



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
EMPRESAS TURÍSTICAS DE OCIO Y RECREACIÓN CANTÓN SALCEDO,
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

Autor:

Porras Peralvo Alex Omar

Tutor:

Sampedro Arrieta Milton Alberto

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Porras Peralvo Alex Omar, con cédula de ciudadanía No. 0503799785, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi”, siendo el Ingeniero Mg. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Tutor del presente trabajo; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 14 de febrero del 2023



Alex Omar Porras Peralvo
Estudiante
CC: 0503799785



Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
Docente Tutor
CC: 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 **PORRAS PERALVO ALEX OMAR** identificada/o con C.C. N° **0503799785**, de estado civil **soltero** y con domicilio en Salcedo, 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 **“Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, 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- febrero 2023

Aprobación en Concejo 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 ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi”**

CLÁUSULA SEGUNDA. – 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.

Alex Omar Porras Peralvo
EL CEDENTE


Dr. Fabricio Tinajero Jiménez
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 OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Porras Peralvo Alex Omar, de la carrera de Licenciatura en 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

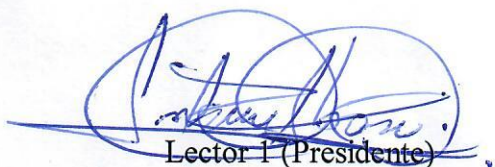
CC: 0602636987

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, la postulante: Porras Peralvo Alex Omar, con el título de Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO, 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.

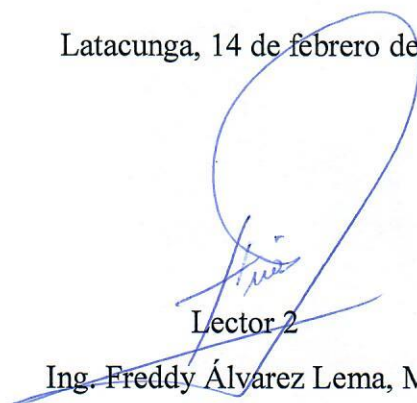
Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 14 de febrero del 2023



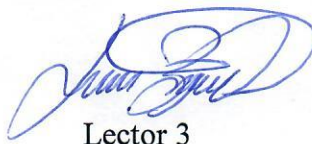
Lector 1 (Presidente)

Lcdo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mg.
CC: 1103989669



Lector 2

Ing. Freddy Álvarez Lema, Mgs.
CC: 1712930328



Lector 3

Lcda. Norma Benavides Zura, Mg.
CC: 1002669644

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, Agradezco a Dios por ser el que guía mi camino a Bloto c137 inspiración para seguir adelante, y a la vez agradezco a la “Universidad Técnica de Cotopaxi”, por brindarme la oportunidad de estudiar en tal noble institución, A mi tutor de Tesis el ingeniero Milton Sampedro, por su esfuerzo y dedicación como docente, de igual manera agradezco a mis docentes de la carrera de licenciatura en Turismo que fueron parte de mi formación académica.

Alex Omar Porras Peralvo

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia, a Bloto c-137 el me demostró que siempre puedes iniciar otra vez me hizo dar cuenta las cosas grandes que puedo llegar hacer me cambio la manera de ver el mundo y si ya estoy aquí porque no intentarlo trabajar para cumplir mis sueños o morir en el intento izí Papá nomas diré Aea.

Alex Omar Porras Peralvo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO PROVINCIA DE COTOPAXI”

Autor: Alex Omar Porras Peralvo

RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo en el cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, la misma que tuvo como objetivo el análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas de ocio y recreación del cantón. La investigación tiene un enfoque metodológico cuantitativo ya que se recaba datos con el fin de lograr una interpretación de resultados con base porcentajes del área de estudio. En los objetivos se aplicó el método deductivo y analítico de manera que el método permitió realizar un primer análisis y recopilación de información primaria y secundaria a través de encuestas y entrevistas con los dueños de cada empresa, en el cual se identificó el estado actual del área de estudio, de este modo se pudo identificar que el cantón estas 5 empresas de ocio y recreación que se encuentran distribuidas por el cantón para medir la sostenibilidad se utilizó la metodología innovarse que se divide en 3 dimensiones, económico, social y ambiental cada una consta de 10 preguntas los resultados se analizaron por rango y promedio puntaje de sostenibilidad del 1 al 10, el puntaje promedio de las 5 empresas es: (1.46, 1.46, 1.4, 1.70, 1.76), de mejora en la competitividad se utilizó la metodología del BID que se divide en 8 dimensiones que son planeación estratégica, producción y compras, aseguramiento de la calidad, comercialización contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, sistemas de información, con 103 preguntas en la variable competitividad los puntajes van desde: (0% - 100%), ubicando a 4 empresas turísticas de ocio y recreación en el rango (0% a 20%), competitividad muy baja, y de (21% a 40%) 1 empresa competitividad baja se destaca por su control de gestión de sus operaciones. cabe señalar que la nota final depende de la documentación presentada. en la correlación se utilizó la metodología de Spearman sus resultados de las 5 empresas si existe correlación debido a que las 5 empresas tienen porcentajes similares muy bajos por tanto significa que no hay trabajo interno empresarial ni externo sostenible para proponer las estrategias se utilizó toda la matriz FODA externa e interna el FODA CRUZADO, análisis estratégico, todo esto sirvió para tener las principales estrategias para que los dueños de las empresas de ocio y recreación pongan en práctica en las diferentes áreas como planeación estratégica, cadena de valor las finanzas entre otras y así consigan dar un mejor servicio como también satisfacer las necesidades de los turistas elevando su rentabilidad.

Palabras clave. Salcedo Empresa Sostenibilidad competitividad Turismo

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

**THEME: ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF
LEISURE AND RECREATION TOURISM COMPANIES IN THE CANTON
SALCEDO PROVINCE OF COTOPAXI**

AUTHOR: Alex Omar Porras Peralvo

ABSTRACT

The present investigation was carried out in the Salcedo canton, Cotopaxi province, the same one that had as the analysis of the sustainability and competitiveness of the leisure and recreation companies of the canton. The research has a quantitative methodological approach since data is collected in order to achieve an interpretation of results based on percentages of the study area. In the objectives, the deductive and analytical method was applied so that the method allowed a first analysis and compilation of primary and secondary information to be carried out through surveys and interviews with the owners of each company, in which the current state of the area was identified. of study, in this way it was possible to identify that the canton these 5 leisure and recreation companies that are distributed throughout the canton to measure sustainability, the innovate methodology was built, which is divided into 3 dimensions, economic, social and environmental, each one consists of Out of 10 questions, the results were analyzed by range and average sustainability score from 1 to 10, the average score of the 5 companies is: (1.46, 1.46, 1.4, 1.70, 1.76), for improvement in competitiveness the methodology of the IDB that is divided into 8 dimensions that are strategic planning, production and purchasing, quality assurance, marketing, accounting and finance, human resources, management environmental information, information systems, with 103 questions in the competitiveness variable, the scores range from: (0% - 100%), placing 4 leisure and recreation tourism companies in the range (0% to 20%), very low competitiveness , and from (21% to 40%) 1 low competitiveness company stands out for its management control of its operations. It should be noted that the final grade depends on the documentation presented. In the transformation, the Sepearman methodology was modified, its results of the 5 companies do exist connections because the 5 companies have very low percentages, therefore it means that there is no sustainable internal or external business work to propose the strategies, the entire SWOT matrix was achieved external and internal the crossed SWOT, strategic analysis, all this associated to have the main strategies for the improvement of the companies in terms of the competitive and sustainable progress of the project that must be applied immediately in the leisure and recreation companies of the canton Salcedo of the province of Cotopaxi.

Keywords. Salcedo Company Sustainability Competitiveness Tourism

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
ÍNDICE DE APÉNDICES.....	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
5. OBJETIVOS	6
5.1. Objetivo General	6
5.2. Objetivos Específicos.....	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	7
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	8
7.1 Marco Legal	8

7.1.1 La Ley de Turismo del Ecuador	8
7.1.2 Permiso de funcionamiento en establecimientos actividad turística	10
7.1.3 Reglamentos de la actividad turística	11
7.2 Turismo	11
7.3 Mercado turístico.....	12
7.4 La oferta	13
7.5 Demanda.....	14
7.6 Empresas turísticas	15
7.7 Empresas de ocio y recreación	15
7.8 Turismo ocio y recreación.....	16
7.9 Recreación	17
7.10 Sedentarismo.....	18
7.11 Actividad física.....	18
7.12 Actividad recreativa	19
7.13 Ocio	19
7.14 Turismo de ocio.....	19
7.15 Desarrollo sostenible y competitivo	19
7.16 Sostenibilidad.....	20

7.17 Metodologías para evaluar la sostenibilidad.....	20
7.18 Medir la sostenibilidad.....	21
7.19 Aplicar sostenibilidad.....	29
7.20 Turismo sostenible.....	29
7.21 Competitividad	30
7.22 Metodologías para medir la competitividad	31
7.23 Aplicar competitividad.....	31
7.24 Medir la competitividad.....	36
7.25 Turismo competitivo	36
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	37
8.1 Preguntas científicas.....	37
9. METODOLOGÍAS	38
9.1 Descripción del área de estudio.....	38
9.2 Protocolo de Investigación	40
9.3 Población de estudio	41
9.5 Método deductivo	41
9.6 Instruments de recolección de datos.....	41
9.7 Metodología INNOVARSE.....	42

9.8 Metodología BID para medir la competitividad del BID.....	43
9.9 Proceso de aplicación	46
9.9.1 Investigación bibliográfica	46
9.9.2 Catastro turístico de ocio y recreación.	47
9.9.3 Investigación de campo	47
9.9.4 Sistematización de datos.....	49
9.9.5 Cuadros estadísticos descriptivos.....	49
9.9.6 Estadística SPSS	49
9.9.7 FODA	50
9.9.7.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	53
9.9.7.2 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	53
9.9.7.3 Matriz FODA.....	54
9.9.7.4 Matriz FODA Cruzada	55
9.9.7.5 Matriz FO FA DO DA.....	56
9.9.7.6 Resumen estratégico	56
9.10 Pruebas estadísticas de correlación	56
9.11 Estrategias de mejora.....	57
10.1 Sostenibilidad.....	57
10.2 Dimensión económica.....	58
10.3 Dimensión ambiental.....	59
10.4 Dimensión social	60

10.5 Competitividad	61
10.5.1 Planeamiento estratégico	62
10.5.2 Cadena de valor	63
10.5.3 Aseguramiento de calidad	63
10.5.4 Merchandising	64
10.5.5 Contabilidad y finanzas	65
10.5.6 Talento humano	66
10.5.7 Gestión Ambiental.....	67
10.5.8 Sistemas de información.....	68
10.6 Competitividad y Sostenibilidad	69
10.6.1 Complejo Nagsiche	70
10.6.2 Complejo Playa del Río.....	71
10.6.3 Complejo El Chaparral	71
10.6.4 Complejo Manantial de Vida.....	72
10.7 Correlaciones	72
10.9 Matriz FODA	78
10.10 Valoración Matriz MEFE	78
10.11 Valoración matriz MEFI	78
10.12 Matriz de la gran estrategia.....	79
10.13 Análisis estratégico	79
10.14 Matriz de resultados.....	79

10.15. Proposición de estrategias para las empresas	88
11. IMPACTOS.....	89
11.1 Impacto social	89
11.2 Impacto económico.....	89
11.3 Impacto Ambiental.....	89
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
12.1 Conclusiones.....	90
12.2 Recomendaciones.....	91
13. REFERENCIAS	92
14. APÉNDICES	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios directos e indirectos.....	3
Tabla 2 Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	7
Tabla 3. Metodologías para evaluar la sostenibilidad	22
Tabla 4. Metodologías para medir la competitividad.....	32
Tabla 5. Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem	43
Tabla 6. Mapa de competitividad del BID, áreas y sub-áreas	44
Tabla 7. Tabla de ponderación y calificación final	45
Tabla 8. Tabla de propuestas de mejora	46
Tabla 9. Registro establecimientos de recreación turístico del cantón Salcedo	47
Tabla 10. Matriz MEFE Factores externos.....	51
Tabla 11. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	53
Tabla 12. Matriz FODA normal	54
Tabla 13. Matriz ejemplo de FODA cruzado	55
Tabla 14. Resultados de la aplicación SPSS	73
Tabla 15. Matriz de evaluación externa.....	75
Tabla 16. Matriz FODA	80
Tabla 17. Resultados valoración MEFE.....	81
Tabla 18. Resultados valoración MEFI.....	82
Tabla 19. Matriz estratégico.....	83
Tabla 20. Análisis estratégico.....	85
Tabla 21. Matriz de resultados FODA.....	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa político del cantón salcedo.....	39
Figura 2. Mapeo establecimientos recreación del catón Salcedo	48
Figura 3. Gráfico estadístico de la dimensión económica	59
Figura 4. Gráfico estadístico de la dimensión ambiental.....	60
Figura 5. Gráfico estadístico dimensión social.....	61
Figura 6. Gráfico estadístico de competitividad de Planeamiento estratégico	62
Figura 7. Gráfico estadístico de competitividad del área de Cadena de Valor.....	63
Figura 8. Gráfico estadístico de competitividad del área de Aseguramiento de Calidad	64
Figura 9. Gráfico estadístico de competitividad del área de Merchandising.....	65
Figura 10. Gráfico estadístico de competitividad del área de Contabilidad y Finanzas.....	66
Figura 11. Gráfico estadístico de competitividad del área de Talento Humano.....	67
Figura 12. Gráfico estadístico de competitividad del área de Gestión Ambiental	68
Figura 13. Gráfico estadístico de competitividad del área de Sistemas de Información	69
Figura 14. Gráfico estadístico de medias de cada variable competitivo y sostenible.....	70

ÍNDICE DE APÉNDICES

Anexo 1 Hoja de vida del equipo de investigación	99
Anexo 2 Preguntas de las metodologías	101
Anexo 3 Anexos fotográficos.....	109
Anexo 4 Instrumento aplicado.....	111
Anexo 5 Aval de traducción	112

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio

Octubre 2022

Fecha de finalización

Enero 2023

Lugar de ejecución.

Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi

Institución, facultad y carrera que auspicia

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

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

Carrera: Licenciatura en Turismo.

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

Nombres de equipo de investigadores (Apéndice #1)

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta. Mg.

Número de cédula: 0602636983

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

Número telefónico: 0984509069

Nombres y apellidos: Alex Omar Porras Peralvo

Número de cédula: 0503799785

Correo electrónico: alex.porras9785@utc.edu.ec

Número telefónico: 0995122773

Área de Conocimiento

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

Línea de investigación: Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sub – línea: Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El turismo es un tema que se ha tornado cada vez más interesante a nivel mundial, motivo por el cual varios países buscan día tras día desarrollarse, ya sea para continuar manteniendo su posición en el mercado, o para ser mejores.

Para Santamaría y López (2019) la expansión del fenómeno turístico en las últimas décadas continuará hasta convertirse en el sector comercial más relevante del mundo. es un punto que se ha vuelto cada vez más fascinante en todo el mundo, razón por la cual algunas naciones buscan crecer, ya sea para mantener su situación al acecho, o para ser mejores, un destino turístico para ser verdaderamente competitivo debe al mismo tiempo ser sostenible, no solo de forma económica sino también ecológica, social, cultural y políticamente.

Narvárez et al. (2013) menciona que un destino turístico competitivo debe generar varios beneficios a largo plazo, en ese sentido tomando como referencia el estudio de competitividad realizado, las empresas pueden generar principalmente tres tipos de beneficios en el cantón como: beneficios económicos, sociales, y medioambientales.

Una vez identificado los componentes, variables e indicadores se estimará el índice de sostenibilidad y competitividad sectorial para su posterior contribución al crecimiento de mencionado sector, con un aporte de información veraz para descubrir en líneas generales las fortalezas y debilidades que poseen, con la intención de aplicar estrategias para avanzar dentro del mercado en el que se desenvuelven.

De esta forma se ampliarían las posibilidades de fortificar la ventaja competitiva y sostenible de las empresas del sector.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a las parroquias que conforman el cantón Salcedo se señala los beneficiarios de este proyecto de investigación quienes de manera directa e indirecta podrán hacer uso de la información que se obtendrá plasmada mediante los resultados obtenidos, de tal modo que permita el crecimiento del cantón dentro del ámbito turístico, social, económico entre otros.

Tabla 1.

Beneficiarios directos e indirectos

BENEFICIARIOS INDIRECTOS	CANTIDAD
Población de Salcedo	Hombres: 24.405
	Mujeres: 26.899
<hr/>	
BERNEFICIARIOS DIRECTOS	
Establecimientos Recreativos	5 establecimientos registrados
Turistas nacionales y extranjeros	2.808

Nota. Información sobre beneficiarios, datos adaptados de Moya (2014)

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel mundial la percepción de la sostenibilidad es bastante errónea ya que según Jiménez (2006) menciona que la sostenibilidad está enfocada en la economía dejando al medio ambiente con daños irreversibles con esto aleja las posibilidades del bienestar de las personas y su entorno.

La sostenibilidad en las empresas de los países subdesarrollados tienen la ausencia de datos e investigaciones sustanciales de la verdad en curso de los pequeños y medianos emprendimientos que aborda un impedimento para la mejora empresarial factible en la

sostenibilidad económica, social y ambiental conduciendo a un estado de vulnerabilidad donde estos se vuelven normales, realidad que ha sido un tema típico en América Latina desde hace bastante tiempo, circunstancia que es la misma en Ecuador, influyendo en su seriedad como país en el área empresarial, sin tener la opción de crear organizaciones sostenibles que logren un desarrollo para convertirse en enormes organizaciones que sumen al diseño útil y a la época tanto de riquezas como de trabajo de cada una de las empresas que existen en el país.

Debido a los problemas para acceder a datos importantes para las organizaciones, existe una ausencia de información sobre la variable sostenible dentro de las perspectivas económica, sociales y ambientales relacionadas con la sostenibilidad empresarial, lo que dificulta la toma de decisiones dentro de las organizaciones y perjudica a las partes interesadas que existen a su alrededor.

Al igual que en todo el Ecuador el catón Salcedo provincia de Cotopaxi tiene un bajo nivel de información respecto a las empresas turísticas de ocio y recreación por lo tanto hace difícil saber su sostenibilidad que con lleva a diferentes problemas empresariales en el sector muchas de estas detienen sus proyectos al cabo de 2 años.

Para Lascurain y López (2013) la competitividad es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo empresarial.

Para estos autores hay un problema al momento de hablar de competitividad ya que muchas entidades sobreexplotan recursos con el fin de mantenerse en el mercado siendo competitivos, esto se deriva de las exigencias del entorno económico actual que se encuentra dentro del proceso de globalización.

Así mismo, la competitividad no solo se puede medir en agentes económicos de gran tamaño, al contrario, puede ir desde países hasta empresas, es decir se puede cuantificar a nivel macroeconómico o microeconómico.

Según Montúfar y Balseca (2015) el Ecuador se ubica en el puesto 97 de entre 137 países con un Índice de Competitividad Global (ICG) de 3.91, según el Reporte de Competitividad Global 2017-2018, elaborado por el Foro Económico Mundial, en 2016, el país alcanzó el puesto 91 de entre 138 países. Mediante esto se debe tomar conciencia en tener información actualizada de cómo llevar la competitividad en la empresa e identificar fortalezas y disminuir las debilidades para tener un mejor aprovechamiento de los recursos.

El principal problema radica en los escasos estudios de medición de competitividad y la evaluación de la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas del sector turístico, trayendo consigo diversas causas como: la falta de conocimiento de los Gobiernos Provinciales en tener información técnica que permita asignar recursos en áreas que potencien las actividades de cada parroquia del cantón Salcedo; descuido por parte de la entidad que regula las empresas turísticas.

En este contexto se induce un escaso posicionamiento en el mercado; las empresas del sector no están al tanto de las fortalezas que se pueden potenciar y las debilidades que se pueden identificar, para así, brindar un mejor servicio y marchar hacia un mejor desarrollo del sector turístico dentro de sus respectivas parroquias.

Para llevar a cabo la investigación, se tomará en consideración a 5 empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo dedicadas a ofrecer distintos servicios como: complejos turísticos, parques recreativos, entre otros.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Analizar la sostenibilidad y competitividad, a través de la estadística inferencial, para proponer estrategias de mejora en las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

5.2. Objetivos Específicos

Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

Medir la competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

Proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

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

Tabla 2

Sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

OBJETIVO	ACTIVIDADES	RESULTADO	MÉTODOS DE VERIFICACIÓN	DE
Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.	Identificación de población de estudio. Elaborar un cronograma de salidas de campo. Elaborar el mapeo de ruta. Aplicar las encuestas en base a la metodología Innovarse a los dueños o gerentes de las empresas de ocio y recreación del cantón Salcedo. Sistematizar la información recolectada en las salidas de campo a través de los instrumentos de recolección de datos. Realizar gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las dos variables de estudio SPSS.	Estado de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo en el enfoque sostenible.	Apartado 10. Resultados Apartado Sostenibilidad Gráficos 11 – 12 – 13 Gráfico general 14	10.1
Medir el nivel de competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.	Identificación de población de estudio. Elaborar un cronograma de salidas de campo. Elaborar el mapeo de ruta. Aplicar las encuestas en base a la metodología BID a los dueños o gerentes de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo. Sistematizar la información recolectada en las salidas de campo a través de los instrumentos de recolección de datos. Realizar gráficos estadísticos con los resultados de las encuestas. Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las dos variables de estudio SPSS.	Estado de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo en el enfoque competitivo.	Apartado 10. Resultados Apartado Competitividad Gráficos 15 – 16 – 17 Gráfico general 14	10.2
Proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.	Elaborar un análisis FODA MEFE - MEFI Identificar los problemas a partir de los resultados estadísticos y proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo.	Elaborar estrategias de desarrollo y mejora turística en el área de ocio y recreación.	Apartado 10.3 Resultados FODA Gráficos 15 – 16 – 17 Gráfico general 14	

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1 Marco Legal

Las empresas de ocio y recreación de manera general se rigen a la ley y reglamento turístico y de recreación en donde existen ciertos parámetros que tienen que cumplir para su acorde funcionamiento y servicio turístico.

La fundamentación científica técnica del presente trabajo de investigación se centra en el despliegue de los conceptos que analicen las empresas ocio y recreación del cantón Salcedo, como herramienta parte de los procesos formativos del individuo a lo largo de su vida y como aporte fundamental al desarrollo científico y tecnológico de la sociedad, con el objetivo de disminuir las brechas sociales y tecnológicas que mantienen al país en la dependencia de grandes potencias mundiales

El presente trabajo investigativo está basado en fundamentaciones científicotécnicas para su ejecución.

7.1.1 La Ley de Turismo del Ecuador

En el reglamentos de la ley de turismo del Ecuador en el artículo número 1 menciona que tiene por objeto determinar el marco legal 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, y el artículo 2 de la ley de turismo del Ecuador, turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintitos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011)

Según el artículo 4 de la ley de turismo del Ecuador, La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística
- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado
- Fomentar e incentivar el turismo interno
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo, inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011)

Según lo expuesto en el artículo 33 de la Ley de Turismo del Ecuador, los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Según el artículo 5 de la Ley de Turismo del Ecuador, Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

7.1.2 Permiso de funcionamiento en establecimientos actividad turística

A fin de dar cumplimiento a la misión del Ministerio de Turismo, de fomentar la competitividad turística garantizando un servicio de calidad, la Coordinación Zonal 1 del Ministerio de Turismo (MINTUR) motiva la regulación, registro y control de establecimientos turísticos informando a todas las personas que deseen constituir establecimientos como restaurantes, bares, discotecas o sitios de alojamiento.

Para lo cual deberá llenar una solicitud de registro y presentar los requisitos como es la copia certificada de la escritura de Constitución el nombramiento del representante legal así también como el certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual una copia del Registro Único de Contribuyentes y Fotocopia de la cédula de ciudadanía (R.U.C.) y del certificado de votación también se deberá poner la lista de precios, inventario y de bienes valorados del establecimiento como la fotocopia del contrato de compra

El MINTUR permite legalizar los establecimientos con estas pautas ya que al inaugurar un negocio sin los permisos respectivos este será cerrado y multado sabiendo que sin estos permisos no puede funcionar con normalidad.

7.1.3 Reglamentos de la actividad turística

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2011) indica que los complejos vacacionales cobrarán una tarifa especial por persona como remuneración por el hospedaje diario, tarifa en la que estará comprendida, además del alojamiento, la pensión alimenticia y el uso y goce normal de todas las instalaciones y servicios del establecimiento, con excepción del Campo de golf, Pista de tenis, Bolos, Alquiler de caballos, embarcaciones y demás material y equipo deportivo, este autoriza el cobro de un valor adicional por la utilización de los citados servicios o de otros que a su criterio no se encuentren incluidos dentro de la tarifa por hospedaje.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (2011) señala en su reglamento interno que todos los complejos vacacionales tendrán un reglamento de régimen interno, el cual deberá ser aprobado por el Ministerio de Turismo, figurará en un lugar destacado de la recepción y contendrá las disposiciones a las que deberán sujetarse los huéspedes, a su vez se determinara las condiciones de funcionamiento del alojamiento, los derechos y deberes de los clientes, los horarios de los diferentes servicios y más regulaciones para la utilización de los mismos.

7.2 Turismo

Para Wallingre y Salinas (2018) la industria de viajes contiene los ejercicios abrazados por los individuos durante sus movimientos y estancias en lugares distintos de su clima estándar, por un plazo de un año continuo, para la recreación, negocios y otros fines.

Ecuador es pionero en coordinar en el ordenamiento jurídico la propuesta de conocer la industria de los viajes, la Constitución Política vigente del Estado ecuatoriano asegura la idea obligatoria de garantizar el giro público y la reordenación imparcial de los bienes y la abundancia para llegar al Gran Vivir.

El Estado adicionalmente asegura la felicidad respecto a los privilegios de cada individuo dentro del dominio ecuatoriano.

Según Loor et al. (2018) la industria del viaje consciente como una industria del viaje electiva relacionada con el fordismo actual que busca separarse de la industria del viaje de masas, de la industria del viaje del sol y del océano; comparte la manera de pensar de la industria del viaje electiva, de la industria del viaje abierta, de la industria del viaje económica y de la industria del viaje social; con una definición que envuelve la obligación social, la manejabilidad, el clima y la ética.

