Mal aprovechamiento de los recursos	0,02	2%	4	0,08
A15	Concesiones mineras por empresas nacionales y transnacionales.	0,02	2%	4	0,08
		0,50	50%		
		1	100%		3,96

10.3.6 Matriz de Estrategias

En esta matriz se realiza el cruce matricial, primero se enlistan las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades, con mayor valor, las cuales pasaron por las matrices de evaluación, para diseñar las estrategias se mezclan: Fortalezas con oportunidades (FO), debilidades con oportunidades (DO), fortalezas con amenazas (FA), y Debilidades con amenazas (DA).

Se diseñaron 10 estrategias de cada cuadrante, en total 40 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 de alimentos y bebidas del cantón Sigchos.

Las estrategias se propusieron por la combinación de los 4 cuadrantes, en resumen, cada estrategia está diseñada controlar y mitigar problemas, capacitaciones, uso de plataformas de

contables, 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 24

Tabla 24*Matriz de Estrategias*

MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1. Incremento en ingreso de turistas nacionales y extranjeros al Cantón.	D1. Carencia de una planeación estratégica.
	F2. Otorgación de permisos de funcionamiento	D2. No cuentan con objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución
	F3. Normativa técnica sanitaria para alimentos por el MSP.	D3. No toman en consideración nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.
	F4. Protocolo para la higiene de alimentos en establecimientos de expendio.	D4. No cuenta con un análisis estratégico para la ubicación del negocio
	F5. Incremento en ingresos económicos en los ámbitos de alojamiento y servicios de comida en 8,6%. En el año 2022	D5. No llevan registros de los mantenimientos preventivos, predictivos y productivo
	F6. Manejo de redes sociales y páginas Web.	D6. No existe investigación de materias primas para la elaboración de productos.
	F7. Impulso tecnológico a partir de la pandemia Covid 19	D7. No disponen de normas de calidad debidamente documentadas
	F8. Utilización de plataformas digitales para vender los productos	D8. No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.
	F9. Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.	D9. Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.
	F10. Si cuentan con una certificación nacional o internacional Iso14001.	D10. Carencia de una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).
	F11. Ubicación estratégica del negocio	D11. Inexistencia de una junta directiva que lidere la empresa.
	F12. Normas técnicas establecidas	D12. No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. La materia prima la adquieren a personas locales.	F1-O3. Organizar ferias turísticas que fortalezcan el consumo de la gastronomía del cantón.	D1-O2. Realizar una planificación estratégica dentro de los establecimientos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.
O2. Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.	F2-O2. Adquirir la LUAF para que los establecimientos se encuentren registrados en el MINTUR permitiendo que los mismos sean difundidos.	D2-O5. Diseñar objetivos específicos, cuantificables y medibles que permitan flexibilizar los procesos de producción, control y distribución de los productos.

O3. Se manejan planes de control por concepto de desperdicios de acuerdo a las ordenanzas municipales.	F3-O1. Implementar normativas sanitarias a los proveedores locales, que garanticen la materia prima.	D3-O1 Realizar convenios con las personas locales para garantizar la materia prima, convirtiéndolos en proveedores garantizando la fidelidad de nuevos clientes, consiguiendo así nuevas tecnologías para su innovación.
O4. Diversidad gastronómica.	F6-O4. Difundir la gastronomía local mediante plataformas digitales.	D4-O2. Realizar un estudio de mercado en donde exista mayor afluencia de turista para el posicionamiento de la empresa.
O5. Procesos flexibles para la creación de nuevos productos en base a la demanda	F7-O2. Implementar herramientas tecnológicas para que los procesos se sistematicen mismos que permiten llevar un correcto control de la empresa.	D5-O3 Llevar un registro del mantenimiento preventivo, predictivo y productivo además de implementar un plan de manejo de desechos sólidos para la conservación del entorno laboral y ambiental.
O6. Uso adecuado de los recursos.	F9-O2. Promocionar los productos mediante plataformas digitales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.	D6-O1. Realizar investigaciones conjuntamente con los campesinos del proceso de producción de las materias primas para garantizar la calidad del producto final.
O7. Promoción de los atractivos turísticos.	F10-O6. Implementar certificaciones ambientales como las normas Iso 14001 con el fin de mejorar los procesos ambientales.	D7-O6. Implementar normas de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes, además de minimizar los costos en servicios básicos y mejorando los procesos de la empresa.
O8.	F8-O4. Diversificar los productos de la empresa y difundir de mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.	D8-O4. Diseñar catálogos y promociones de manera digital para el posicionamiento de las empresas en el mercado y venta de sus productos.
O9	F5-O7. Cumplir con las obligaciones tributarias mismos que permiten el desarrollo local y nacional.	D10-O7. Incorporar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo tributario.
10.	F11-O5. Realizar un estudio de mercado para la ubicación estratégica del negocio mismo que faciliten los procesos de producción y comercialización.	D11-O5. Desarrollar estrategias de negocios en donde se involucren los miembros de la empresa con el fin de crear nuevos productos con la finalidad de satisfacer la demanda.
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Altas tasas de interés por entidades financieras	F1-A2. Crear convenios con entidades públicas y privadas para la inversión en el territorio con el fin de que exista mayor ingreso de turistas nacionales y extranjeros.	D1-D11-A7 Implementar una planificación estratégica que fomente la cultura organizacional de una empresa con el fin de obtener mayores ingresos económicos.
A2. Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.	F2-A7. Adquirir la LUAF mismos que aportan a llevar un correcto manejo en la cultura organizacional.	D2-A3 Definir objetivos empresariales que permitan el desarrollo local, aportando así a la economía de la población, evitando la migración interna y externa.
A3. Migración de la población local al extranjero.	F3-A7. Acoger las normativas técnicas otorgadas por el MSP que garanticen una mejor organización en la calidad de los productos.	D3-A9-A10 Fomentar el consumo de la materia prima de las habitantes locales, generando convenios con los mismos para que exista un desarrollo local en la parte

A4. Incremento de la delincuencia.	F4-A2. Desarrollar un protocolo de higiene y manipulación de alimentos que contribuya a la salud interna y externa de la empresa.	agrícola, ganadera, insumos y tecnologías beneficiando tanto a proveedores como consumidores. D4-A4-A7 Realizar un estudio de mercado que permitan desarrollar un correcto manejo en la organización empresarial garantizando la seguridad y calidad.
A5. Corrupción en entidades publicas	F5-A9. Aprovechar los ingresos económicos con el fin de la generación de nuevos empleos mitigando la pobreza local.	D5-A8. Implementar capacitaciones de cómo llevar el registro para el mantenimiento de la maquinaria que utilizan los establecimientos.
A6. Inestabilidad política y social	F10-A11. Incorporar la certificación Iso 4001 en todas las actividades ambientales como medida de control y prevención del medio ambiente.	D6-A9-A10. Realizar productos con el fin de dinamizar la economía local.
A7. Falta de cultura organizacional en empresas.	F12-A4 Incorporar normas técnicas en el ámbito de seguridad precautelando la integridad de los turistas y del personal.	D10-A1 Ejecutar una correcta planificación financiera en cuanto a presupuestos desarrollando un correcto manejo económico y aliándose con entidades financieras que tengan un nivel de interés adecuado para el rubro del negocio.
A8. Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas	F10-A8 Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicos, empresariales y de comercialización.	D12-A12-A2 Incorporar convenios desde la parte administrativa del cantón.
A9. La pobreza rural alcanza un 42,8%.		D8-A4-A6. Plantear objetivos que permita mantener la estabilidad social, además de garantizar la seguridad integral de las personas afianzando a un control en costos de la oferta y la demanda.
A10. Incremento en la canasta básica en 1.8%		
A11. Concesiones mineras por empresas nacionales y transnacionales.		

10.3.7 Matriz del Análisis Estratégico

Para la matriz táctica se extrae la información desde la matriz FODA el cual procede a pegar en cada enunciado para ello el mínimo se considera 8 objetivos de los cuales 4 se deben de determinar la priorización mediante la calificación cuales son los más urgentes para incorporar ya al giro de negocio esto a corto plazo, se procedentemente de crear y diseñar las estrategias que permitirán corregir los problemas en la empresas de alimentos para ello se realizó un análisis para clasificar las estrategias en un impacto alto, medio y bajo. La razón de las estrategias es 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 20 estrategias consideradas en un impacto alto.