A decir de Muñoz (2015) los sistemas sociales y ecológicos están involucrados en el manejo del turismo en áreas protegidas, lo cual resulta dinámico y complejo. Además, la implementación requiere de instituciones (Ej. Estructuras y mecanismos sociales de cooperación que gobiernan el comportamiento de los individuos) que sean capaces de conectar los diferentes niveles de organización social y política.

7.3 Mercado turístico

Para Muñoz (2015) se debe mantener la estabilidad sociopolítica, presentar un nivel adecuado de seguridad ciudadana y mantener un cierto nivel de coherencia económica son medidas suficientes para impulsar la demanda turística y consolidar el crecimiento del turismo internacional en una nación, infundiendo un sentimiento de confianza en los turistas potenciales.

Para Ferreira et al. (2010) las actitudes, uno de los factores más significativos en las decisiones de compra, son un componente fundamental de todo el proceso de adquisición de un producto turístico. Se reflejan en el entorno del turismo a través de las elecciones que hacen los visitantes.

Según Ferreira et al. (2010) al analizar las preferencias de los clientes es posible predecir sus comportamientos de compra, en este ámbito se destacan las ventajas asociadas a la segmentación basada en las preferencias de los consumidores-turistas, o sea, basándose en un proceso de segmentación a posteriori (post hoc) en detrimento de una segmentación a priori, basada en variables socio-demográficas.

7.4 La oferta

Para Cardona (2014) los residentes consideran que hay un conjunto de productos turísticos muy aceptables, productos moderadamente aceptables y productos con problemas de aceptación. Dentro del primer grupo tenemos ofertas relativamente nuevas, que permiten explotar atractivos infrautilizados y desestacionalizar, aunque son cuantitativamente poco significativas. Vemos una cierta relación entre el grado de aceptación de la oferta y el grado de interacción con la comunidad local que implica cada tipo de turismo, la oferta turística representa una oportunidad de valor para quienes ofertan diferentes productos y servicios, actualmente las empresas y negocios tratan de posesionarse en el campo mercantil.

En el caso de los cantones de estudios utilizan estrategias de promoción turística para así atraer al visitante al destino que cuenta con los recursos necesarios y que además brinda las condiciones adecuadas para desarrollar cualquier tipo de actividad e incluso para alojarse en el destino si llegara a darse la oportunidad.

A decir de Bonilla y Bonilla (2006) la estacionalidad se ha convertido en un problema de larga duración que afecta a muchas actividades y a muchos destinos turísticos siendo una cuestión muy relevante a tener en consideración por los gestores turísticos.

Estos autores, sostienen que la estacionalidad es una preocupación constante de los responsables de marketing de los destinos turísticos, que buscan programas específicos para

mantenerla dentro de unos límites. extienden este esfuerzo por reducir este fenómeno a los sectores tanto público como privado, debido a sus implicaciones en el empleo y la inversión.

Para Escalona et al.(2012) el desarrollo actual del turismo se fundamenta en ventajas competitivas creadas en los mismos territorios que se sostienen en la capacidad de innovar, la prestación de servicios, la calidad de los productos, los niveles de seguridad, los productos diferenciados, la calidad ambiental, la diversificación de mercados, la generación de nuevos productos con altos estándares de calidad y el fortalecimiento de la oferta turística.

7.5 Demanda

Según Narvárez y Fernández (2010) el concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Para Morillo (2011) la demanda es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere para ser dirigido a los turistas, con el objetivo de satisfacer las necesidades de esparcimientos, tiempo libre y otros; además para disfrutar de las facilidades turísticas de un determinado lugar y que sea de opción libre para que el turista pueda sentirse cómodo para desarrollar algún tipo de actividad relacionada al medio en el que se encuentre.

A decir de Gómez (2004) los turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. Por ello, son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés ya que, a través de la identificación de los modelos

de demanda, se busca –además de la ya mencionada homogeneización conceptual que facilite la elaboración de estadísticas para formular adecuadas estrategias de marketing.

7.6 Empresas turísticas

Para Lastra y Cabanilla (2020) cuando se habla de servicio y empresas turísticas es un producto emergente como consecuencia de los cambios que se han producido en la sociedad en los últimos años. Estas transformaciones han generado asimismo importantes cambios a la hora de enfrentarse al patrimonio y la cultura. Lo cual muchas empresas optan por generar ingresos mediante el turismo saben que es una rama muy productiva y lucrativas. Según Flores (2011) el estudio de la competencia en la actividad turística ha sido abordado tradicionalmente desde un enfoque macroeconómico, basado en las teorías clásicas del comercio internacional. Como consecuencia de ello, existe un déficit histórico de trabajos de investigación sobre la empresa turística, en general y su competitividad, en particular. No obstante, como sigue apuntando este mismo autor, existen otra serie de razones, entre las cuales cabe destacar la inconsistencia doctrinal de los escasos trabajos que se han realizado sobre la empresa turística, debido fundamentalmente a la incorrecta conceptualización de la misma y, por consiguiente, del propio sector turístico.

7.7 Empresas de ocio y recreación

A decir de Tortosa (2011) las primeras empres de Ocio y Recreación en Estados Unidos se ofrecieron en Departamentos de Educación Física a principios del siglo XX Paulatinamente, las titulaciones en Educación Física fueron ofreciendo más asignaturas relacionadas con la recreación como actividades en la Naturaleza.

En contribución Aguilar (2012) indica que la práctica y la experiencia del tiempo libre, el ocio y la recreación en México se identifican con el proceso de mestizaje, que durante tres siglos de colonización y con la coexistencia de diversas culturas indígenas han dado

como resultado la configuración y supervivencia de una vida comunitaria particular, de la conservación de lenguas, de creencias, de tradiciones, de fiestas, de bailes y expresiones culturales que han estado vigentes en nuestra vida cotidiana y extraordinaria actual, y que son parte de las manifestaciones del tiempo libre, el ocio y la recreación personal y comunitaria.

7.8 Turismo ocio y recreación.

Cheibub y Melo (2010) mencionan que el turismo es una iniciativa del Servicio Social y tiene como objetivo ofrecer a muchas personas la oportunidad de conocer los principales puntos turísticos e instalaciones recreativas de una localidad, cuando un viajero elige un destino cultural tiene una clara intención de aprender de esta experiencia, en este contexto el contenido del viaje puede ser muy variado, pero siempre precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo y puede adoptar múltiples fórmulas combinables entre sí.

Para Orduna y Urf (2010) la gama de contenidos del turismo cultural es tan amplia como diversas y complejas son las manifestaciones de la cultura en cada destino turístico, y así cabe hablar de turismo Urbano (desde el turismo desarrollado en ciudades Patrimonio de la Humanidad, donde el atractivo es todo el conjunto urbano hasta poblaciones que cuentan, de antiguo o no, con un elemento cultural tractor de gran envergadura que les convierte en ciudades culturales); Monumental, arqueológico, funerario; Etnográfico; Artístico (motivado por lugares o eventos de carácter musical, pictóricos, literarios, bibliográfico, hasta biográfico e incluso literarios espacios inventados); Científico (donde el destino está en estaciones biológicas, yacimientos arqueológicos, vinculado a personajes científicos); Gastronómico y enológico; Industrial (motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles); Religioso y Místico (lugares energéticos, sitios emblemáticos o de peregrinación para alguna religión).

A decir de Faria y Gomes (2013) las dificultades conceptuales que rondan a las palabras ocio, recreación y términos similares, tales como animación sociocultural y tiempo libre, entre otros. Muchas veces esos términos son utilizados indistintamente, generando equívocos conceptuales, contradicciones y variados problemas de comprensión.

Para estos autores es posible constatar una pluralidad de sentidos y significados atribuidos al ocio y la recreación en los países de América Latina, lo que pudiendo ser un incentivo para la ampliación de comprensiones, en muchos casos, paradójicamente termina comprometiendo la profundización y avance de los conocimientos en este campo de estudios.(Faria & Gomes, 2013)

7.9 Recreación

Según Carrion (2016) en la calidad de vida de una persona influyen diversos factores; siendo todas aquellas experiencias que producen placer, pertenecen a la educación no formal que contribuyen en el desarrollo integral del participante, que son llevadas a cabo en su tiempo libre de forma voluntaria, dentro de los distintos tipos de actividades recreativas se encuentran las dinámicas o las físicas, que contribuyen en forma directa en el crecimiento y desarrollo físico de la persona, entre las que se encuentran los deportes, juegos y actividades físicas, pasatiempos, música, artes y manualidades, danza, drama y la recreación al aire libre, mental y social.

Para este autor la recreación es un término muy amplio, como se ha visto en el apartado anterior, existiendo diferentes concepciones y teorías que dependen del ámbito desde el que se analiza, dando lugar a su vez a diferentes teorías. Estas concepciones se engloban atendiendo fundamentalmente a tres aspectos de la recreación: concepción sociológica, psicológica o teorías. (Carrion, 2016)

7.10 Sedentarismo

Para Escalante (2011) el sedentarismo es uno de los problemas que afrontan la salud pública de las naciones del orbe. Se entiende por vida sedentaria aquella en la que no está implícita una actividad física regular, las personas que lo practican sufren de fatiga generalizada, no por causa de una afección, si no al estado físico en que se encuentran y el ajetreo diario los deja agotados.

Según Escalante (2011) las personas sedentarias poseen razones para justificar la falta de ejercicio, como son: la falta de tiempo, de interés, de habilidad, de energía, de dinero, pero la que predomina es la falta de motivación.

7.11 Actividad física

Para Matsudo (2012) es toda aquella actividad que requiere de algún grado de esfuerzo tal como lavarse los dientes, trasladarse de un lugar a otro para satisfacer sus necesidades, limpiar la casa, lavar el carro, hasta realizar un deporte de alto rendimiento y muchas otras más que realiza el ser humano diariamente. la comprende como una gran variedad de acciones que va desde casi una completa relajación hasta llegar a la ejecución de destrezas de compleja estructuración.

Según Escalante (2011) la actividad física dependerá de la etapa de la vida en la que está la persona, en sus inicios es el juego, en la juventud es el deporte y en la adultez se combinan estas experiencias en deferentes Actividad física es toda aquella actividad que requiere de algún grado de esfuerzo tal como lavarse los dientes, trasladarse de un lugar a otro para satisfacer sus necesidades, limpiar la casa, lavar el carro formas de expresión y de desarrollo físico y mental Actividad física, ejercicio físico, dos conceptos que se usan como sinónimos, todo ejercicio físico que se realiza es actividad física pero no toda actividad física es ejercicio físico.

7.12 Actividad recreativa

Según Calero et al. (2016) las actividades físico deportivas y de recreación contribuyen a regular el proceso de forma positiva, dado que, entre otros aspectos, incrementa la percepción de competencia y de relación con el medio, poseyendo un efecto motivacional, lo que conlleva a impactar positivamente en la calidad de vida de las personas.

7.13 Ocio

Faria y Gomes (2013) interpretan al ocio desde la psicología social, como la denominación más apropiada para aquella parte del tiempo fuera de la jornada laboral, dedicado a actividades que no tienen relación con el trabajo concreto que se realiza, tales como el descanso, la recreación u otras concebidas libremente por el sujeto.

7.14 Turismo de ocio

Según Faria y Gomes (2013) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros aquí se hace referencia a visitantes, que por su parte son clasificados como turistas y excursionistas. Los turistas son aquellos que permanecen en el destino por un período superior a 24 horas e inferior a un año, mientras que los excursionistas son aquellos que permanecen en el destino por un período inferior a 24 horas, sin pernoctar.

7.15 Desarrollo sostenible y competitivo

Para Medeiros et al. (2020) la competitividad, por su parte, se constituye como el objetivo de la dimensión económica, cuya interacción con las dimensiones social, ambiental y político-institucional, conforma el proceso del desarrollo sostenible. Por otra parte, las Cumbres Internacionales han definido también planes de acción en los cuales se indica claramente que se está moldeando un enfoque de desarrollo con evidentes implicaciones

económicas, sociales, ambientales e institucionales para la agricultura del hemisferio, ello exige la adopción de estrategias y políticas integrales para la modernización de la agricultura que se apoyen en tecnologías ambientalmente sostenibles y que mantengan concordancia con una estrategia social dirigida a mejorar la calidad de vida de la población rural.

7.16 Sostenibilidad

Según Ávila (2018) la sostenibilidad es un concepto integrador muypreciado, por cuanto se adapta a cualquier lugar geográfico que se esté analizando, se adecúa a los diferentes objetivos que se estén considerando, tiene en cuenta las presentes y futuras generaciones, pero, sobre todo, retoma la necesidad nuevamente de concebir al hombre como parte integrante de la biosfera..

En contribución Linares y Garrido (2014) indican que la sostenibilidad del desarrollo turístico y su estrecha relación con la región donde se desenvuelve, hace del sector una aproximación al análisis sistémico, que resulta, por ende, de la suma de eventos que tienen que ver con la satisfacción del turista y con la disposición de todos los medios disponibles para que ello sea posible.

7.17 Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Como resultado se puede evidenciar que la sostenibilidad en su gran mayoría de metodologías se analiza tres factores principales. Ambiental, económico, y cultural, además de ellos la evaluación sostenible puede estar reflejada de manera interna o externa como es el caso de algunas metodologías que evalúan el tipo de actividad, y el entorno que se rodea.

Sin embargo existen diferentes metodologías que hacen énfasis en el análisis político, ya que al verificar las distintas normativas están deben de tener un amparo y protección al ambiente y cuidado de recursos, al momento de realizar la actividad turística.

Metodologías que se detallan en la Tabla 3.

Por otra parte Rabadán y Luffiego (2000) mencionan que la sostenibilidad nunca ha sido extraña al hombre, numerosas civilizaciones han intuido la necesidad de preservar los recursos para las generaciones futuras, por ejemplo, los indígenas norteamericanos denominan a un lago con un nombre que significa: «Nosotros pescamos en nuestro lado, vosotros pescáis en vuestro lado, y en medio no pesca nadie.

7.18 Medir la sostenibilidad

Paternoster (2011) indica que la gravedad de la situación, es de imperiosa necesidad que el sector privado contribuya a la consecución del crecimiento sostenible. Para ello las empresas deben dejar el antiguo paradigma empresarial y transformarse en empresas sostenibles. Ser una empresa sostenible será por tanto el objetivo que deberán perseguir las organizaciones si queremos aspirar a un desarrollo sostenible, la cualidad empresarial que nos permitirá alcanzar.

Tabla 3.*Metodologías para evaluar la sostenibilidad*

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Índice de Desarrollo Sustentable	Mónica Andrea Cortés V. Mary Luz Muñoz Z. Martha Lucía Quintero G. Francisco Javier Sánchez E.	2018	Integrar temas económicos y sociales, y medio ambiente	Se define como el promedio ponderado de los tres indicadores
Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística	Luciano Barcellos de Paula	2011	Un modelo inicial de desarrollo de la industria turística de alcance limitado, orientado a mejorar la calidad de vida de la población local y a proteger su patrimonio natural, social y natural	Encuesta sobre la sostenibilidad de la actividad turística realizada en Viñales mediante la aplicación de una serie de indicadores para establecer una progresión de propuestas para trabajar en la sostenibilidad de la actividad turística
Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial	Luciano Barcellos de Paula	2011	La sostenibilidad tendrá como base la Teoría de los grupos de interés.	Los principales desafíos a las que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad y una vez identificados estos desafíos, en la metodología encuentra las soluciones para planteamientos a partir de las aplicaciones de modelos de la lógica borrosa
Sistema productivo turístico y desarrollo local	Ana Gloria Madruga Torres	2021	El interés reciente en el estudio de la dimensión económica del turismo requiere un acercamiento de fondo a los aspectos socioculturales de las localidades con vocación para desarrollar esta actividad	tiene dimensiones de análisis del turismo: social, cultural, económica, física, institucional y sistémica, el artículo que se presenta responde al análisis de la dimensión económica de la actividad
Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores	Hildegard Montero Fábregas José Arrieta Madrid Rafael Oyaga Martínez	2017	La implementación de un sistema de indicadores. El discurso sobre la sostenibilidad en el ámbito turístico se ha diseminado, para este se ha implementado a nivel global, la utilización de este sistema, instrumento.	Un listado de doce indicadores, los cuales se organizaron en cuatro dimensiones: ambiental y uso del territorio, socio-cultural, económica y político- administrativa, como sugiere el Comité de Desarrollo Sustentable de las Naciones.

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica	José Gregorio Aguiar López	2017	La motivación de la exploración es planificar indicadores de mantenibilidad, a la luz de los datos por la OMT y el GSTC, propios de los alojamientos de cinco estrellas	Los nombres de los alojamientos elegidos para este estudio se han suplantado por letras, para salvaguardar su clasificación funcional La técnica aplicada es de la cosmovisión cuantitativa, plan no exploratorio, tipo de campo, nivel esclarecedor
Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón	Álvarez Raquel Luis Valdés Peláez	Díaz, 2016	La propuesta de un sistema de indicadores para el análisis del desarrollo turístico sostenible de destinos municipales. Una vez establecida una base conceptual en torno a los principales temas tratados, el turismo sostenible y la utilización de indicadores como herramienta de medición, se propone un sistema basado en determinadas referencias bibliográfica	Concluir esta metodología planteada y mirar los resultados obtenidos, se observa que, a grandes rasgos, Gijón es un municipio que ya realiza acciones en torno a la sostenibilidad turística y se puede observar una evolución hacia la misma
Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza	Sara Aranda Raúl Bosque Lardiés	Medrano 2014	Durante las dos últimas décadas, el rápido crecimiento del turismo y de las infraestructuras y servicios relacionados con esta actividad ha sido importante en el municipio de Zaragoza, por lo que es importante conjugar dicho crecimiento con criterios de sostenibilidad ambiental.	Basado en el ámbito ambiental del concepto de desarrollo sostenible, en este artículo se propone un sistema de indicadores sobre turismo sostenible, con el fin de disponer de un instrumento de gestión que facilite la ejecución del crecimiento sostenible.
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible.	Rodney Torres	Paul 2017	El crecimiento de la sostenibilidad se ha dado desde la que se necesita innovar con los productos nuevos de bienes y servicios que se han venido desarrollando a lo largo del tiempo, generando así efectos nocivos en el medio ambiente y en la salud de las personas	El declive del turismo que han sufrido en los últimos años por el desgastamiento de atractivos de las zonas turísticas debido a las malas prestaciones de servicios y en vista de la generación económica que promueve el turismo

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México	Georgina Jatzire Arévalo Pacheco Hilda R. Guerrero García Rojas Carlos Francisco Ortiz Paniagua	2015	La examinación actual está conectada con la acción del bienestar de la industria del recorrido usando las aguas calientes que buscan la sostenibilidad que incorpora este movimiento	Por lo tanto, a través de la estructura de evaluación de los activos reglamentarios de los marcos que refuerzan la marca de vigilancia (MESMIS), se evalúa la capacidad de gestión de la acción de los cazadores desde un punto de vista ecológico, social y monetario. Estos datos se utilizan para seguir tomando decisiones que redunden en beneficio de la satisfacción personal de la población.
Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México	Lourdes Castillo Villanueva María Angélica González Vera Bonnie Campos Cámara David Velázquez Torres José Luis Ferman Almada Alejandro García Gastelum	2014	La evaluación y observación de la mejora económica de las zonas frente al mar son básicas para comprender las dificultades a las que hay que hacer frente, así como para decidir las técnicas que deben llevarse a cabo para abordarlas.	Se propone una estructura razonable y un modelo de marcadores para evaluar la mejora de una zona frente al mar. Se ha creado el expediente de mejora gestionable de Mahahual.
Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio	NACIONES UNIDAS COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE – CEPAL	2021	Se propone una agrupación amplia de estas administraciones, teniendo en cuenta no sólo las realizadas por la acción humana (denominadas administraciones ecológicas humanas), sino también las que se prestan comúnmente (administraciones naturales), ya que ambos tipos suponen una contribución <u>imprescindible para el sector de los viajes</u>	Se recomienda que el coste de las administraciones ecológicas naturales tenga en cuenta los valores de uso y no uso y, en última instancia, los valores de elección y presencia

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Complejidad, desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones sobre el modelo P-E-R (Presión-Estado-Respuesta) y la necesidad de aproximaciones transdisciplinarias	MTRO. Alfonso González Damián	2004	La proposición estratégica que abrazamos para ampliar las marcas de la mejora razonable de la industria de viajes bajo un enfoque de marcos intrincados.	La expectativa es aproximarnos hacia la elaboración de un modelo hipotético que permita avanzar hacia la verdad que en sí misma es alucinante para avanzar hacia la satisfacción del objetivo general del examen a partir del cual se determina este trabajo: "Coordinar proyectos de exploración en los ámbitos monetario, espacial, social, ambiental y regulatorio.
Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación	Badii, M.H., A. Guillén, J.L. Abreu, Y. Toribio E. Fernández	2018	Se introduce una recuperación de los signos de mejora manejable en sus cuatro tomos primarios (ecológico, monetario, social y político). Cuando procede, se hace referencia a las condiciones comparativas de cada uno de ellos. Se describe el uso de cada uno de los indicadores mencionados	A lo largo de la historia la sociedad humana ha vivido 3 etapas principales: la cazadora recolectora (nómada), agrícola (sedentaria) e industrial. En todas estas etapas, el ser humano ha mostrado una tendencia a procurar mejorar su calidad de vida, sin embargo, las antiguas sociedades tenían un estrecho vínculo con la naturaleza, aprendiendo de ella, ajustando sus necesidades para convivir en armonía con ella
Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México	Reyna María Ibáñez Pérez	2010	Para cuantificar el nivel de efecto creado por los ejercicios de la industria de viajes en el clima regular, social y financiero, diferentes asociaciones mundiales avanzan en la utilización de marcadores.	La intensificación de dichos esfuerzos no es efecto de la casualidad, sino que se fundamenta principalmente en la enorme importancia económica, social y cultural que la actividad turística ha adquirido en gran número de países
Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos.	Reyna María Ibáñez Pérez	2018	El objetivo de esta exploración fue cuantificar el nivel de sustentabilidad de la industria turística y el compromiso de Cabo Pulmo, Baja California Sur (BCS), México, con la prosperidad vecinal.	Aunque son escasos los exámenes públicos sobre la industria turística en pequeñas redes cercanas a la costa, es obviamente cierto que la estimación de los marcadores es un dispositivo extremadamente valioso para saber hasta qué punto se consienten o no las metodologías propuestas.

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos para la Evaluación Integrada de los Destinos Turísticos.	Hermys Lorenzo Linares María Elena Betancourt García Caridad Falcón Rodríguez	2019	En la actualidad, la mantenibilidad de los lugares de vacaciones se ha convertido en una preocupación constante, así como los archivos y estructuras más útiles para su evaluación. Este documento presenta las ideas clave ocultas la evaluación coordinada de la mantenibilidad, investiga varios encuentros y modelos de evaluación, y propone otra metodología para la evaluación incorporada de la mantenibilidad de las objeciones de los viajeros a largo plazo, a la luz de los acontecimientos cercanos. mejora.	Con la utilización de Head Part Examination [PCA] y otros aparatos factuales, proponemos la estimación de un archivo coordinado de ingeniería de la sustentabilidad objetiva, que va más allá de la visión sectorial de los modelos pasados, al incluir, además de los marcadores de la industria del viaje, indicadores vecinales que reflejan el compromiso de la industria del viaje con las áreas; así como ofrecer instrumentos para planificar de forma manejable los procedimientos de mejora de la industria del viaje desde las administraciones civiles estatales para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol	Damián, Ionela Mihaela	2016	El área de la industria de viajes depende de cambios constantes que provienen tanto del avance de la acción real como del clima en el que se crea. La industria de viajes tiene una enorme capacidad para crear desarrollo monetario y, simultáneamente, afecta progresivamente al objetivo.	Impulsar el avance de la industria de viajes al tiempo que se disminuyen las consecuencias adversas de esta acción se ha convertido en una de las extraordinarias dificultades a las que se enfrentan organizadores, legisladores, organizaciones confidenciales y científicos.
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo	Márquez, G., Toselli, C., Villanueva, R. M., Takáts, A. M., Cardoso da Silveira, P. R., Martins Guimarães, G.,	2015	El objetivo principal del emprendimiento, ha sido solidificar un espacio interinstitucional de reflexión y examen para el análisis y el intercambio de encuentros sobre la utilización de instrumentos para evaluar y medir la sustentabilidad - sociocultural, ecológica y monetaria - en locales viajeros.	Los locales elegidos fueron la explotación regular de Las Piedras, Gualaguaychú, Entre Ríos, Argentina; y el sitio arqueológico situado en una región rústica, llamado São Miguel de las Missões, Rio Grande do Sul, Brasil.

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local	Javier Mendoza Jiménez Raúl Hernández Martín	2017	A pesar de la importancia creciente de la sostenibilidad en el turismo, su medición no cuenta todavía con una metodología con amplio consenso internacional, particularmente en el ámbito local.	Este trabajo desarrolla una metodología para construir un sistema de indicadores sobre la sostenibilidad turística que incluye no solamente los aspectos internacionalmente comparables de la sostenibilidad sino también los aspectos específicos del destino.
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis	Verónica Macario de Oliveira, Carla Pasa Gómez, Gesinaldo Ataíde Cândido	2013	Este artículo hipotético se basa en el examen bibliográfico y propone un conjunto de modelos para comprobar la mantenibilidad en el sector de los viajes. A la luz de los indicadores de gestionabilidad examinados en las investigaciones se introduce un conjunto de reglas para evaluar los indicadores que componen los tres elementos de la gestionabilidad en el sector de los viajes, tal y como los expresa el creador: la garantía de la vida humana; el apoyo a la capacidad útil de la sociedad; y el mantenimiento de las opciones de mejora y de vida	A partir de ahora, el clima empresarial está alterando los modelos de administración de los distintos ejercicios financieros. La emergencia natural desatada a partir de la década de 1970 muestra la necesidad de un giro razonable y el debate depende de los estándares de valor y ajuste que consideran predominantemente los aspectos monetarios, sociales y ecológicos. El sector de los viajes es un ejemplo de acción financiera que ha adquirido importancia en esta situación única.
Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia	Mónica Andrea Cortés V. Mary Luz Muñoz Z. Martha Lucía Quintero G. Francisco Javier Sánchez E.	2018	Se presenta un modelo de evaluación de la sostenibilidad para las organizaciones especializadas en el sector turístico (OET) que trabajan en el Parque Público Natural Tayrona, Magdalena, Colombia. Para su realización se utilizaron encuentros sobre grandes prácticas realizadas por los TSP en parques regulares.	Esta encuesta permitió avanzar en el perfeccionamiento de un examen cuantitativo, en el que se evaluó la mantenibilidad de las PST, a la luz de un modelo medible para el desarrollo de un registro total ponderado.