Tabla 25

Matriz FO-FA-DO-DA

ANALISIS ESTRATEGICO		IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F1-O3	F1-O3. Organizar expo ferias turísticas que fortalezcan el consumo de la gastronomía del cantón.		X	
F2-O2	F2-O2. Registro oficial de las empresas.	X		
F3-O1	F3-O1. Implementar normativas sanitarias a los proveedores locales, mismos que garanticen la materia prima.	X		
F6-O4	F6-O4. Difundir la gastronomía local mediante plataformas digitales.		X	
F7-O2	F7-O2. Implementar herramientas tecnológicas para que los procesos se sistematicen mismos que permiten llevar un correcto control de la empresa.	X		
F9-O2	F9-O2. Promocionar los productos mediante plataformas digitales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.		X	
F10-O6	F10-O6. Implementar certificaciones ambientales como las normas Iso 14001 con el fin de mejorar los procesos ambientales.	X		

F8-04	F8-O4. Diversificar los productos de la empresa y difundir de mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.	X	
F5-07	F5-O7. Cumplir con las obligaciones tributarias mismos que permiten el desarrollo local y nacional.		X
F11-O5	F11-O5. Realizar un estudio de mercado para la ubicación estratégica del negocio mismo que faciliten los procesos de producción y comercialización.	X	

FA

F1-A2	F1-A2. Crear convenios con entidades públicas y privadas para la inversión en el territorio con el fin de que exista mayor ingreso de turistas nacionales y extranjeros.	X	
F2-A7	F2-A7. Adquirir la LUAF mismos que aportan a llevar un correcto manejo en la cultura organizacional.		X
F3-A7	F3-A7. Acoger las normativas técnicas otorgadas por el MSP que garanticen una mejor organización en la calidad de los productos.	X	
F4-A2	F4-A2. Desarrollar un protocolo de higiene y manipulación de alimentos que contribuya a la salud interna y externa de la empresa.	X	
F5-A9	F5-A9. Aprovechar los ingresos económicos con el fin de la generación de nuevos empleos mitigando la pobreza local.		X
F10-A11	F10-A11. Incorporar la certificación Iso 4001 en todas las actividades ambientales como medida de control y prevención del medio ambiente.		X
F12-A4	F12-A4 Incorporar normas técnicas en el ámbito de seguridad precautelando la integridad de los turistas y del personal.	X	
F10-A8	F10-A8 Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicos, empresariales y de comercialización.	X	

DO

D1-O2	D1-O2. Realizar una planificación estratégica dentro de los establecimientos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.	X	
D2-O5	D2-O5. Diseñar objetivos específicos, cuantificables y medibles que permitan flexibilizar los procesos de producción, control y distribución de los productos.	X	
D3-O1	D3-O1 Realizar convenios con las personas locales para garantizar la materia prima, convirtiéndoles en proveedores garantizando la fidelidad de nuevos clientes, consiguiendo así nuevas tecnologías para su innovación.		X
D4-O2	D4-O2. Realizar un estudio de mercado en donde exista mayor afluencia de turista para el posicionamiento de la empresa.		X
D5-O3	D5-O3 Llevar un registro del mantenimiento preventivo, predictivo y productivo además de implementar un plan de manejo de desechos sólidos para la conservación del entorno laboral y ambiental.	X	

D6-O1	D6-O1. Realizar investigaciones conjuntamente con los campesinos del proceso de producción de las materias primas para garantizar la calidad del producto final.	X
D7-O6	D7-O6. Implementar normas de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes, además de minimizar los costos en servicios básicos y mejorando los procesos de la empresa.	X
D8-O4	D8-O4. Diseñar catálogos y promociones de manera digital para el posicionamiento de las empresas en el mercado y venta de sus productos.	X
D10-O7	D10-O7. Incorporar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo tributario.	X
D11-O5	D11-O5. Desarrollar estrategias de negocios en donde se involucren los miembros de la empresa con el fin de crear nuevos productos con la finalidad de satisfacer la demanda.	X

DA

D1-D11-A7	D1-D11-A7 Implementar una planificación estratégica que fomente la cultura organizacional de una empresa con el fin de obtener mayores ingresos económicos.	X
D2-A3	D2-A3 Definir objetivos empresariales que permitan el desarrollo local, aportando así a la economía de la población, evitando la migración interna y externa.	X
D3-A9-A10	D3-A9-A10 Fomentar el consumo de la materia prima de las habitantes locales, generando convenios con los mismos para que exista un desarrollo local en la parte agrícola, ganadera, insumos y tecnologías beneficiando tanto a proveedores como consumidores.	X
D4-A4-A7	D4-A4-A7 Realizar un estudio de mercado que permitan el posicionamiento de la empresa en una zona privilegiada además de desarrollar un correcto manejo en la organización empresarial garantizando la seguridad y calidad.	X
D5-A8	D5-A8. Implementar capacitaciones de cómo llevar los registros para el mantenimiento de la maquinaria que utilizan los establecimientos.	X
D6-A9-A10	D6-A9-A10. Realizar estudios de la transformación que tiene la materia prima apoyando a la parte rural de donde se extraen los productos con el fin de dinamizar la economía local.	X
D10-A1	D10-A1 Ejecutar una correcta planificación financiera en cuanto a presupuestos desarrollando un correcto manejo económico y aliándose con entidades financieras que tengan un nivel de interés adecuado para el rubro del negocio.	X
D12-A12-A2	D12-A12-A2 Incorporar convenios desde la parte administrativa del cantón para una correcta distribución de los recursos que permita desarrollar el sector a través de la inversión pública.	X
D8-A4-A6.	D8-A4-A6. Plantear objetivos que permita mantener la estabilidad social, además de garantizar la seguridad integral de las personas afianzando a un control en costos de la oferta y la demanda.	X

10.3.8 Matriz de Resumen de Estrategias

En conclusión, 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 alimentos y bebidas del cantón Sigchos, estas están diseñadas partiendo desde las fortalezas y oportunidades para corregir debilidades y amenazas, en total se enlistan 20 estrategias finales.

Tabla 26

Resumen estratégico

MATRIZ	RESUMEN ESTRATEGIAS
1	F2-O2. Diseñar capacitaciones sobre la planificación empresarial.
2	F3-O1. Implementar charlas que hablen sobre las normativas sanitarias a los proveedores locales, mismos que garanticen la materia prima.
3	F7-O2. Asesorar y capacitar al personal sobre el uso de herramientas tecnológicas.
4	F10-O6. Implementar capacitaciones sobre las prácticas ambientales.
5	F8-O4. Innovar y diversificar los productos de la empresa para atraer a los turistas.
6	F11-O5. Promocionar los productos, servicios y actividades turísticas dentro del cantón mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.
7	F1-A2. Crear convenios con entidades públicas y privadas para la inversión en el territorio con el fin de que exista mayor ingreso de turistas nacionales y extranjeros.
8	F3-A7. Diseñar capacitaciones al personal en atención al cliente.
9	F4-A2. Desarrollar protocolos de higiene y manipulación de alimentos que contribuya a la salud interna y externa de la empresa.
10	F12-A4 Incorporar normas técnicas en el ámbito de seguridad precautelando la integridad de los turistas y del personal.
11	F10-A8 Desarrollar charlas al personal del departamento de marketing sobre el uso de plataformas digitales.
12	D1-O2. Realizar catálogos de productos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.
13	D2-O5. Diseñar objetivos específicos, cuantificables y medibles que permitan flexibilizar los procesos de producción, control y distribución de los productos.
14	D5-O3 Llevar un registro del mantenimiento preventivo, predictivo y productivo además de implementar un plan de manejo de desechos sólidos para la conservación del entorno laboral.

15	D7-O6. Implementar normas de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes, además de minimizar los costos en servicios básicos y mejorando los procesos de la empresa.
16	D10-O7. Incorporar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo tributario.
17	D11-O5. Desarrollar estrategias de negocios en donde se involucren los miembros de la empresa con el fin de crear nuevos productos con la finalidad de satisfacer la demanda.
18	D1-D11-A7 Implementar una planificación estratégica que fomente la cultura organizacional de una empresa con el fin de obtener mayores ingresos económicos.
19	D2-A3 Definir objetivos empresariales que permitan el desarrollo local, aportando así a la economía de la población, evitando la migración interna y externa.
20	D3-A9-A10 Fomentar el consumo de la materia prima de las habitantes locales, generando convenios con los mismos para que exista un desarrollo local en la parte agrícola, ganadera, insumos y tecnologías beneficiando tanto a proveedores como consumidores.
21	D10-A1 Ejecutar una correcta planificación financiera en cuanto a presupuestos desarrollando un correcto manejo económico y aliándose con entidades financieras que tengan un nivel de interés adecuado para el rubro del negocio.
22	D12-A12-A2 Incorporar convenios desde la parte administrativa del cantón para una correcta distribución de los recursos que permita desarrollar el sector a través de la inversión pública.
23	D8-A4-A6. Plantear objetivos que permita mantener la estabilidad social, además de garantizar la seguridad integral de las personas afianzando a un control en costos de la oferta y la demanda.

11. IMPACTOS

Los impactos generados durante el desarrollo del proyecto fueron de carácter social y administrativo dentro de las empresas en donde se evidenciaron la falta permisos que tienen para su funcionamiento sin embargo están dispuestos a optar nuevos cambios en los establecimientos estos en ámbitos ambientales y tecnológicos.

Tabla 27

Impactos

Impactos Sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar capacidades empresariales con prácticas sostenibles y competitivas en las personas que sean propietarias de establecimientos de alimentos y bebidas. • Mejorar la rentabilidad económica, de las empresas de manera interna y externa en el mercado turístico, mediante innovación, optimizando los procesos, con el fin de garantizar la calidad de los productos y servicios.
Impactos Ambientales
<ul style="list-style-type: none"> • Generar conciencia en la toma de decisiones en cuanto al correcto manejo de los residuos sólidos que generan los establecimientos de alimentos y bebidas. • Implementación de procesos ecológicos dentro de los establecimientos, generando una conciencia sostenible en el personal que labora dentro de las empresas.