Continuación de Metodologías para evaluar la sostenibilidad

Metodología	Autor	Año	Ventajas	Criterio
Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México	Branly y Olivier Salomé, América L. Rodríguez Herrera, Rocío López Velasco, Roberto Cañedo Villareal Miguel Ángel Valera Pérez	2015	La conexión entre la tensión, el estado y los factores de reacción relacionados con el modelo de mejora de la industria de viajes de Acapulco y su nueva oferta de la industria de viajes, Punta Diamante, presentan las cuestiones de sustentabilidad y manejabilidad en el mediano y largo plazo que podrían influir en el movimiento de la industria de viajes en este puerto.	En esta nueva área de mejoramiento viajero en Acapulco, el control de habitación en esta área selectiva ha desalojado las redes provinciales anteriores, los cambios en el uso de suelo y la densificación de habitación ha provocado un lento desmoronamiento ecológico, social y monetario de las redes campestres que se encontraban espacialmente incluidas dentro de este giro, sin embargo minimizadas desde la disposición de las administraciones metropolitanas de los nuevos ejercicios financieros y sociales vigentes en el nuevo diseño regional.

Fuente: Adaptado de varios autores

7.19 Aplicar sostenibilidad

Según Ramos et al. (2020) la sostenibilidad es un eje transversal que permite a las compañías gestionar su cadena de valor considerando el equilibrio entre lo social, ambiental y económico. Por lo que el desafío está en entender que la sustentabilidad es un camino, y no la meta, ya que en una cadena de valor son distintas áreas las que suman, y la sustentabilidad es parte de todas ellas, por ello la sostenibilidad debe abordarse transversalmente, desde el primer eslabón de la cadena de abastecimiento hasta el consumidor final y el post uso

7.20 Turismo sostenible

Para Alcívar y Bravo (2017) el turismo sostenible como alternativa de desarrollo social y comunitario ha sido adoptado y ejecutado en varios sitios de interés, pese a que no es fácil acoplarse a un modelo sostenible que quiere la conservación de los recursos naturales y culturales, más aún cuando se conocen los grandes pasos y esfuerzos de las comunidades por atraer turistas en visión de mejorar su estilo de vida, los cuales en muchos casos abarcan la transformación del recurso cultural, es por ello que esta investigación aborda teóricamente la cultura como componente del turismo sostenible, de tal forma que sea económicamente viable y que el patrimonio no se vea afectado o transformado de forma negativa por la afluencia de turistas a los sitios de interés.

Según Alcívar y Bravo (2017) el turismo no es ni un fenómeno ni un simple conjunto de industrias, es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos.

A decir de Pérez (2017) el turismo actualmente está cobrando fuerza y poco a poco se transforma en una parte importante de la economía de los países que tienen inclinación turística, así como, de su desarrollo humano y de la sociedad, por lo que es importante ubicarlo donde impacta directamente y así proponer nuevas tendencias de hacer turismo donde los aspectos sociales, económicos y ambientales se puedan conjugar para hacer del turismo una actividad con mucha mayor influencia que la que tiene actualmente.

En contribución Cardoso (2006) indica que la ejecución de los principios de la sostenibilidad al turismo es una referencia esencial en los pasos de desarrollo y promoción de los destinos potenciales y de reestructuración de los destinos actuales. Existe, sin embargo, una dicotomía entre la amplia difusión del concepto del turismo sostenible y las limitaciones de los progresos alcanzados.

7.21 Competitividad

Según Altamirano et al. (2019) las empresas, está creciendo con frecuencia a parte estas incrementen su esfuerzo tecnológico y de innovación para revertir los efectos de la apertura y la globalización, elevar la competitividad a fin de generar empleos mejor remunerados y crear empresas de base tecnológica, la selección que efectúa el turista entre distintos destinos turísticos alternativos para vacacionar, depende en realidad de un juzgamiento subjetivo en el cual considera una serie de factores.

Para Ramírez et al. (2014) a, la percepción que tenga de cada uno de los destinos considerados, en cuanto a la capacidad de los mismos para satisfacer sus motivaciones de viaje. Entendiendo por percepción en este caso, al proceso mediante el cual el turista selecciona, organiza e interpreta la información que recibe sobre los destinos, y que le permite formarse una imagen mental de ellos.

A decir de Quintero et al.(2021) el conjunto de factores psicológicos inconscientes que hacen que el turista tenga un determinado comportamiento respecto al viaje, afectan el potencial competitivo de los destinos, algunos de ellos de manera involuntaria, como en el caso de la localización geográfica, la seguridad, la concienciación del turista, la imagen, la marca y la relación costo/ valor del destino.

7.22 Metodologías para medir la competitividad

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

Además de ello la competitividad también llega desde la parte comercial, mercado, cliente, instituciones, proveedores, y su relación con los recursos y entorno natural. Metodologías que se detallan en la tabla 4

7.23 Aplicar competitividad

Según López y Sisa (2020) para aplicar la competitividad toma en cuenta la cultura, nivel de desarrollo tecnológico, adaptabilidad empresarial y nivel de compromiso que se tenga para la correcta implementación, siendo así que, en Europa, por las facilidades tecnológicas, es más factible su implementación, mientras que para Ecuador representa una oportunidad de desarrollo y posicionamiento organizacional.

Tabla 4.*Metodologías para medir la competitividad*

Metodología	Autor	Año	criterio
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales	Efraín De La Hoz Ángel González Alfredo Santana	2016	Se desarrolló una revisión de la literatura relacionada con la orientación exportadora, para identificar factores clave en la competitividad exportadora. Con esta información se diseñó y validó un test de medición
Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes	Urrutia Silva Roark Geraldina Paravie Diana	2013	El mismo se aborda por medio de dos enfoques complementarios, uno basado en actividades y otro basado en recursos. Como paso previo a posteriores investigaciones, se selecciona una muestra probabilística de empresas metalmeccánicas
Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial	Aracelly Buitrago Mejía	2019	Se consolidan los aspectos que debe cumplir una microempresa para ser competitiva, consistentes en procesos de dirección, operativos, y de apoyo
Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme Latinoamericana	María Luisa Saavedra García	2012	(La logística.)El método seguido consistió en la revisión de la literatura acerca de la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos que han intentado medirla, con el fin de identificar los indicadores que se utilizarían en la metodología propuesta.
Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial	Yoel Ramón Sarmiento Reyes	2021	(Competitividad e innovación.)El objetivo general del artículo consiste en presentar una propuesta para la medición de la competitividad empresarial mediante variables que responden a la propuesta de dimensiones.
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)	Arévalo Hernández José Luis	2015	(Cabria, 2004)El panorama para las pequeñas y medianas empresas en Colombia por lo general se aproxima al de las Pyme en América Latina
Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014	Jaime Luis Cadena Echeverria	2017	(Cabria, 2004)Con este método se determinó el nivel de competitividad de las Pymes del sector Turismo en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), para finalmente sugerir estrategias para que las Pymes sean más competitivas e incentivar el compromiso de los actores involucrados con el turismo, como son: Gobierno Nacional, Aparato público, Empresa Privada, Academia, Organismos Internacionales, artesanos, comunidades, etc.

Continuación Metodologías para medir la competitividad

Metodología	Autor	Año	criterio
Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria	Rainer Giran Humberto Vargas	2008	(gestión)La investigación comprende un estudio documental y de campo de tipo descriptivo, en ya cual participaron expertos y 15 empresas para su validación, lográndose identificar los factores que autores y expertos consideran claves para el éxito organizacional del sector.
Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas	Juan D. Sepúlveda Ch, Lourdes I. Meriño S	2010	Para el desarrollo de este trabajo se identificaron los principales referentes teóricos a partir de la revisión de artículos publicados en bases de datos y revistas indexadas con los cuales se realizó un estudio de concurrencia mediante la aplicación de un algoritmo de inteligencia artificial.
Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos	Camilo Clavijo	2020	La competitividad empresarial es, por decirlo de un modo, la capacidad de subsistencia de una empresa y por ello también es la base de cualquier desarrollo o crecimiento en un negocio.
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo	Víctor Medeiros	2019	Se utiliza la metodología de análisis envolvente de datos para generar medidas de competitividad.
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio	Ponce, Janina M Pastor, Jonathan R	2020	Son determinados los requisitos de exportación, restricciones de acceso al mercado, asumiendo caso de estudio. Se aplican estudios cualitativos, descriptivos explicativos y caso de estudio. Se concluye generalizar estos modelos al resto de las Pymes de idéntica naturaleza comercial, adaptados al contexto particular.
Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California	Manuel Alejandro Ibarra Lourdes Alicia González Torres	2017	La metodología es de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis.
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad	Dra. María Luisa Saavedra García Dra. María del Rosario Demumer Flores	2020	El método de investigación es empírico con un alcance descriptivo y correlacional, se trabajó con una muestra de 400 PYME recolectando datos a través de un trabajo de campo, se aplicó el mapa de competitividad del BID
Innovación y Competitividad Empresarial	Eduardo Santiago Bernasconi Melucci	2015	Bajo este enfoque, las organizaciones han tomado conciencia de que los productos y servicios que ofrecen deben cumplir unos parámetros predefinidos de calidad, y que esa calidad es lo que las hace competitivas frente al resto de organizaciones.

Continuación Metodologías para medir la competitividad

Metodología	Autor	Año	critério
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en Pymes durante el Covid-19	García Monsalve Jennifer Johana Cruz Tarrillo José Joel	2015	Es de tipo básico con un alcance descriptivo correlacional. El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal. Los participantes de estudio son 200 gerentes.
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo(Perú)	Benites Gutiérrez Ruff Escobar	2020	El objetivo de esta investigación fue analizar la situación competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial	Luis Aníbal Álvarez Barragán	2021	Este artículo analiza las metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad de las empresas del sector textil y de las confecciones de Medellín
Estudios de Competitividad	Amado Olivar3es Leal Josefina Ochoa Ruiz José Angle Coronado	2014	En los últimos años, ha entrado en etapa de industrialización, ya que cuenta con tres parques industriales de aproximadamente unas 500 empresas
Competitividad en las Organizaciones	Leonardo Vázquez Rueda Mirna Sulema Oleta	2018	Las empresas seleccionadas están ubicadas en La Urraca, El Vainilla, La Tuna, San Francisquito, Loma de Monterrey y Escamillas, todas comunidades rurales de la sindicatura de Villa Unión, en el municipio de Mazatlán, Sinaloa.
Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos	Rodrigo C. González Martin D, Mendieta	2009	Este artículo pretende enfocar la discusión sobre la conceptualización de los aspectos que hacen a la competitividad de los destinos turísticos, a partir de una revisión de los enfoques conceptuales y visiones sobre el tema que han guiado el pensamiento económico sobre el tema en los últimos veinte años.
Factores e indicadores de competitividad Hotelera	Millán García Carlos Hugo Gómez Diaz	2018	El presente estudio de carácter teórico se realiza a partir de una revisión de literatura de estudios empíricos realizados en diferentes países, de los cuales se extraen indicadores empleados para su medición en el hotelería y la información que aportan para su interpretación en función de la competitividad
El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico	Adelaida Lillo Bañuls Ana Belén Ramón Rodríguez	2007	Ello ha supuesto la necesidad de estudiar qué nuevos factores y estrategias garantizan la competitividad de las empresas del sector. Entre otros, es sin duda indispensable analizar el papel clave del capital humano turístico como estrategia competitiva en un nuevo contexto internacional.

Continuación Metodologías para medir la competitividad

Metodología	Autor	Año	criterio
Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México.	Oscar Mares Hugo Martin Moreno	2021	El cual, mediante análisis descriptivo, inductivo, no experimental y transversal en el tiempo, documenta la entrega de valor al gestionar un proyecto PRODEP desplegado en su primera fase, considerando una prueba piloto cuyo objetivo es el uso intensivo de TI con la finalidad de mejorar procesos productivos
Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico	Mercy Lolly Narváez Castro Gladys Fernández De Hurtado	2013	La metodología combina los diseños documentales y de campo, dispuestos como estrategias de recolección de información
Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano	Armando Ramon Santos	2011	Como resultado se obtuvo una metodología de gestión de los distintos niveles de competencias que se expresan en esas empresas, en la cual es fundamental la asunción del concepto de competencia del cargo manifiesta en las NC antes referidas
Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial	Ramírez Molina Reyneir Israel	2018	Con una metodología de tipo descriptivo transeccional de campo

Fuente: Adaptado de varios autores

7.24 Medir la competitividad.

(Padilla,2006.) afirma que.

A decir de Saavedra (2012) la competitividad es analizada también a nivel de empresa, sector o aglomeración empresarial La competitividad de una empresa es evaluada en comparación con la misma empresa en otra región y otro país. La mayoría de las medidas de competitividad que se usan a nivel de empresa pueden ser aplicadas a nivel de industria. Una empresa que presenta tasas de retorno arriba del promedio, en un ambiente de clara competencia, puede ser considerada competitiva.

7.25 Turismo competitivo

Según Chávez et al. (2013) un destino turístico que ha desarrollado una visión de lo que pretende ser, que la ha compartido con los distintos grupos de interés que intervienen en él, que comprende sus fortalezas tanto como sus debilidades y ha establecido una estrategia de marketing que implementa exitosamente puede ser más competitivo que uno, que nunca se ha cuestionado el rol que cumple el turismo en su desarrollo económico y social.