Impactos Tecnológicos

- Adaptarse a la innovación con el uso adecuado de herramientas tecnológicas que mejoren la capacidad de producción, promoción y venta de los productos que ofertan las empresas de alimentos y bebidas.
- Mediante el uso de la tecnología mejorar los controles de inventarios, ingresos y egresos, llevando una correcta organización de la información dentro de las empresas

12. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

Tabla28

Cronograma y presupuesto

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	PRECIO	DURACIÓN
F2-O2. Diseñar capacitaciones sobre la planificación empresarial.	Certificación de empresas	\$900	6 meses
F3-O1. Implementar charlas que hablen sobre las normativas sanitarias a los proveedores locales, mismos que garanticen la materia prima.	Temas sobre manipulación de alimentos	\$600	4 meses
F7-O2. Asesorar y capacitar al personal sobre el uso de herramientas tecnológicas.	Implantar uso de recursos tecnológicos, manejo de redes, manejo de sistemas contables.	\$1000	1 año
F10-O6. Implementar capacitaciones sobre las prácticas ambientales.	Planificaciones en uso de residuos sólidos. Capacitaciones en uso de recursos. Mejoramiento en área de producción.	\$500	6 meses
F8-O4. Innovar y diversificar los productos de la empresa para atraer a los turistas.	Manejo catálogos de promociones y productos. Sistema de reservas.	\$700	4 meses
F11-O5. Promocionar los productos, servicios y actividades turísticas dentro del cantón mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.	Diseños de contratos con proveedores. Registros de ingresos, salidas de producción. Análisis de ubicación.	\$600	3 meses
F1-A2. Diseñar capacitaciones al personal en atención al cliente.	Implementación de propuestas y necesidades del cantón.	\$1000	2 años
F4-A2. Desarrollar protocolos de higiene y manipulación de alimentos que contribuya a la salud interna y externa de la empresa.	Elaborar señalética. Llevar un control a través de un registro sobre los mantenimientos de los equipos. Desinfección periódica del área de trabajo.	\$700	5 meses
F12-A4 Incorporar normas técnicas en el ámbito de seguridad precautelando la integridad de los turistas y del personal.	Plan de buenas prácticas laborales Beneficios laborales Objetivos de venta	\$500	6 meses
F10-A8 Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicos, empresariales y de comercialización.	Cronograma de capacitaciones por áreas de la empresa de acuerdo a su función.	\$500	7 meses

D1-O2. Realizar catálogos de productos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.	Identificar los productos estrella de cada establecimiento. Capacitar al personal en servicio de calidad	\$1000	1 año
---	---	--------	-------

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusiones

- El resultado de las empresas mediante el diagnóstico situacional a través de la aplicación de la metodología InnovaRSE permitió evidenciar las deficiencias por parte de las empresas de alimentos y bebidas, evidenciando que no existen practicas sostenible, los resultados finales son que 3 empresas medianamente sostenibles, las 5 empresas restantes están en un rango bajo de sostenibilidad los problemas principales son las falta de conocimientos de cómo llevar a cabo el manejo de los procesos, normativas, permisos, planificación, buenas prácticas ambientales y el manejo de los recursos económicos.,

- Mediante la medición de la competitividad mediante el instrumento metodológico del BID, se obtuvo los impactos positivos y negativos que tienen las áreas dentro de cada empresa, determinando las debilidades que tienen los establecimientos al desconocer los factores esenciales para el aprovechamiento de los recursos, los resultados de esta variable son que solamente dos empresas tienen un nivel de 50% siendo medianamente competitivos, las 6 empresas restantes obtuvieron un porcentaje de 20 a 40% ubicándose en el rango muy bajo y bajo competitivamente.

- En base al análisis de la competitividad y sostenibilidad las principales estrategias que las empresas deben adoptar son: el capacitar a los propietarios o gerentes en la correcta planificación empresarial, además de innovar, diversificar los productos y servicios, por otra parte ofrecer actividades recreacionales que permita satisfacer las necesidades de los turistas, también es importante brindar asesoramiento al personal en el uso adecuado de los

equipos que dispone la empresas, también a conocer sobre la atención al cliente y practicas ambientales dentro y fuera de la empresa.

13.2 Recomendaciones

- Aplicar las metodologías internamente en las empresas por los propietarios para identificar los factores que se propone de acuerdo al trabajo de las empresas turísticas de alimentos y bebidas para obtener un rango mayor de sostenibilidad y competitividad en su categoría.
- Analizar el estado actual del país en ámbitos económicos, sociales, tecnológicos, y ecológicos, para determinar un estudio detallado en función a la actividad turística, para acoplarse de mejor manera con las variables metodológicas.
- Determinar el uso práctico de las estrategias propuestas, para poder mejorar en los ámbitos internos y externos de la empresa, además, transmitir los procesos para poder identificar anomalías en la aplicación de las metodologías, esto para una mejor escala de evaluación, para posteriormente los resultados finales sean más favorables.

14. REFERENCIAS

- Sotomayor Pereira, J. G. (2017). A. C. T. P. C. B. L. B. (2016). Desarrollo sostenible y evolución de la legislación ambiental en las MIPYMES del Ecuador. *Universidad y Sociedad. Revista Científica Universidad y Sociedad*, 8(9), 22–31. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus13117.pdf>
- A, B. H. G. (2018). Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación (Indicators of sustainable developments and thier application). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 13(1), 178–236. <http://www.onu.org.mx/agenda-2030/>
- Álvarez, B. &, & Sierra, M. (2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Panorama Económico*, 29(1), 73–83. <https://doi.org/10.32997/PE-2021-3644>
- Álvarez Díaz, R. (2015). *Selección de indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón*. <http://hdl.handle.net/10651/31135>

- Ambiental, G., & Del, U. (2009). *Gestión ambiental urbana del*. 1–76.
- Andrea, C. V. M., Luz, M. Z. M., Lucía, Q. G. M., & Javier, S. F. (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. <https://doi.org/10.23850/22565035.1360>
- Aníbal, L., Barragán, Á., Eugenia, M., & Sierra, M. (2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Panorama Económico*, 29(1), 73–83. <https://doi.org/10.32997/PE-2021-3644>
- Arboleda, H. (2016). *Competitividad: Concepto y Evolución Histórica * Competitiveness: Concept and*. 13–28.
- Aux Merlinda Clarke Bloomfield, M., Ana Gloria Madruga Torres, D., José Luis Carballosa Ramírez, I., & Crecencio Ramón Rodríguez Galindo, I. (2021). Sistemas productivos locales y encadenamientos productivos a favor del desarrollo local: El sistema productivo local agropecuario del destino turístico Gibara en holguín. *Explorador Digital*, 5(1), 437–457. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1512>
- Barcellos, L. de P. (2012). Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial. *Facultad de economía y empresa*, 1–588. <http://www.tdx.cat/handle/10803/32219>
- Bernasconi Melucci. (2016). *Innovación y competitividad empresarial*. Innovación y competitividad empresarial. <https://www.tdx.cat/handle/10803/399536#page=1>
- Blanca, I. R. &, & Barrera, S. (2020). *Competitividad en las Organizaciones*. <https://doi.org/10.29410/QTP.18.06>
- Cajal, A. (2014). Investigación de campo: características, tipos y etapas. *Al-Qantara*, 13. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/mendez_r_jj/capitulo4.pdf
- Carlos Francisco. (2015). Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México. 20° *Encuentro sobre Desarrollo Regional en México.*, 1–23. <http://ru.iiec.unam.mx/2841/>
- Chiner, E. (2011). Tema 8-Encuestas. *Tema 8. Investigación descriptiva mediante encuestas*, 1(1), 1–18. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema_8-Encuestas.pdf
- Claudia, R. (2013). *Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes*. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7710>
- Clavijo. (2020). *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos* (pp. 124–242). <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>

- Corchero Miguel. (2006). *La Empresa Turística*. 73–106.
- Efraín González; Ángel Santana. (2016). Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales. *Información tecnológica*, 27(6), 11–18. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642016000600003>
- Estructura, C., & Spss, E. (2015). Guía SPSS 15.0_ para Windows: Capítulo 1 «Estructura del SPSS». *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*, 2, 1–26. https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2015/129380/metinvsocuan_cap3-1a2015.pdf
- Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra. (2020). *Instrumento actualizado, Sostenibilidad* (p. 79).
- García, S. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. *Retos*, 10(20), 283–305. <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.06>
- GIRÁN, R., VARGAS, H., & OSTA, K. (2008). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA AGROINDUSTRIA ALIMENTARIA. *METHODOLOGICAL PROPOSAL FOR THE ANALYSIS OF MANAGERIAL COMPETITIVENESS IN THE SMALL AND MEDIUM ALIMENTARY AGROINDUSTRY.*, 7(1), 5–14. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3997729&info=resumen&idioma=ENG>
- Gómez, C. H. (2018). *Factores e indicadores de competitividad hotelera*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). REFLEXIONES SOBRE LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS. *Cuadernos de Turismo*, 23, 111–128. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201>
- Hernández, D., María, R. G., & Cornejo Macías; Judith Mireya. (2018). Factores Estratégicos del CRM en las Pymes de la ZMG que Mejoren su Posición Competitiva en la Industria Mueblera MTRA. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 345–361. <https://riico.net/index.php/riico/article/view/428/1305>
- Hernández, A. (2015). *Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)*. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7271>
- Ibáñez Pérez, R. M., & 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>
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., Demuner Flores, M. del R., Ibarra Cisneros,

- M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. del R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/REF.2017.35.A06>
- Jaime Luis Cadena. (2014). *Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014*. 5. <https://www.redalyc.org/journal/5536/553658819007/html/>
- Leal, A. O. (2015). Estudios de Competitividad. En *Estudios de Competitividad*. <https://doi.org/10.29410/qtp.15.02>
- Luis Alberto, B. G., Claudio, R. E., Marcelo, R. T., Alexis, M. P., Martín, I. A., & Paola, J. M. (2006). Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, 208–236. <https://doi.org/10.46661/REVMETODOSCUANTECONEMPRESA.3513>
- Luisa, M., & García, S. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, 33, 93–124. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Maestría en Ciencias Ambientales SUE-Caribe – Hacia un desarrollo sostenible*. (2017). <https://mca.edu.co/>
- 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., & Redín, 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*, 0(2). <https://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/3592>
- Medeiros, V., Godoi, L. G., & Teixeira, E. C. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45005>
- Medrano Aranda, S., & Lardiés Bosque, R. (2015). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza. *Geographicalia*, 66, 99. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.2014661068
- Mejía, A. B. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *Podium*, 35, 97–118. <https://doi.org/10.31095/PODIUM.2019.35.7>
- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/>
- Mihaela Damian, I. (2016). *UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Tesis Doctoral ESTUDIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN DESTINOS TURISTICOS A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN*

- COMUNITARIA: EL CASO DE LA COSTA DEL SOL. <http://orcid.org/0000-0003-1184-4359>
- Milena, S. A. A., Luz-Alexandra, M. R., & Cazares. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99–109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- MINTUR. (2015). Reglamento General a la Ley de Turismo del Ecuador. *Lexis*, 30. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Mintur, R. turístico de alimentos y bebidas. (2018). Reglamento turístico de Alimentos y Bebidas. *Lexis Finder*, 1–17. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Monsalve, G. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- Navarra. (2016). *Sistema de gestión innova rse* (Gobierno d). <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/89B44146-1566-417A-8673-9B964C352410/411329/MetodologiaInnovaRSE.pdf>
- Neill, D., & Cortez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. En *Ediciones UTMACH* (Vol. 1). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>
- Nenezic, P. (2007). Ministry of Tourism and Environment, Sustainable Tourism indicators and Destination Management. *Minister of Tourism and Environment of Montenegro, Regional W*(April), 25–27. <https://sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/finrep.pdf>
- Nieves, M. (1998). *Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5867>
- OIT Países Andinos. (2021). *Evaluación del entorno para el desarrollo de empresas sostenibles en Ecuador 2020-2021*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_823707.pdf
- Oliveira, V. M. De. (2013). V. Macário de Oliveira, et. Al Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis. *Uda*, 22(2), 177–197. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000200001&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- 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 Salome, B., Rodríguez Herrera, A. L., Lopez Velasco, R., Valera Pérez, M. Á., Olivier Salome, B. 79316, Rodríguez Herrera, A. L. 202133, Lopez Velasco, R. 16257, & Valera Pérez, M. Á. 244898. (2015). Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México. *Exploraciones, intercambios y relaciones entre el diseño y la tecnología*, 57–79. <https://doi.org/10.16/CSS/JQUERY.DATATABLES.MIN.CSS>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). DESARROLLO SOSTENIBLE. *OMT*, 1–4. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible#:~:text=«El turismo que tiene plenamente,y de las comunidades anfitrionas.»>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2022). El Turismo crece Un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémicos. *Turismo*, 34, 1–3. <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglcfindmkaj/https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-01/220118-unwto-barometer-es.pdf?Iy28ChJPKpnZz36KDaaTfsADYvbumFfK>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio Sampling Techniques on a Population Study. *Int. J. Morphol*, 35(1), 227–232.
- Pérez Albert, Y., & Nel-lo Endreu, M. (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), 193–210. https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2013.v33.n1.42225
- Pérez, R. M. I. (2010). *SUSTENTABILIDAD E INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MÉXICO*. <https://www.eumed.net/rev/turedes/07/rmip.htm>
- Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos. (2022). Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Sigchos 2022. *Gobierno Autonomo Descentralizado del Cantón Sigchos*, 88. <http://gadmsigchos.gob.ec/PAGINA2022/SIGCHOS PDT FINAL 2022.pdf>
- Plan de ordenamiento territorial Cantón Sigchos. (2021). *Sigchos " JARDÍN COLGANTE DE LOS ANDES "*. 109. https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL.0Sigchos_15-03-2015_20-43-37.pdf
- Ponce, D. (2020). *Vista de Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica.*

<http://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/article/view/147/127>

Ponce Janina &, & Gloria, M. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista ESPACIOS*, 41(14).

Ponce Talancón, H. (2007). Matrix SWOT : An alternative for diagnosing and determining intervention strategies in organizations. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12(1), 113–130. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>

Quiroga, R. (2001). División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos. En *Cepal Eclac* (Vol. 16). http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/8/9708/lc11607e_ind.pdf

Reyes, Y. R. S. (2019). The management by Processes in the SMEs of Barranquilla: Differentiating factor of the organizational competitiveness. *Informacion Tecnologica*, 30(2), 103–113. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000200103>

Rios, R. P. (2017). *Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas. Dimension social*. <https://www.eumed.net/rev/delos/28/hoteles.html>

Rodríguez, A. B. R. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. *Cuadernos de Turismo*, 19(19), 47–69. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831>

Rojas, P. (2000). *Algunos ejemplos de cómo medir la competitividad. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA)*.

Rojas, P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (2000). Algunos ejemplos de cómo medir la competitividad. *Cuadernos Técnicos*, 1–49.

Salazar, L. B. C. (2017). *Vision Desde El Estado Y La Academia Competitiveness and Innovation in Smes , a View*. 7, 1–14. <https://www.uasb.edu.ec/revista-andina/wp-content/uploads/sites/20/2021/04/Competitividad-e-innovacion-en-las-pymes-una-vision-desde-el-estado-y-la-academia.pdf>

Sánchez, N. (2012). LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR EMPRESARIAL. *UPC Universitat Politècnica de Catalunya*, 4, 4–5. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La_sostenibilidad_en_el_sector_empresarial.pdf

Santa, M. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa*, 16(2), 165–188. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60117-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60117-8)

Santos, A. R. C. (2011). Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 13(40),

300–311. <https://doi.org/10.7819/RBGN.V13I40.720>

Schwandt, A., & Winzker, M. (2018). Modular evaluation system for low-power applications: Educating undergraduate students in advanced digital design. *ICECS 2017 - 24th IEEE International Conference on Electronics, Circuits and Systems, 2018-Janua*, 364–367. <https://doi.org/10.1109/ICECS.2017.8292111>

Silva, N. C., & Candido, G. A. (2016). Sistema de indicadores de sustentabilidade do desenvolvimento do turismo: um estudo de caso do município de Areia – PB. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(3), 475–496. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i3.955>

Socatelli, M. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. *Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica*, 1–6.

Thompson, I. (2006). Tipos de Organigramas. *Promonegocios.net*, 1–8. <https://www.rua.unam.mx/portal/recursos/ficha/14108/tipos-de-organigramas>

Torres Cobo, R. P. (2017). Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. revisión bibliográfica. *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3677>

Torres Delgado, A. (2013a). Los sistemas de indicadores: instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España. *Actas del XVI Congreso AECIT. Políticas Activas en Turismo. Respuestas a la Singularidad del Mercado Laboral*, 21.

Torres Delgado, A. (2013b). Turismo y sostenibilidad: una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal. *Revista Investigaciones Turísticas*, 5, 163–171. <https://doi.org/10.14198/inturi2013.5.07>

Vega Maguiña, J. L., Soto, A., Lama-Valdivia, J., & Correa López, L. E. (2021). Cross-sectional studies. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(2), 164–170. <https://doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>

Villanueva, C. (2016). Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México. *Perspectiva Geográfica*, 19(2), 309–330. <https://doi.org/10.19053/01233769.4102>

Yadelín Garcés Pérez, Y. y Y. (2018). LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: SU MEDICIÓN Y FACTORES DETERMINANTES. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, ISSN: 2254-7630, 8–9. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html%0A/hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1806competitividad-turistica>

15. ANEXOS
Anexo No.1. Apéndice 1 Aval de Traducción



CENTRO
DE IDIOMAS

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 ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN SIGCHOS, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, presentado por: **Félix Paúl Cajía Cajamarca**, egresado de la Carrera de: **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, 23 de Febrero de 2023

Atentamente,

Mg. María Fernanda Aguaiza Iza

DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC

050345849-9



CENTRO
DE IDIOMAS

Anexo No.2.
 Apéndice. 2. Hoja de vida del equipo de investigación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
 DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE



DATOS PERSONALES

APELLIDOS: SAMPEDRO ARRIETA
 NOMBRES: MILTON ALBERTO
 ESTADO CIVIL: CASADO
 CEDULA DE CIUDADANÍA: 0602636987
 NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 2
 LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1076
 DIRECCIÓN DOMICILIARIA: RIOBAMBA
 TELÉFONO CONVENCIONAL: 032393061
 TELÉFONO CELULAR: 0984509068
 EMAIL INSTITUCIONAL: milton.sampedro@utc.edu.ec
 TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A
 # DE CARNET CONADIS: N/A

ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	INGENIERO en EOTURISMO	24-10-2004	1002-04-533659
TERCER	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	08-08-2011	1002-11-1077036
CUARTO	MAGISTER en EDUCACIÓN Y DESARROLLA SOCIAL	09-09-2013	1032-13-86039100