Para Acerenza (2003) la globalización de los mercados en general y de la industria turística en particular han provocado un incremento sin precedentes del nivel de competencia entre los destinos turísticos, resultado de una agregación de factores tales como la internacionalización del capital, la expansión espacial de las grandes corporaciones turísticas (cadenas hoteleras, mayoristas y tour operadores) y la integración, cooperación y alianzas estratégicas que se dan entre éstas, así como de los procesos desregulación del transporte aéreo y de la actividad turística emprendidos por los países.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

8.1 Preguntas científicas

¿Existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi?

El resultado final del proyecto de investigación concluyó que, si existe correlación debido a que las 5 empresas tienen porcentajes muy bajos tanto en competitividad como en sostenibilidad lo que significa que no hay un trabajo interno empresarial ni externo sostenible.

¿Cuál es el índice de competitividad que tienen las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi?

El índice competitivo de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo se esclarecen en función a los resultados de la metodología BID, encontrándose todos en una escala de 0% a 20%, en un nivel de 1 a excepción de manantial de vida que está en la escala del 21% a 40%. Existen problemas generales que engloban una serie de actividades en cadena y se obtienen los mismos resultados, los problemas son internos por la mala dirección administrativa de las empresas.

¿Cuál es el índice de sostenibilidad que tienen las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi?

El índice de sostenibilidad varía en una escala mucho mayor en comparación a la competitividad, del 1 al 10, obteniendo una similitud de las 5 empresas en una escala del 1, justificando estas respuestas que la falta de evidencias y trabajo por parte de los establecimientos no tienen enfoques a las 3 dimensiones. Es por ello que al analizar las evidencias y verificar su cumplimiento ambiental tienen un índice sostenible más bajo.

9. METODOLOGÍAS

Para desarrollar el presente proyecto en función a la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación se puso en práctica un proceso de investigación metodológico, apoyado de un estudio bibliográfico del cantón Salcedo, 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 ocio y recreación. A continuación, se evidencia un detalle paso a paso de la utilización de la metodología:

9.1 Descripción del área de estudio

El levantamiento de información del área de estudio se obtuvo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Salcedo. El Cantón Salcedo se encuentra ubicado al Sur Oriente de la Provincia de Cotopaxi, su cabecera Cantonal es San Miguel de Salcedo se catonizó el 19 de septiembre de 1919. Su nombre es en honor al Manuel Antonio Salcedo sacerdote, tiene una superficie de 255 Km cuadrados. Limita al Norte con Pujilí, al Sur con Ambato y Píllaro, al este con la cordillera central de los Andes, Al Oeste con Pujilí, está bajo los 3000msnm corresponde a una zona templada con temperaturas entre 13 Y 20°C, y una zona de páramo (sobre los 3000msnm)

El cantón posee muchas zonas naturales, sitios históricos, sus fiestas, la gastronomía típica, sus artesanías, el folklore, infraestructura hotelera, de recreación, monumentales haciendas que esconden en sus muros los secretos del paso del tiempo principales razones

para que exista establecimientos en ocio y recreación. En cuanto a tradiciones el Cantón Salcedo es un lugar privilegiado por encontrarse ubicado sobre los antiguos asentamientos de los Panzaleos, por tal motivo la cultura continúa manteniéndose esencialmente aborigen; pero a medida que pasan los años va penetrando la influencia cultural extranjera con mayor facilidad en todas las manifestaciones de la vida social: idioma, religión, costumbres, artesanía, música y danza.

Parroquias urbanas.

San Miguel

Parroquias Rurales.

Cusubamba

Mulalillo

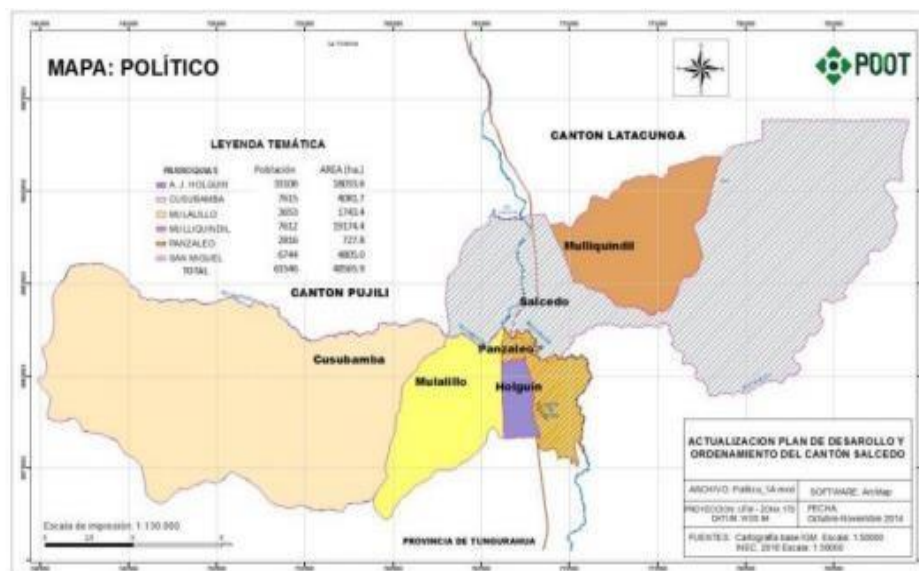
Panzaleo

Mulliquindil Santa Ana

Antonio José de Holguín

Figura 1.

Mapa político del cantón salcedo.



Nota. Información tomada de PDOT (2023)

Las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo identificadas en el catastro son 7 las cuales son:

Complejo Playa del Río

Complejo El Chaparral

Complejo Oasis

Complejo San Miguel

Complejo Quinta La Morenita

Complejo Manantial de Vida

Complejo Nagsiche

Para la aplicación de las encuestas fueron aprobadas 5 con categoría recreación al aire libre las empresas se dedican a las actividades de piscina, pesca deportiva, camping, senderismo, 4 de estas empresas adquieren recursos del medio para el funcionamiento de las mismas como son vertientes para el cambio de agua de las piscinas cuantas con buena accesibilidad vial, servicios básicos, con reglamentos al día y también cuentan de 2 a 3 empleados por empresa tienen un alto potencial para elevar el ámbito turístico sostenible y competitivo.

9.2 Protocolo de Investigación.

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

9.3 Población de estudio

El presente proyecto de titulación tiene una población de estudio de 5 establecimientos turísticos de ocio y recreación categorizados legalmente dentro del cantón Salcedo. Sustentabilidad y competitividad, y la hipótesis que queremos contrastar, para llegar a un alcance relacional.

9.4 Estadística inferencial

Para el presente proyecto se aplicó estadística inferencial utilizando dos variables, donde se determinó el proceso de intervalo, y se realizó la investigación de acuerdo a las hipótesis hasta llegar a conclusiones y decisiones. Ante lo cual se pueden utilizar una o dos variables, en este caso variables cuantitativas. En última instancia, el resultado se puede determinar estadísticamente.

9.5 Método deductivo

Los métodos deductivos se utilizan para sacar conclusiones a partir de observaciones teóricas, que pueden o no estar relacionadas con las hipótesis de investigación, pero no siempre son útiles.

9.6 Instruments de recolección de datos

Luego de analizar los 60 métodos descritos en la sección de ciencia técnica, se decidió optar por el método Innovarse y el BID para analizar la sustentabilidad y competitividad de las empresas de ocio y recreación del cantón salcedo, ya que existe una gran relación en terminología e impacto metodológico en actividades turísticas, y los beneficios que tal análisis puede traer. Además de la relación entre los impactos económicos, sociales y ambientales. El cuestionario de sustentabilidad está diseñado en base al análisis de las tres dimensiones de economía, medio ambiente y sociedad, cada dimensión cuenta con 10 ítems, enfocándose en la gestión interna relacionada con las actividades externas. Los ítems se

evalúan en una escala del 1 al 10, determinando su clasificación en: 7 a 10 buenas prácticas, 4 a 6 mejora de procesos y por debajo 3 áreas de mejora.

El cuestionario de competitividad evalúa las actividades internas de la empresa según 8 grandes campos y subcampos, y propone un total de 103 ítems de evaluación. Para determinar los resultados se clasificó una escala de 1 a 5 en una escala de 0% a 20%, es decir (1) 0% a 20%, muy baja competitividad, (2) 20% - 40%, baja competitividad, (3) 40% - 60%, mediana competitividad, (4) 60% - 80 %, alta competitividad, y (5) 80% - 100% muy alta competitividad.

9.7 Metodología INNOVARSE

Según Vásquez y Gonzales (2009) la metodología innovarse tiene un enfoque en sostenibilidad que pretende ser un instrumento de levantamiento de información de campo que tiene como referencia iniciar con la incorporación sistemática de la sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas la metodología está diseñada para los propietarios de las empresas, gerentes, y administradores, así como una persona encargada autorizada.

Esta metodología se plantea con la premisa de que no existe un modelo ideal de empresa socialmente responsable al que todo el mundo debe aspira. Entonces, debemos comprender que la Responsabilidad Social Empresarial como un proceso de reflexión y mejora continua, profundamente adaptable a cada situación específica, que ayude a las empresas a incorporar aspectos de la sostenibilidad.(Vásquez & Gonzales, 2009)

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.

Tabla 5.

Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem

RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. VALORACIÓN GLOBAL											
<i>Nombre de la empresa:</i>											
<i>Enunciado</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Media
<i>Dimensión Económica</i>											
<i>Dimensión Ambiental</i>											
<i>Dimensión Social</i>											

Finalmente, comparar los resultados medios de diferentes empresas obtenidos al aplicar el método, comprobando en qué estado y nivel se encuentran, también ayuda a esclarecer desviaciones y problemas de forma concreta.

9.8 Metodología BID para medir la competitividad del BID

Según Saavedra (2012) el mapa de competitividad fue desarrollado por Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y adaptado por la Cámara de Comercio de Medellín y

Antioquía, para realizar un diagnóstico empresarial que permitiera conocer las fortalezas y debilidades de las empresas y controlar las debilidades encontradas para mejorar la competitividad de la empresa en un valor elevado.

Para Labarca (2007) los temas están dirigidos a líderes empresariales, gerentes o propietarios de PYMES, y la aplicación de este método requiere una investigación desde 4 perspectivas comerciales diferentes: financiera, de clientes, de procesos internos y de personas y capacidades organizacionales. Además, el método distingue tres etapas del proceso de diagnóstico: análisis financiero, diagnóstico funcional y diagnóstico estratégico. Los resultados del análisis proporcionarán información sobre lo que está mal en la empresa y por qué. Por lo tanto, se enumeran los factores de diagnóstico más importantes. Para determinar el grado de competitividad es necesario conocer los porcentajes de ponderación y relevancia de cada cargo, los cuales se presentarán de manera concreta a través de evidencias, por lo que la mayor parte de la información está relacionada con las funciones internas de la empresa, empleados y empleadas. empleadores Finalmente, los resultados del proyecto de los diversos campos y subcampos de la empresa y las calificaciones y pesos correspondientes se presentan en forma tabular. Como se muestra en la tabla 6

Tabla 6.

Mapa de competitividad del BID, áreas y sub-áreas

Áreas	Sub-áreas
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 Aprovechamiento 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
	6.4 Salud 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. Cada área se califica de 0 al 5 donde: la calificación 0 indica que (no existe); 1 existe; sin presentar las evidencias; 2 está en proceso de documentación; 3 está documentado; 4 está documentado y difundido; 5 está documentado difundido, y actualizado

Tabla 7.

Tabla de ponderación y calificación final

	ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	NOTA PONDERADA
1	Planeación estratégica				
2	Aseguramiento de calidad				
3	Cadena de valor				
4	Merchandising				

5	Contabilidad y finanzas
6	Talento humano
7	Gestión ambiental
8	Sistemas de información

Nota. Información tomada de Saavedra (2012)

Finalmente, con la metodología en base a los resultados se realiza un plan de mejoramiento de acuerdo a las áreas y sub áreas con mayor inestabilidad o vulnerabilidad organizacional.

Tabla 8.

Tabla de propuestas de mejora

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

9.9 Proceso de aplicación

9.9.1 Investigación bibliográfica.

El primer paso en la investigación y aplicación de estos métodos fue seguido por un análisis bibliográfico de retroalimentación y conocimiento sobre enfoques de negocios sostenibles y competitivos, lo que permitió obtener un conjunto detallado de elementos que permitieron la identificación de fuentes bibliográficas.

9.9.2 Catastro turístico de ocio y recreación.

El catastro permite observar datos detallados como: categoría, actividad, propietario y ubicación, en primer lugar, es el producto final del proceso de recolección de datos de entrada, el cual es utilizado por el mismo MINTUR como herramienta de investigación y control. la tabla muestra los detalles de las 7 instituciones registradas. Esta información fue obtenida con la ayuda del Departamento de Administración y Turismo del GAD Salcedo.

Tabla 9.