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Autor	"ESTUDIO DE LA INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL DE CORREDORES TURISTICOS. CASO DE ESTUDIO CANTON PALLATANGA, PROVINCIA CHIMBORAZO, ECUADOR"	"TURyDES, Turismo y Desarrollo Local" (ISSN: 1988-5261), LATINDEX, C.I.R.E.T	Málaga a 18 de julio de 2017.	18 de julio de 2017.
Autor	"La exportación de cereal de quinoa orgánica al mercado de Hamburgo- Alemania", como parte del libro "FACETAS ACADÉMICAS"	"FACETAS ACADÉMICAS" Libro bajo el ISBN: 978-9942-759-51-1	Guayaquil, 18 de diciembre de 2017	18 de diciembre de 2017
Autor	"LAS RELACIONES DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN HUMANISTA EN ECUADOR"	"Revista Caribeña de las Ciencias Sociales", (ISSN: 2254-7630), LATINDEX	Málaga a 9 de mayo de 2016.	9 de mayo de 2016.
Coautor	"La Capacidad de Carga Turística como una herramienta de planificación en turismo"	ESPE	Ecuador-Latacunga	2016
Coautor	Planificación para la conservación de sitios del turismo sostenible, caso bosque de Leonana, provincia de Chimborazo.	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación, volumen 4
Coautor	Diagnóstico ornitológico en el campus Salache	Libro	Ecuador - Latacunga	Aprobado para publicación digital

HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo
 ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Servicios: 81 Servicios personales
 PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Octubre 2016

FIRMA

HOJA DE VIDA DEL ESTUDIANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: CAJIA CAJAMARCA

NOMBRES: FELIX PAUL

ESTADO CIVIL: SOLTERO

CEDULA DE CIUDADANÍA: 0503224040

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: MACHACHI 13 DE AGOSTO DE 1996

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: PARROQUIA DE PASTOCALLE – BARRIO PASTOPAMBA

TELÉFONO CELULAR: 0503224040

EMAIL: felixpaul72@gmail.com

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A

DE CARNET CONADIS: N/A

ESTUDIOS REALIZADOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO
Secundaria	Bachiller Técnico en Informática



CERTIFICADOS OBTENIDOS

Certificado de “Operador programador en Sistemas” ILVEN

Escuela de capacitación de conductores profesionales “San Juan de Pastocalle” Licencia Tipo “C”

Guardia de vigilancia y seguridad privada “Cefoseg”

Certificación en Excelencia en el servicio al cliente “Cefoseg”

Certificación internacional en conducción de vehículos “Cefoseg”

Certificación Artesanal en mención de Chef de Partida “Cullynary Chef”

Certificado de asistencia al webinar “Turismo y Sociedad en tiempos de pandemia”

Certificado de asistencia al “I Seminario Internacional de Turismo y Patrimonio, fortaleciendo conocimientos y competencias durante la Pandemia”

Certificado de asistencia al “Seminario Internacional Intercambio Científico”

FIRMA

Anexo No.3. Encuesta de la Metodología InnovaRSE

1. Cuaderno de trabajo

2.1 Encuesta

Este documento se convierte a continuación en un verdadero cuaderno de trabajo. La persona responsable del diagnóstico en la empresa podrá en este mismo documento ir tomando notas, anotando evidencias y apuntando las reflexiones que surjan a lo largo de la realización del diagnóstico;

- A. Lea atentamente y responda las siguientes preguntas con sinceridad.
- B. Presente la evidencia de cada enunciado según corresponda.

Gracias por su colaboración.

Fecha: _____ **Código: UTC-**
SOSTENIBILIDAD-0001 *Dia/Mes/Año*

Dimensión Económica (DE)

1. 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.
Rúbrica de evaluación;
 Áreas de mejora
 Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**
 Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**
 Un puntaje de **3** indica que; **tiene una obligación legal de impuestos de años anteriores**
 Procesos de mejora
 Un puntaje de **4** indica que; **declaración mensual de impuestos retenidos en fuente**
 Un puntaje de **5** indica que; **Impuestos al valor agregado IVA**
 Un puntaje de **6** indica; **todas las anteriores**
 Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica; **la preparación y declaración de 1.5 por mil del impuesto municipal sobre los activos, Preparación y declaración del impuesto a la patente**

Un puntaje de **8** indica; **un análisis de cálculos y registros de la provisión de impuesto a la renta y del anticipo del impuesto a la renta por el año posterior a dicha declaración**

Un puntaje de **9** indica; **una elaboración y transmisión de informes al Ministerio de Relaciones Laborales, Elaboración Impuesto a la renta con anterioridad.**

Un puntaje de **10** indica; **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

2. 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.
Rúbrica de evaluación;
 Áreas de mejora
 Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**
 Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**
 Un puntaje de **3** indica que; **tiene un mecanismo de mejores procesos y estructuras para la toma de decisiones, pero de años anteriores.**
 Procesos de mejora
 Un puntaje de **4** indica que; **tiene una declaración de principios éticos y de responsabilidad social empresarial.**
 Un puntaje de **5** indica que; **tiene un reconocimiento de los terceros interesados en el buen desempeño, la estabilidad y la permanencia en el tiempo de la sociedad.**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **tiene una remisión responsable de la información, así como la transparencia en la administración.**

Un puntaje de 8 indica que; **tiene un cumplimiento de las distintas regulaciones a que esté sujeta la sociedad, Revelación de hechos indebidos y la protección a los informantes**

Un puntaje de 9 indica que; **tiene una prevención de operaciones ilícitas y conflictos de interés, Dar certidumbre y confianza a los inversionistas y terceros interesados sobre la conducción honesta y responsable de los negocios de la sociedad**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

3. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **su política salarial está basada en el principio de no discriminación.**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **mantiene como principio la igualdad de oportunidades.**

Un puntaje de 5 indica que; **mantiene la equidad de salarios tanto a nivel interno como externo.**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **considera la experiencia de cada colaborador, la contribución de cada persona en su puesto de trabajo para determinar la banda salarial**

Un puntaje de 8 indica que; **tiene promociones y ascensos: Dados como consecuencia de la gestión del desempeño.**

Un puntaje de 9 indica que; **durante la determinación de objetivos trazados en la evaluación anual de desempeño y la participación de los ocupantes del puesto de trabajo**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

4. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **su política de selección de entidades financieras es subjetiva**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **mantiene modelo de comunicación interinstitucionales con la banca**

Un puntaje de 5 indica que; **mantiene reuniones de gerencia que analizan los artículos de la sección II factores del riesgo operativo de las normas generales para las instituciones del sistema financiero**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **mantiene reuniones de gerencia que analizan los artículos de la sección III administración del riesgo operativo de las normas generales para las instituciones del sistema financiero**

Un puntaje de **8** indica que; **crear una cultura organizacional con principios y valores de comportamiento ético que priorice la gestión eficaz del riesgo operativo**

Un puntaje de **9** indica que; **define los mecanismos para monitorear y evaluar las actividades de control de operaciones**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

5. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **presenta un modelo de negocios, desactualizada**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone de un plan de inversiones interno**

Un puntaje de **5** indica que; **dispone de un modelo de negocios actualizado**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de un modelo para riesgos financieros**

Un puntaje de **8** indica que; **dispone de un marco legal de inversiones**

Un puntaje de **9** indica que; **dispone de un plan anual de inversiones como instrumento de planificación**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

6. La empresa posee una política de distribución de beneficios que tiene en cuenta, en primer lugar, el futuro de la empresa (reversión 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).

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **dispone de estrategias de desarrollo (I+D) antiguas**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **presenta una política de distribución de beneficios, antigua**

Un puntaje de **5** indica que; **dispone de una planificación para la I+D**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone un plan o gestiona sus excedentes de tesorería**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta estrategias adoptadas a la I+D**

Un puntaje de **9** indica que; **dispone de un plan de inversión socialmente responsable (ISR).**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Económica (DE)

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

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **dispone de datos relativos a costes de producción y servicios desactualizadas**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **implementa acciones de mejora para la producción o servicios**

Un puntaje de 5 indica que; **presenta análisis respecto a los indicadores para evaluar la efectividad de la empresa**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **dentro del control de producción y servicios analiza la calidad y satisfacción del cliente**

Un puntaje de 8 indica que; **presenta estrategias de mejora continua**

Un puntaje de 9 indica que; **fórmula estratégica empresarial 4Re: reconversión, reinversión, resiliencia y resguardo**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

8. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **solo tiene una empresa como proveedor y/o subcontratista**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de un listado de empresas proveedoras y/o subcontratistas, desactualizada**

Un puntaje de 5 indica que; **presenta un listado de empresas y subcontratistas sin criterios de RSE**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **dispone de un proceso de selección de proveedores desde la sostenibilidad y responsabilidad social.**

Un puntaje de 8 indica que; **dispone de un proceso homologado para la selección**

Un puntaje de 9 indica que; **analiza cada criterio de RSE de las empresas a seleccionar**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

9. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **solo tiene una empresa como proveedor y/o subcontratista**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **solo tiene una empresa como proveedor y/o subcontratista y no cumple con la negociación los criterios prefijados de pago**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta un listado de empresas y/o subcontratistas con criterios prefijados de pago negociados**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de un modelo de pago para proveedores y/o subcontratistas con fechas límite de pago**

Un puntaje de **8** indica que; **dispone un sistema de pago oportuno para proveedores y/o subcontratistas**

Un puntaje de **9** indica que; **revisa periódicamente el producto o servicio que suministra la empresa proveedora y/o subcontratista para verificar la calidad que está pagando**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

10. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **solo tiene una empresa como proveedor y/o subcontratista**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **solo tiene una empresa como proveedor y/o subcontratista y no cumplen con los criterios prefijados de pago**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta un listado de empresas y/o subcontratistas con criterios prefijados de pago**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de un modelo de pago para proveedores y/o subcontratistas con fechas límite de pago**

Un puntaje de **8** indica que; **dispone un sistema de pago oportuno para proveedores y/o subcontratistas**

Un puntaje de **9** indica que; **revisa periódicamente el producto o servicio que suministra la empresa proveedora y/o subcontratista para verificar la calidad que está pagando**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Principales conclusiones para la dimensión económica

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

Dificultades

Apoyos

Necesidades

Dimensión Ambiental (DA)

1. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **presenta una política ambiental desactualizada y sin certificación**

() Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de una política ambiental sin certificación**

Un puntaje de 5 indica que; **la política ambiental asegurar la comunicación y la revisión, tanto de los objetivos como de las metas de la empresa con el enfoque ambiental**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **la persona encargada de otorgar la certificación a las políticas ambientales**

Un puntaje de 8 indica que; **la política ambiental se puede utilizar como documento guía para realizar la mejora ambiental corporativa**

Un puntaje de 9 indica que; **presenta una política ambiental, basada en la norma ISO 14001**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

2. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **presenta un programa ambiental desactualizado y sin certificación**

() Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de un programa ambiental sin certificación**

Un puntaje de 5 indica que; **dispone de un programa ambiental adecuado a la naturaleza, la magnitud y los impactos ambientales**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **se somete sistemáticamente a auditorías internas ambientales**

Un puntaje de 8 indica que; **se somete sistemáticamente a auditorías externas ambientales**

Un puntaje de 9 indica que; **presenta un programa ambiental basado en la norma ISO 14001**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

3. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **presenta indicadores de consumo desactualizados**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **presenta indicadores de consumo actualizados**

Un puntaje de **5** indica que; **define los mecanismos para monitorear los indicadores de consumo**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **determina las acciones requeridas para cumplir con los criterios de consumo adecuados**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta estrategias para determinar el uso adecuado de los recursos**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta un indicador de consumo basados en la norma ISO 14001**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

4. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa dispone de una gestión de residuos desactualizada**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone un modelo de gestión de residuos actualizada sin certificación**

Un puntaje de **5** indica que; **dispone de mecanismos para gestionar los residuos**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **presenta indicadores de control y mejora continua para los residuos que emite la empresa al medio ambiente**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta estrategias para la gestión integral de residuos**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta certificación del cumplimiento de la ley de la prevención y control de la contaminación ambiental local o nacional**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

5. 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.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa dispone de un control respecto a la generación de residuos, desactualizada**

() Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone de procesos de gestión ambiental y aplicación de prácticas empíricas**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta acciones y actividades de mejora continua respecto a la generación de residuos**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de un sistema de gestión ambiental y certificaciones ambientales**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta planes y programas de conservación y protección ambiental**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta certificación del cumplimiento a la legislación ambiental del Ecuador**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

6. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa dispone de un control respecto a la huella de carbono que produce, desactualizado**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone de mecanismos arcaicos (antiguos) para reducir la huella de carbono**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta acciones y actividades de mejora continua**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **la empresa concientiza y sensibiliza respecto al impacto ambiental**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta medidas para la reducción de la huella de carbono**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta políticas de reducción respecto a la huella de carbono**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

7. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa no conoce los límites máximos permisibles de ruido**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **la empresa conoce los límites máximos permisibles de ruido, pero no presenta acciones de mejora**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta acciones y/o actividades para limitar sus niveles de ruido**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **la empresa aplica la norma técnica, sin certificación**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta medidas para la prevención y control**
 Un puntaje de **9** indica que; **presenta auditorias y/o evaluaciones para verificar el cumplimiento de la norma técnica dictada bajo el amparo de la Ley de Gestión Ambiental y del Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

8. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa no conoce respecto mejores prácticas ambientales sobre este tema**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **la empresa promueve la concientización respecto a este tema**

Un puntaje de **5** indica que; **la empresa presenta mecanismos para reducir progresivamente el uso de plásticos de un solo uso**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **presenta medidas para promover la disminución de contaminación por residuos y desechos plásticos**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta auditorias y/o evaluaciones para verificar el cumplimiento de la ley orgánica para la radicalización, reutilización y reducción de plásticos de un solo uso**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta auditorias y/o evaluaciones para verificar el cumplimiento políticas para gestión integral de plásticos en el Ecuador**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

9. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **la empresa no considera la formación ambiental como un aspecto estratégico para el desarrollo de la misma**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **la empresa considera la formación ambiental**

Un puntaje de **5** indica que; **la empresa verifica las competencias de todo el personal que labora en cada parte específica**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **la empresa presenta un diseño de un calendario de capacitación para todos los empleados**

Un puntaje de **8** indica que; **la empresa promueve encuentros de capacitación en donde se socialice técnicas para mejorar el ambiente**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta estrategias empresariales para la formación y evaluación periódica ambiental**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

10. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **presenta indicadores de alguna certificación, desactualizados**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **presenta indicadores de consumo presentados por la norma, actualizados**

Un puntaje de **5** indica que; **define los mecanismos para monitorear los indicadores de la norma, sin estar certificados**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **determina las acciones requeridas para cumplir con los criterios de la norma técnica**

Un puntaje de **8** indica que; **presenta estrategias para determinar la evaluación de impacto ambiental**

Un puntaje de **9** indica que; **presenta una certificación respecto a la norma ISO 14001**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Principales conclusiones para la dimensión ambiental

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

Dificultades

Apoyos

Necesidades

Dimensión Social (DS)

1. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**
 Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**
 Un puntaje de **3** indica que; **elabora, con la participación efectiva de los trabajadores y empleadores, la propuesta de los programas de seguridad y salud en el trabajo**
 Procesos de mejora
 Un puntaje de **4** indica que; **el cumplimiento de las obligaciones por parte del empleador en materia de seguridad y salud en el trabajo, dará lugar a las responsabilidades que establezca la legislación nacional**
 Un puntaje de **5** indica que; **propone como empleador funciones y responsabilidades en materia preventiva**
 Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**
 Buenas prácticas
 Un puntaje de **7** indica que; **presenta el cumplimiento de distintas normas técnicas INEN presentadas en la página oficial ministerio de trabajo, seguridad y salud en el trabajo**
 Un puntaje de **8** indica que; **indica que dispone de un delegado en gestión integral de riesgos**
 Un puntaje de **9** indica que; **ser líderes en salvaguardar la integridad, la salud y la vida de las personas trabajadoras**
 Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**
Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

2. 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.
Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora
 Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**
 Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**
 Un puntaje de **3** indica que; **dispone de evaluaciones iniciales y de valoración de riesgo, desactualizadas**
 Procesos de mejora
 Un puntaje de **4** indica que; **realiza controles arcaicos respecto a la seguridad y salud en el trabajo del trabajador**
 Un puntaje de **5** indica que; **presenta actualización en sus obligaciones respecto a seguridad y salud en el trabajo**
 Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**
 Buenas prácticas
 Un puntaje de **7** indica que; **reporta o registra en la plataforma informática SUT de ministerio de trabajo**
 Un puntaje de **8** indica que; **dispone de un plan de prevención de riesgos laborales actualizado**
 Un puntaje de **9** indica que; **dispone de personal responsable de seguridad y salud en el trabajo con un delegado especializado en seguridad y salud en el trabajo**
 Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**
Evidencias
Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

3. 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.
Rúbrica de evaluación;
 Áreas de mejora
 Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**
 Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **dispone de mecanismos para realiza un plan estratégico / plan de gestión, desactualizado**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de una herramienta básica que no presenta indicadores del plan estratégico empresarial / plan de gestión anual**

Un puntaje de 5 indica que; **dispone objetivos empresariales bastante subjetivos (verificar en la misión y visión de la empresa)**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **dispone de un plan estratégico / plan de gestión anual como herramienta de sostenibilidad, Organiza la estructura funcional de un sistema**

Un puntaje de 8 indica que; **revisa periódicamente el sistema participativo**

Un puntaje de 9 indica que; **estructura estrategias para la aplicación de planes propuesto por la delegación especializada de la empresa**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

4. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **no promueve y ni gestiona la igualdad de género en el ámbito laboral**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **promueve y gestiona la igualdad de género en el ámbito laboral con planes desactualizados**

Un puntaje de 5 indica que; **dispone de un plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres que comprende la formación profesional**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **promueve acceso de las mujeres a posiciones de liderazgo**

Un puntaje de 8 indica que; **presenta condiciones igualitarias para hombres y mujeres, elimina las brechas salariales de género**

Un puntaje de 9 indica que; **incluye a las mujeres en sectores no tradicionales, promueve el balance vida-trabajo con responsabilidad social**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

5. La empresa cuenta con una política activa de contratación de colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **no promueve y ni gestiona políticas de contratación de colectivos desfavorecidos (Proyecto de Red de Protección Social en Ecuador)**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **gestiona la contratación de colectivos desfavorecidos (Proyecto de Red de Protección Social en Ecuador)**

Un puntaje de 5 indica que; **presenta condiciones igualitarias, elimina las brechas salariales**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **generar nuevas fuentes genuinas de empleo**

Un puntaje de 8 indica que; **dispone en su nómina de trabajadores desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.**

Un puntaje de 9 indica que; **presenta estrategias de desarrollo integradora**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

6. 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).