Registro establecimientos de recreación turístico del cantón Salcedo

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CATEGORÍA
Complejo Nagsiche	Ocio y Recreación	Recreación al aire libre
Complejo Playa del Río	Ocio y Recreación	Recreación al aire libre
El Chaparral	Ocio y Recreación	Recreación al aire libre
Complejo Oasis	Ocio y Recreación	Recreación al aire libre
Complejo San Miguel	Ocio y Recreación	Recreación al aire libre
Quinta La Morenita	Ocio y Recreación	Recreación
Complejo Manantial de Vida	Ocio y Recreación	Recreación

Nota. Información tomada de PDOT (2023)

9.9.3 Investigación de campo

Para abordar a las empresas de ocio y recreación y cumplir con el primer objetivo, se elabora un programa de visitas confirmando el nombre de la empresa, propietario o gerente, ubicación, fechas y confirmación de encuesta. Con base en el método de aplicación para las empresas de ocio y recreación del catón Salcedo, se elaboró una hoja de ruta para la aplicación de la encuesta, que tuvo una duración de 4 días y brindó la oportunidad de

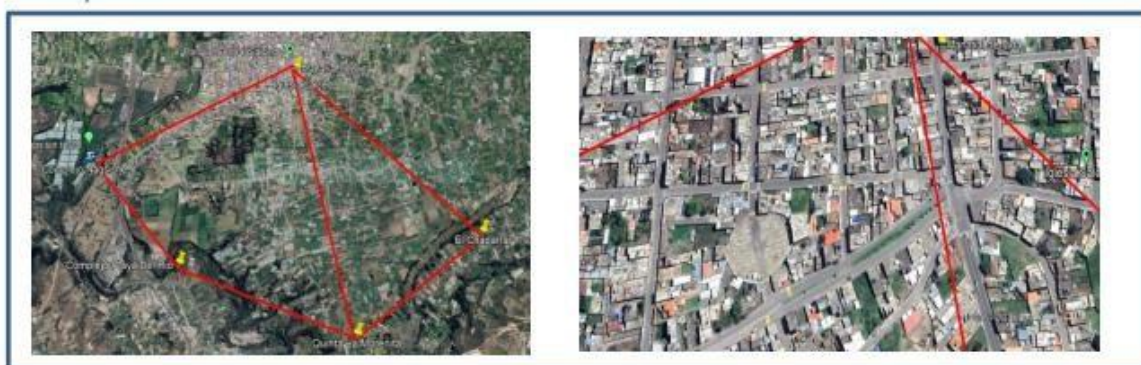
encuestar a 5 empresas registradas 7, porque los gerentes y propietarios de los establecimientos se negaron a ser parte del proyecto por razones personales.

Cronograma de salidas de campo.

FECHA	HORA	UBICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	DUEÑO O GERENTE	OBSERVACIONES
15/12/2022	10:00 am	Salcedo	Complejo Nagsiche	Marco Jácome	Aprobada
16/12/2022	14:00 pm	Yanayacu	El Chaparral	Norma Bautista	Aprobada
17/12/2022	12:00 pm	Panzaleo	Complejo Playa Del Río	Segundo Coque	Aprobada
18/12/2022	10:00 am	Yachil	Quinta La Morenita	Sandro Guanoluisa	Aprobada
18/12/2022	16:00 pm	Salcedo	Complejo Manantial de Vida	Hilda Cando	Aprobada

Figura 2.

Mapeo establecimientos recreación del catón Salcedo



Fuente: Información tomada del mapa de zonificación del cantón Salcedo

9.9.4 Sistematización de datos.

Al encuestar a propietarios de pymes y gerentes de empresas turísticas de ocio y recreación en el cantón Salcedo, los resultados se agregan por empresa, para cada dimensión de las dos variables y por región. De las 7 empresas inscritas en el registro, solo 5 fueron investigadas, mientras que los 2 restantes mostraron insatisfacción y desinterés por conocer los objetivos del proyecto. Como programa, los resultados se resumen en Excel, hay dos matrices para cada variable, y los resultados se muestran punto por punto, de modo que se pueden observar los problemas externos e internos, para luego utilizar la matriz FODA.

9.9.5 Cuadros estadísticos descriptivos.

El análisis estadístico es sacar conclusiones sobre el caso colectivo de una población de tal manera que resuelva una descripción correcta y positiva de los resultados representados en los gráficos estadísticos según lo indicado. objetivos. Para cada dimensión se elaboran cuadros estadísticos en la variable sostenibilidad, donde se confirman los resultados generales de cada empresa y, finalmente, en la variable competitividad, los resultados globales de cada empresa por municipio.

9.9.6 Estadística SPSS

Con base en los resultados obtenidos para los indicadores de ambas variables, se realizó un análisis de correlación mediante el software SPSS, se pueden realizar comparaciones bivariados de dos o más variables con el método de variables de Spearman, dependiendo del estudio de caso de la forma de mostrar actividades equilibradas. Por lo tanto, no se observó correlación.

9.9.7 FODA

El análisis FODA se basa en los resultados del método aplicado a las empresas turísticas de ocio y recreación basado en factores y sub factores que vinculan diferentes regiones y dimensiones de la empresa, con el fin de confirmar realmente los sesgos y las variables de investigación del problema que prevalecen en la empresa.

Según Castillo y Banguera (2018) la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) es una herramienta de diagnóstico que nos sirve principalmente para conocer y evaluar aquellos aspectos externos que pueden afectar al crecimiento de un negocio, marca u organización. También para resumir y analizar información diversa que nos envuelve: económica, legal, política, gubernamental, demográfica, ambiental, cultural, tecnológica y competitiva. Facilita la creación de estrategias con la finalidad de aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas.

En esta matriz se enumeran de 1 a 6 sub factores para cada hecho general: los sub factores políticos, macro, meso y micro ideológicos se enumeran según sean oportunidades o amenazas, como inestabilidad política, oportunidades de uso de divisas y propuestas gubernamentales que pueden afectar o brindan oportunidades en el lugar de trabajo para el crecimiento. Económicamente, la mayoría de las actividades turísticas en Salcedo se basan en la actividad económica local y nacional, por lo que, si se ven afectados por las tasas de IVA, pagos y renovación de permisos de funcionamiento, incluso si la economía local es favorable a su actividad.

Los sub factores sociales se enumeran en función de cómo el turismo nacional y local encaja en la comunidad, incluidas las oportunidades laborales, el crecimiento laboral (negocios), los proveedores, si los hay, el servicio al cliente y las relaciones de litigio con los residentes locales. Cuando se trata de tecnología, algunos de los problemas que enfrentan las

empresas turísticas de ocio y recreación son el uso de baja tecnología, así como problemas con la conectividad, la ubicación y la recepción satelital, los sub factores enumerados se centran en la política ambiental. Finalmente, se clasifican los sub factores de cada factor general si son oportunidades, amenazas y el nivel de impacto que tiene ya sea alto medio o bajo.

Tabla 10.

Matriz MEFE Factores externos

FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
Político			
Económico			
Social			
Tecnológico			
Ecológico			
Competitivo			

La matriz EFI, conocida también como MEFI, son las siglas de Matriz de Evaluación de Factores Internos. Esta herramienta que permite realizar una auditoría interna y así entender las fortalezas y debilidades de una empresa o de alguna de sus áreas funcionales. Antes de realizar cualquier planificación estratégica o incluso lanzar un nuevo producto al mercado, es importante entender cuáles son las fuerzas y debilidades. De esta forma podrán ser consideradas y mejoradas antes que sea demasiado tarde. Para realizar una buena evaluación de los factores internos solamente es necesario seguir los pasos para la creación de la matriz EFI siendo bastante detallistas y específicos. Al realizar la matriz, ya estamos haciendo una reflexión y descubriendo más profundamente la empresa, ya que algunas veces por la rutina diaria, muchas cosas pasan desapercibidas.

Con base en esto, se elaboró la matriz MEFI, que tiene como objetivo crear sub factores relacionados con los factores generales: se enumeraron los sub factores de administración, cuya naturaleza permite analizar la planificación, el control organizacional, la gestión interna. empresa, kit de formación. Los sub factores financieros se detallan considerando las fortalezas y debilidades de la oferta de la empresa, balance de costos, gastos, ingresos y gastos, ventas y análisis de mercado. Excepto las cuentas. Ideas para el talento, relaciones empleador-empleado, capacitación, motivación, inducción, empleo legal con intereses legítimos. Finalmente, tecnología e infraestructura, el rango de fortalezas tiene sub factores relacionados con algunos de la preparación de la infraestructura para realizar cambios tempranos, sin embargo, existen debilidades que se enfocan en cuestiones técnicas como el conocimiento y el uso de reservas, promociones y publicidad. es casi cero. Además, los sub factores se dividen en fortalezas y debilidades y su impacto puede ser alto, medio o bajo.

Matriz de factores internos MEFI.

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES	IMPACTO
Servicio			
infraestructura			
Clientes			
Proceso			
Administrativo			
Talento Humano			
Tecnología			

9.9.7.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Para este paso 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 7, en donde 7 es una respuesta superior, 5 superior a la media, 3 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.

9.9.7.2 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Para desarrollar esta matriz, se enumeran todos los sub factores que afectan el funcionamiento interno de la empresa: Fortalezas y debilidades, evaluadas en una escala de calificación: (0,0) nada importante a (1,0) muy importante, la suma de todos los pesos es (1,0). Luego asigna fortaleza 3 y 4 y debilidad 1 y 2. Dado que las fortalezas tienen más peso, asigna 60% y 40%. Está diseñado para permitir que las fortalezas tengan un mayor impacto en la implementación de estrategias de mejora, mitigar o controlar las debilidades, al mismo tiempo que le permite visualizar cómo los factores internos pueden impactar positiva o negativamente a la empresa, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 11.

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

FACTOR EXTERNO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Oportunidades			

Crecimiento demográfico	07	3	.21
Amenazas			
Desempleo en aumento	.05	2	.10
TOTAL	0.12		0.31

Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).

FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Fortalezas			
Calidad del servicio	06	3	.18
Debilidades			
Falta de implementos	.05	2	10
Total	0.11		0.28

9.9.7.3 Matriz FODA

Las tablas de la matriz DAFO están representadas por sub factores con mayor peso o importancia del proyecto, utilizando la matriz DAFO para recolectar los resultados de la aplicación del enfoque de sustentabilidad y competitividad, de hecho, la recolección de resultados permitirá la creación de estrategias de mejora a partir de una perspectiva de fracaso empresarial. Por lo tanto, a partir de la evaluación de las matrices MEFE y MEFI, aquí están todos los sub factores de mayor peso para detallar las estrategias en la gran matriz de estrategias, a saber: 23 fortalezas, 18 debilidades, 26 oportunidades y 20 amenazas.

Tabla 12.

Matriz FODA normal

Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas

9.9.7.4 Matriz FODA Cruzada

La gran utilidad de la herramienta del Foda Cruzado no es hacer un análisis muy completo y exhaustivo, sino un análisis que sea práctico y nos sirva como base para establecer las estrategias que nos vaya a ayudar a conseguir esos objetivos inteligentes al momento de aplicar. La aproximación más sencilla para establecer generar estrategias una vez que tenemos hecho nuestro análisis. En este caso hace referencia a las acciones clave que tendremos que llevar a cabo: Corregir las Debilidades, Afrontar las Amenazas, Mantener las Fortalezas y Explotar las Oportunidades. aquí se sugiere que cuando rellenes la matriz y propongas estrategias no es recomendable valorar.

Tabla 13.

Matriz ejemplo de FODA cruzado

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

estrategias DA en la celda correspondiente.

9.9.7.5 Matriz FO FA DO DA

Por lo tanto, las estrategias desarrolladas en la matriz FODA cruzada enumeran 32 estrategias desarrolladas entre las fortalezas, oportunidades, fortalezas, amenazas, debilidades, oportunidades y debilidades, amenazas relacionadas con las actividades de ocio y recreación, las ubicaciones y los mercados a los que se enfrentan. Además de los beneficiarios, también existen relaciones ambientales, sociales y económicas. Para ello se clasifican según su impacto: alto, medio o bajo, solo las estrategias altas predicen mejores impulsos turísticos.

9.9.7.6 Resumen estratégico

Finalmente, de acuerdo a los resultados del enfoque de sostenibilidad y competitividad, se enumeran todas las estrategias encaminadas a mitigar los problemas internos y externos con el fin de comprender la situación laboral de las empresas turísticas de ocio y recreación en el cantón Salcedo, y así la habilitación de empleados, proveedores, inventario, registro de visitantes y manejo de redes.

9.10 Pruebas estadísticas de correlación

Para (Camacho Sandoval, 2008) en las pruebas estadísticas de correlación se describe la forma de estimar el coeficiente de correlación de Spearman y las condiciones en que resulta apropiada su utilización. También se describe como realizar una prueba de hipótesis para determinar si el coeficiente estimado es significativamente distinto de cero. Para estimar el

coeficiente de correlación de Spearman, primero se deben obtener los rangos para cada una de las observaciones de ambas variables.

Para ello se considera una variable y se asigna el rango 1 al valor más pequeño, 2 al siguiente valor más pequeño y así sucesivamente hasta llegar al rango n que le corresponde a la observación con el valor más alto. Luego se repite el procedimiento para la otra variable aquí vamos a medir la fuerza de correlación que existe entre la sostenibilidad y competitividad.

9.11 Estrategias de mejora

Estas estrategias están diseñadas para que los propietarios o gerentes de pequeñas y medianas empresas, al implementar e iniciar estas estrategias, puedan comprender en cierta medida las debilidades internas de su empresa y utilizarlas con fines benéficos, mejorando así las actividades turísticas. Para lograr una escala social, ambiental y económicamente mejor.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados son descritos por las respuestas a los ítems de cada método, y se entiende con precisión el valor medio de las dos variables, cada área y dimensión. Se evidencian diferencias significativas en las medias de las diversas variables, como se describe a continuación.