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **no dispone de un sistema de promoción y superación efectiva actualizado**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **determina horarios unilateralmente por el trabajador acogido a dicha situación**

Un puntaje de 5 indica que; **flexibilidad de jornada en aras de conciliar responsabilidades familiares**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **bonificaciones o pagos de seguros privados durante un período de tiempo**

Un puntaje de 8 indica que; **presenta al trabajador modalidades nuevas para realizar sus actividades (hibrido) por responsabilidades familiares, actividades docentes/políticas/servicios sociales**

Un puntaje de 9 indica que; **presenta estrategias de desarrollo integradora de superación efectiva y promoción respecto a la vida laboral y personal**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

7. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **no dispone de mecanismo para almacenar quejas, reclamaciones y sugerencias de su clientela**

Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de un mecanismo para recoger quejas, reclamaciones y sugerencias, pero no brinda el tiempo suficiente para verificar, (la empresa no mide la satisfacción de la clientela)**

Un puntaje de **5** indica que; **la empresa mide la satisfacción de la clientela, aporta con ideas o iniciativas para la mejora anticipada antes de la queja, reclamo o sugerencia.**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **desarrolla acciones y anticipándonos a posibles cambios**

Un puntaje de **8** indica que; **supervisa y mejora continuamente el proceso de gestión de quejas y reclamos**

Un puntaje de **9** indica que; **aplica la norma técnica ISO 10002:2015 para la gestión de quejas y reclamos**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

8. 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”.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **no dispone de un código de prácticas profesionales o carta de servicios para garantizar la honradez y calidad actualizada**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone un código de prácticas profesionales o carta de servicios para garantizar la honradez y calidad no conocido por la clientela**

Un puntaje de **5** indica que; **adopta y aplica reglamentos técnicos, a través de las entidades de los gobiernos central**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de acreditaciones por entidades aprobadas por el plan**

Un puntaje de **8** indica que; **dispone de aprobación de modelo o de tipo de instrumentos de medición, homologados**

Un puntaje de **9** indica que; **se encuentra cumpliendo de regulaciones técnicas y legales, Plan Nacional de la Calidad, certificado**

Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

9. 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.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

Un puntaje de **1** indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de **2** indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de **3** indica que; **impulsa su desarrollo empresarial sin proyectos sociales**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **dispone de mecanismos de selección para proyectos sociales**

Un puntaje de **5** indica que; **tiene una oportuna implementación de la gestión de proyectos sociales en los que se va a trabajar la empresa**

Un puntaje de **6** indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **dispone de una gestión integral de los negocios: no solo permite administrar las restricciones de los proyectos como el tiempo, alcance, costo, recursos, calidad, riesgos, sino que también brinda la posibilidad de enfocarse en la propuesta de valor de la organización y la satisfacción de los clientes.**

Un puntaje de 8 indica que; **un control y monitoreo permanente; gracias a la gestión de proyectos sociales es posible controlar la calidad, la relación con los grupos de interés e identificar riesgos latentes**

Un puntaje de 9 indica que; **tiene un crecimiento e innovación; uno de los beneficios que brinda la gestión de proyectos es establecer una cultura que integra el desarrollo de habilidades y competencias con la posibilidad de generar productos y servicios**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencia

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

10. 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”.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

Un puntaje de 1 indica que; **no existe documentación**

Un puntaje de 2 indica que; **existe; sin presentar las evidencias**

Un puntaje de 3 indica que; **impulsa su desarrollo empresarial sin proveedores locales**

() Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **dispone de mecanismos de selección para proveedores locales**

Un puntaje de 5 indica que; **tiene una oportuna selección de proveedores locales**

Un puntaje de 6 indica **presenta todas las anteriores**

() Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **dispone de una gestión integral de negocios para la selección de proveedores**

Un puntaje de 8 indica que; **un control y monitoreo permanente para integrar proveedores locales con enfoque sustentable**

Un puntaje de 9 indica que; **tiene un crecimiento e innovación en participar en proyectos que impulsen el entorno local**

Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**

Evidencia

Valoración de la capacidad de mejora



Principales conclusiones para la dimensión ambiental

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

Dificultades

Apoyos

Necesidades

1. Conclusiones generales

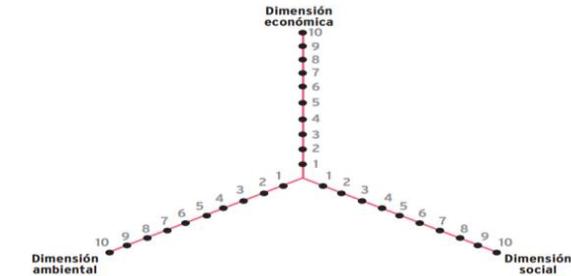
En este punto se describen unas conclusiones generales donde, además de destacar los puntos fuertes y las oportunidades de mejora identificados en cada área, se valorará la posición relativa de la empresa respecto a las tres dimensiones. Así, se identificará el grado de implantación de prácticas de gestión en el ámbito de la metodología por parte de la organización o empresa.

Una vez realizado el trabajo sobre cada una de las dimensiones, incluyendo el decálogo y los indicadores, llega el momento de realizar una valoración global de la situación de partida de la empresa respecto a la Responsabilidad Social Empresaria con un enfoque sostenible.

Este primer apartado persigue expresar en forma gráfica y visual la situación de la empresa

3.1 Valoración global

Este primer apartado persigue expresar en forma gráfica y visual la situación de la empresa



en materia de RSE. Para ello, utiliza un gráfico de tela de araña en el que se representan los valores promedio obtenidos en la valoración de percepción cualitativa para cada una de las tres dimensiones.

Para elaborar este gráfico, el primer paso será calcular las medias aritméticas obtenidas en la percepción cualitativa para cada una de las tres dimensiones. La opción más sencilla es recoger los datos de las tablas que hemos elaborado para cada dimensión y trasladarlos a una tabla general en la que “en filas” aparezcan los diez enunciados de cada decálogo y -en columnas- las tres dimensiones valoradas.

Tabla 29 Resultados del diagnostico

Resultados del diagnóstico. valoración global.

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

Dimensión Social

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

El siguiente paso para la construcción del gráfico será trasladar los datos promedio a un modelo de tela de araña, en el que cada uno de los tres ejes corresponderá a una de las dimensiones del análisis: económica, ambiental y social.

Ilustración 1 las tres dimensiones del diagnóstico

Fuente: recopilado de (Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2020)

Establecer un criterio final

2. Buenas prácticas

Otro de los subcapítulos relevantes dentro del apartado de conclusiones generales será la identificación de las buenas prácticas de la empresa.

Formalmente, se considera buena práctica la “acción o conjunto de acciones que, fruto de la identificación de una necesidad, son sistemáticas, eficaces, eficientes, sostenibles, flexibles, y están pensadas y realizadas por los miembros de una organización con el apoyo de sus órganos de dirección.

En términos más concretos, consideraremos buenas prácticas a las actuaciones ya realizadas, demostrables, voluntarias, que estén más allá del cumplimiento legal y tengan una dimensión estratégica en la empresa.

Esta definición deberá corresponder a las que hayan sido **valoradas en el diagnóstico de la siguiente forma:**

- Con una valoración cualitativa de 7 o superior (en la escala 1-10).
- Se encuentren dentro de las fases C (Chequeo) en la escala PDCA.

Tabla 30 Ficha de buenas prácticas

Ficha de buenas prácticas <i>Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico</i>
Dimensión;
Título; <i>Una palabra o frase sintética que permita identificar el área de mejora con facilidad</i>
Descripción; <i>Las claves del comportamiento de la empresa en esta materia que han llevado a identificarla como área de mejora</i>
Enunciado del decálogo con el que está relacionada;

Fuente: recopilado de (Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2020)

3. Procesos de mejora

Dentro de un proceso de mejora continua que apoye cada particular estrategia de gestión y ayude en lo posible a mejorar la competitividad y el posicionamiento de la empresa en su entorno social y económico

Identificaremos como áreas de mejora aquellas que, **durante el diagnóstico, hayan generado los siguientes resultados:**

- Una valoración en la escala de percepción cualitativa de 4 a 6 (en la escala 1-10).
- Estén asignadas a la fase A (Ajustes) dentro del modelo PDCA.
- Tabla 31 Ficha de buenas prácticas

Ficha de buenas prácticas <i>Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico</i>
Dimensión;
Título;

Ficha de área de mejora <i>Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico</i>
Descripción; <i>Las claves del comportamiento de la empresa en esta materia que han llevado a identificarla como área de mejora</i>
Enunciado del decálogo con el que está relacionada;

Fuente: recopilado de (Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2020)

4. Áreas de mejora

Al igual que hemos hecho en el apartado anterior con la identificación de buenas prácticas, deberemos también detectar en el diagnóstico aquellos aspectos en los que la empresa está más débil, esto es, las áreas que necesitan mejorarse de forma prioritaria o áreas de mejora.

Este es un tema en el que se profundizará en la siguiente etapa de la intervención RSE y que trataremos con mayor detalle en la segunda fase de la Metodología. Es importante tener en cuenta que las áreas de mejora simplemente identifican los ámbitos en los que se evidencian debilidades, problemas o carencias. Estamos en la fase de diagnóstico y no se pretende aún buscar o aportar soluciones a dichos puntos débiles, algo que se trabajará en el Plan de Actuación.

Identificaremos como áreas de mejora aquellas que, **durante el diagnóstico, hayan generado los siguientes resultados:**

- Una valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior (en la escala 1-10).
- Estén asignadas a la fase P (Planificación) o inferior dentro del modelo PDCA.

Tabla 32 Ficha de área de mejora

Ficha de área de mejora <i>Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico</i>
--

Dimensión;
Título; <i>Una palabra o frase sintética que permita identificar el área de mejora con facilidad</i>
Descripción; <i>Las claves del comportamiento de la empresa en esta materia que han llevado a identificarla como área de mejora</i>
Enunciado del decálogo con el que está relacionada;

Fuente: recopilado de (Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2020)

5. Elaboración del informe de diagnóstico

Una vez finalizado el diagnóstico solo resta organizar un poco más toda la información y redactarla de forma sencilla, clara y sintética con el objeto de trasladársela a los principales grupos de interés de la empresa: trabajadores, clientes y principales proveedores. Garantizaremos así el cumplimiento de uno de los principios claves de la RSE: la transparencia. En una situación ideal, sería deseable que el informe de diagnóstico estuviera sujeto a posibles sugerencias, revisiones e indicaciones por parte de todos los interesados. De esta forma, el proceso será también participado y mejorará su apropiación por parte de todos los afectados, consiguiendo un doble efecto positivo:

Por un lado, reforzar y/o matizar las conclusiones, de cara a hacer un plan de actuación mejor enfocado y más realista.

Por otro, trasladar una imagen positiva y de interés por las aportaciones realizadas e involucrar a los grupos de interés en futuras acciones de mejora. Sin embargo, es importante desarrollar este esfuerzo de comunicación solo cuando ya exista un compromiso real por parte de la empresa de acometer acciones de mejora, ya que en caso contrario pueden generarse falsas expectativas que luego pueden volverse en contra.

Es por ello que todo el proceso debe conformarse como un ejercicio sincero, práctico y realista que repercuta positivamente en la gestión de las mejoras que se planteen en la segunda fase del proceso.

La versión definitiva de este informe general debería recoger los datos de la empresa y primeros apartados del diagnóstico (en particular la misión y visión de la empresa), además de las fichas de los decálogos cumplimentadas, los indicadores y los apartados de conclusiones que aparecen al final de cada una de las dimensiones.

De esta manera reforzaremos la participación que haya podido producirse y motivaremos a los interesados a seguir tomando parte en futuras fases del proceso. Llegados a este punto, la empresa ya habrá realizado su diagnóstico en materia de RSE y estará preparada para abordar la siguiente fase: el Plan de Actuación.

Apéndice. 4. Encuesta de la Metodología BID

1. Cuaderno de trabajo

2.1 Encuesta

Este documento se convierte a continuación en un verdadero cuaderno de trabajo. La persona responsable del diagnóstico en la empresa podrá en este mismo documento ir tomando notas, anotando evidencias y apuntando las reflexiones que surjan a lo largo de la realización de la aplicación;

- C. Lea atentamente y responda las siguientes preguntas con sinceridad.
D. Presente la evidencia de cada enunciado según corresponda.

Gracias por su colaboración.

Fecha: _____
COMPETITIVIDAD-0001

Código: UTC-
Dia/Mes/Año

Planeamiento estratégico (PE)

Procesos

11. La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

12. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

13. Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

14. El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
 () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
 () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
 () Una calificación **3** indica que está **documentado**

- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
 () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado**
(versión 2022)

Procesos

15. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

16. Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

17. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

18. Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Implementación

19. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Implementación

20. El planteamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cadena de Valor (CV)

Planificación

1. El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**

- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
- () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Planificación

2. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro previsible.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

3. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

4. 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.

Evidencias

manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacidad

6. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacidad

7. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**

() Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Mantenimiento

9. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos críticos los operarios de los equipos participan de su mantenimiento.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

10. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento predictivo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

11. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento productivo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

12. La empresa tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, así como lucro cesante adecuado.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

13. La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera de vital importancia para su supervivencia.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- () Una calificación **3** indica que está **documentado**

- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
 () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado**
(versión 2022)

Investigación y desarrollo

14. Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas y procesos de producción.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

15. La empresa dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnologías claves para su negocio.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

16. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de equipo y tecnología y modernización de su proceso de producción.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

17. Existen criterios formales para la planificación de la compra de materias primas, materiales y repuesto.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

18. Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
 () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**

- Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- Una calificación **3** indica que está **documentado**
- Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
- Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Aprovisionamiento

19. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

20. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

21. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

22. Hay un nivel óptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

23. El sistema de almacenamiento y administración de inventarios garantiza adecuados niveles de rotación, uso y control de estos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

24. Con periodicidad programada se compara inventario físico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Ubicación de infraestructura

25. La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribución del producto terminado.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- Una calificación **0** indica que **no existe**
- Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- Una calificación **3** indica que está **documentado**

- Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
 - Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**
-

Ubicación de infraestructura

26. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aseguramiento de la Calidad (AC)

Aspectos Generales

1. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

() Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Aspectos

Generales

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

5. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

6. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

7. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Merchandising (M)

Mercado Nacional, Mercado y ventas

1. El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e índices de gestión claramente definidos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**

- () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Mercado Nacional, Mercado y ventas

2. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

3. La empresa conoce los segmentos del mercado en que compete, su participación, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

4. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

5. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

6. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

7. Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

8. Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**

Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Mercado Nacional, Mercado y ventas

9. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

10. La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Servicios

11. El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Servicios

12. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Servicios

13. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Distribución

14. La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Distribución

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

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

- Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Distribución

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

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Contabilidad y finanzas (CF)**Monitoreo de costos y contabilidad**

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

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Monitoreo de costos y contabilidad

2. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Monitoreo de costos y contabilidad

3. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

4. La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

5. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

6. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

7. La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

8. Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

9. Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- Una calificación **0** indica que **no existe**
- Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**

- Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- Una calificación **3** indica que está **documentado**
- Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
- Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Normas legales y tributarias

10. La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

11. La empresa tiene una planificación tributaria definida, conoce los montos aproximados por pagar en el periodo gravable de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Talento Humano (TH)

Aspectos Generales

1. La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos Generales

2. La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos Generales

3. Existe una junta directiva que lidera la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- Una calificación **0** indica que **no existe**

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

Aspectos Generales

4. 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.).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacitación y promoción del personal

5. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacitación y promoción del personal

6. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

() Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Salud y seguridad industrial

11. La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

12. La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

13. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

14. La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Gestión Ambiental (GA)

Políticas

1. En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Políticas

2. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Políticas

3. La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- Una calificación **0** indica que **no existe**
- Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**
- Una calificación **3** indica que está **documentado**

- Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
- Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Políticas

4. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Estrategia para proteger al medio ambiente

5. La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Estrategia para proteger al medio ambiente

6. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Concientización y capacitación

7. Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Administración del desperdicio

8. 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.

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Administración del desperdicio

9. La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.

Evidencias**Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación**

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

Sistema de información (SI)**Planeación**

1. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planeación

2. La empresa esta actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planeación

3. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- () Una calificación **0** indica que **no existe**
- () Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- () Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**

- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
- () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
- () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado (versión 2022)**

Entradas

4. Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Entradas

5. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

6. Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salidas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salidas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salidas

10. 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.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

- Una calificación **0** indica que **no existe**
- Una calificación **1** indica que **existe; sin presentar las evidencias**
- Una calificación de **2** indica que está **en proceso de documentación**

- () Una calificación **3** indica que está **documentado**
 () Una calificación **4** indica que está **documentado y difundido**
 () Una calificación **5** indica que está **documentado, difundido y actualizado**
(versión 2022)

3. Presentación y análisis de la información recogida

3.1 Mapa de competitividad

Tabla 33 Resultados mapa de competitividad

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			

Fuente: Elaboración propia con base en (Saavedra García, 2012)

3.2 Diseño de un plan de mejoramiento

Una vez realizado el proceso de aplicación del instrumento del mapa de competitividad del BID se diseña del plan de mejoramiento donde se deben tener en cuenta las calificaciones de las áreas, y los recursos con los que cuenta la empresa.

Para cada debilidad encontrada se deben diseñar acciones correctivas, el medio de verificación de los resultados y el lapso de tiempo en el que debe ser alcanzado.

El mapa de competitividad del BID propone presentar el plan de mejoramiento en un cuadro descriptivo donde;

Tabla 34 Plan de mejoramiento

	Acciones		Plazo

Debilidad o Necesidad	Actividad	Tarea	Medio para verificar el indicador	

Fuente: Elaboración propia con base en (Saavedra García, 2012)

Entonces; las debilidades nacen del diagnóstico previamente realizado en la empresa, las acciones correctivas están comprendidas por actividades que se deben realizar y la tarea específica para cada actividad; el medio de verificación de los resultados es lugar donde se van a ver reflejadas las mejoras obtenidas por la empresa y el lapso de tiempo depende de la urgencia de la debilidad para ser realizada en la empresa.

10.2.1 Estrategias de implementación

Aquí se proponen cada estrategia por áreas, que están señaladas en el ítem 1.4.1 en la tabla 1, dichas estrategias son propuestas por los encuestadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi;