10.1 Sostenibilidad

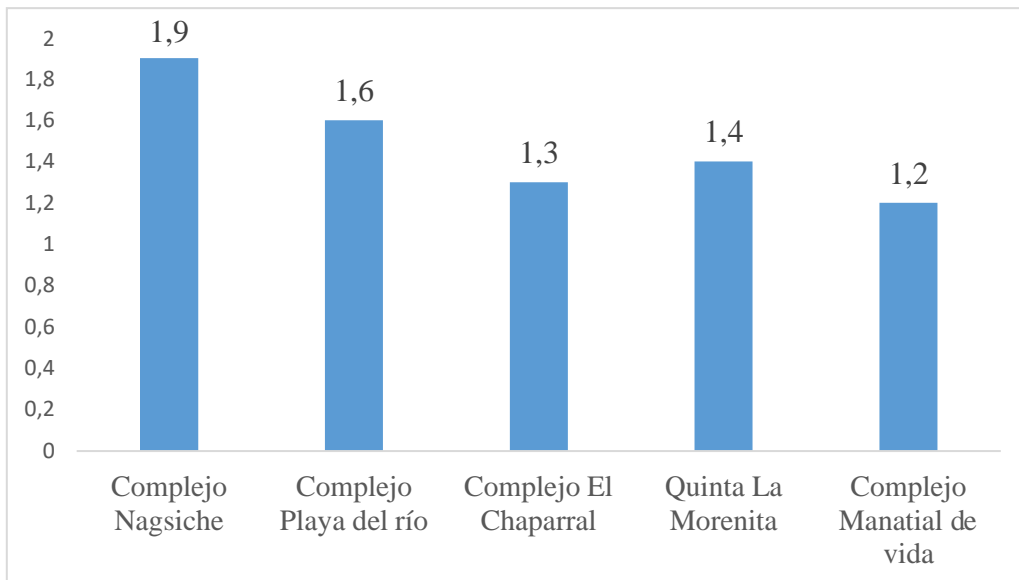
Los resultados de la Metodología de Sostenibilidad de Innovarse muestran un análisis de los resultados globales en forma de indicadores promedio, además, las empresas describen en detalle el estado de la sostenibilidad en cada dimensión: áreas de mejora, procesos mejorados o buenas prácticas. Las empresas turísticas de ocio y recreación, centrándose en

la ubicación geográfica, son muy conscientes de los beneficios que se pueden obtener de los recursos naturales y culturales, aportan un conocimiento muy claro de la protección del medio ambiente y el impacto de sus actividades, además, teniendo en cuenta la lo más importante. Yambo una de las lagunas más importantes de Salcedo con mucha biodiversidad, por lo que su ubicación es muy adecuada para turistas extranjeros que necesitan servicios de ocio y recreación. Valoran la comprensión e implementación de herramientas ancestrales para la reducción del impacto ambiental, asistencia social y programas ambientales.

Sin embargo, son problemáticas social y económicamente, ausencia en cuanto al control de ventas, registro de visitantes, asistencia social y trato a empleadores y empleados.

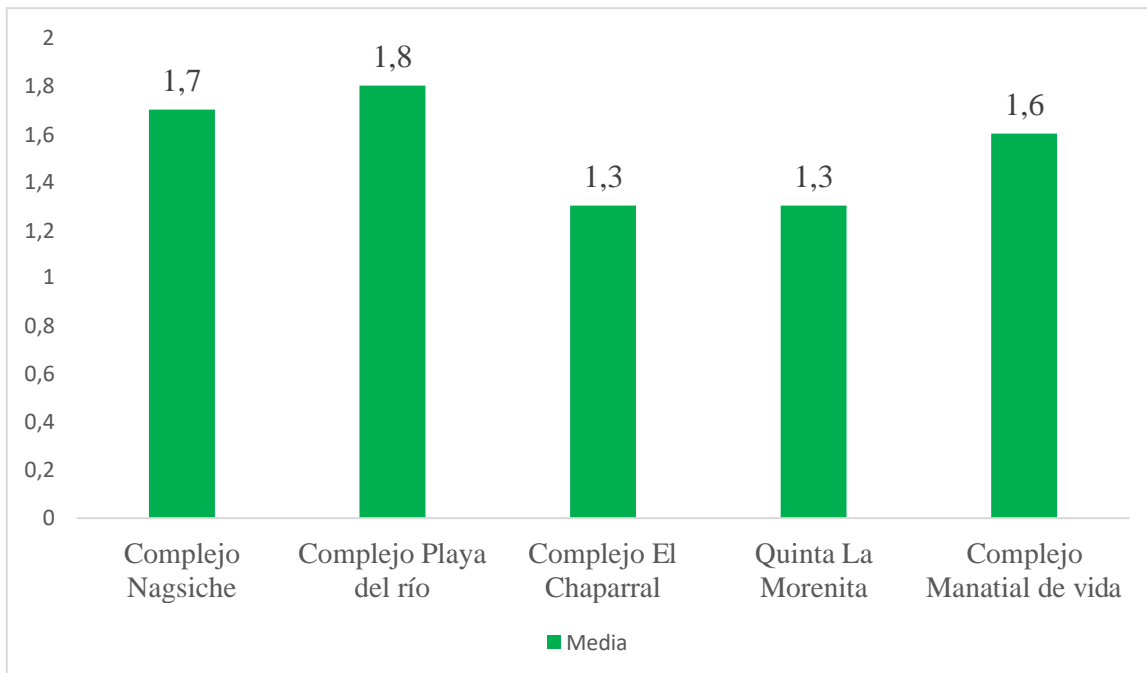
10.2 Dimensión económica

Las empresas de ocio y recreación del cantón salcedo en la dimensión económica como refleja primer gráfico puede ver diferentes promedios financieros para cada empresa, hay 5 empresas con un puntaje promedio de (1.9), (1.6), (1.3), (1.4), (1.2) que caen en las áreas de mejora, cumplimiento de procedimientos legales y fiscales, sin embargo parte del resultado es que debido a la poca evidencia, descripción y correcta contabilización del control de ventas y balances contables, su trabajo se realiza en realidad con experiencia o conocimiento sin utilizar procedimientos ni planes solo aplican herramientas convencionales.

Figura 3.*Gráfico estadístico de la dimensión económica*

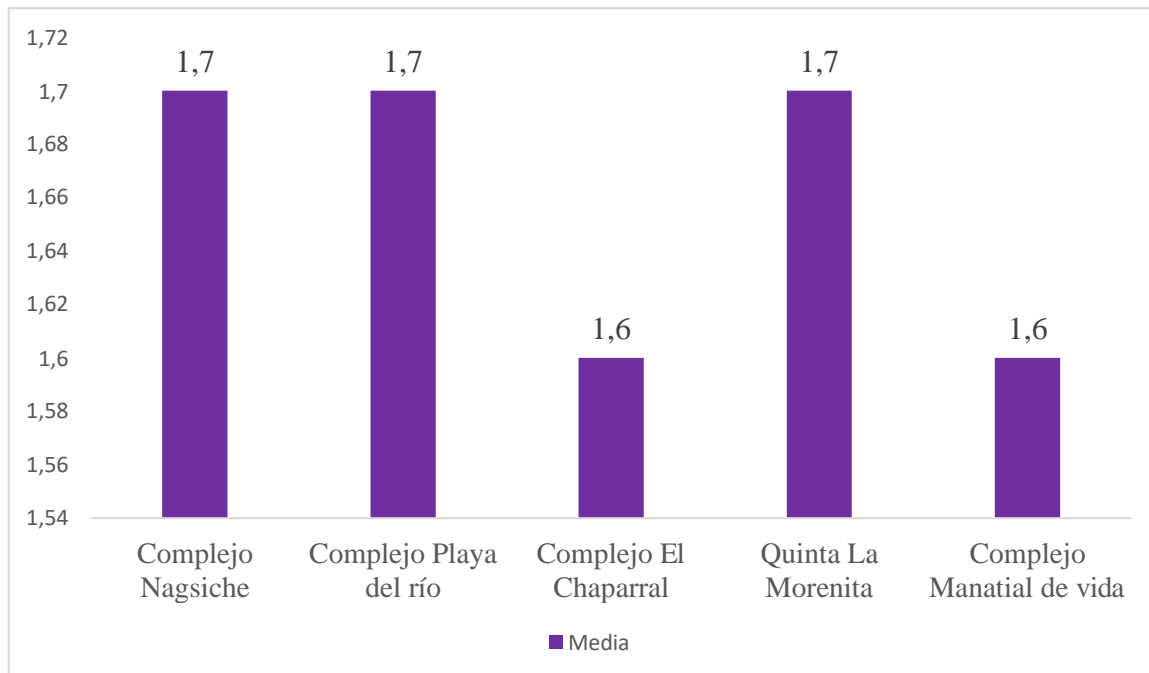
10.3 Dimensión ambiental

Las empresas de ocio y recreación del cantón salcedo en la dimensión ambiental como refleja el segundo gráfico se puede ver diferentes promedios financieros para cada empresa, el puntaje promedio para 5 empresas que caen en la categoría de áreas de mejora es: (1.7), (1.8), (1.3), (1.3), (1.6), implementación del conocimiento y comprensión en las metas de la empresa y los empleados, requieren gestión y control ambiental, reguladores de proceso y control ambiental.

Figura 4.*Gráfico estadístico de la dimensión ambiental*

10.4 Dimensión social

Las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo en la dimensión social tienen el puntaje promedio para 5 empresas que caen en la categoría de áreas de mejora es: (1,7), (1,7), (1,6), (1,7), (1,6), deben mejorar en cuanto a implementación de políticas y normativas laborales, enfocándose al objetivo de la empresa y dónde desean llegar (visión). Estos resultados se deben al trabajo empírico, y familiar, no existe evidencia alguna que sustente en trabajo de manera legal y administrada.

Figura 5.*Gráfico estadístico dimensión social*

10.5 Competitividad

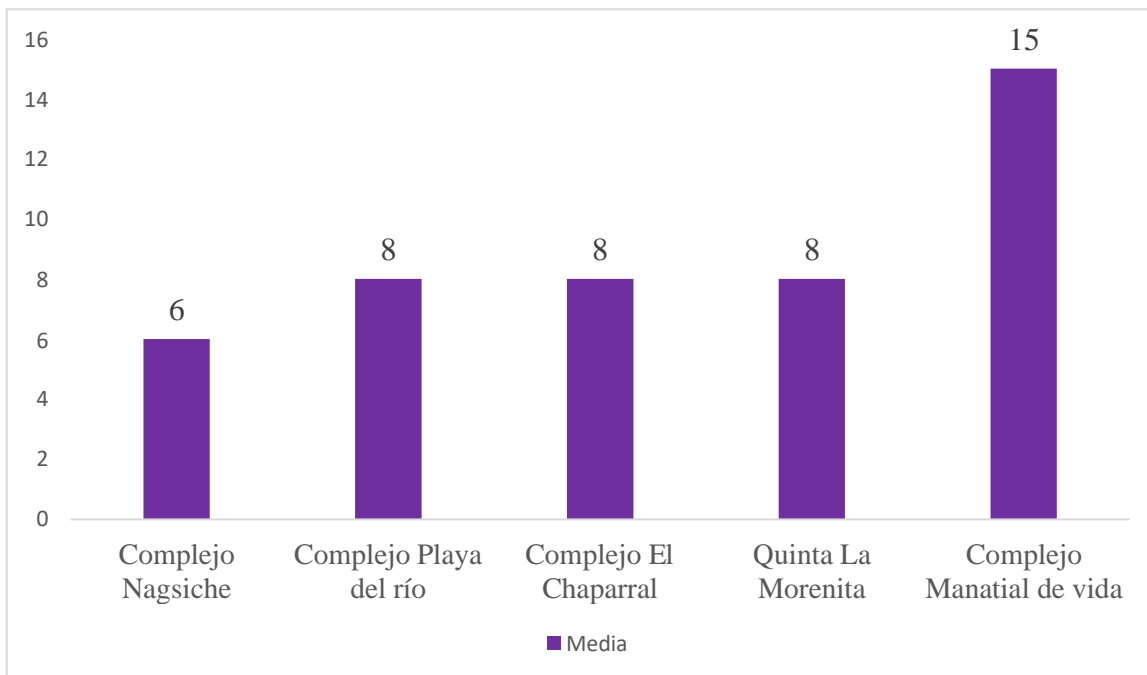
La variable competitividad muestra los resultados como porcentaje del total para cada empresa descrita por industria, con preguntas detalladas específicamente identificadas por sub industria. Sumando el monto de cada empresa en función de cada área y dividiendo por 8 da un porcentaje que la ubica en el rango de 0% a 20% de competitividad, que es una competitividad muy baja. En el nivel 5 (1). Además de esto, también se mostraron las condiciones internas que influyen en la importancia de la sostenibilidad. Otra razón para justificar los resultados es la falta de evidencia.

10.5.1 Planeamiento estratégico

Las empresas turísticas de ocio y recreación en el planeamiento estratégico 4 tuvieron un porcentaje bajo, 6% y 8%, respectivamente, debido a que no cuentan con un plan estratégico y sin objetivos comerciales que permitan la promoción administrativa de las actividades turísticas a excepción del complejo manantial de vida que tuvo un 15% ya que cumple con planes estratégicos de manera objetiva, en donde se visualizan los procesos de control e implementación de estrategias de toda las funciones y áreas de la empresa.

Figura 6.

Gráfico estadístico de competitividad de Planeamiento estratégico

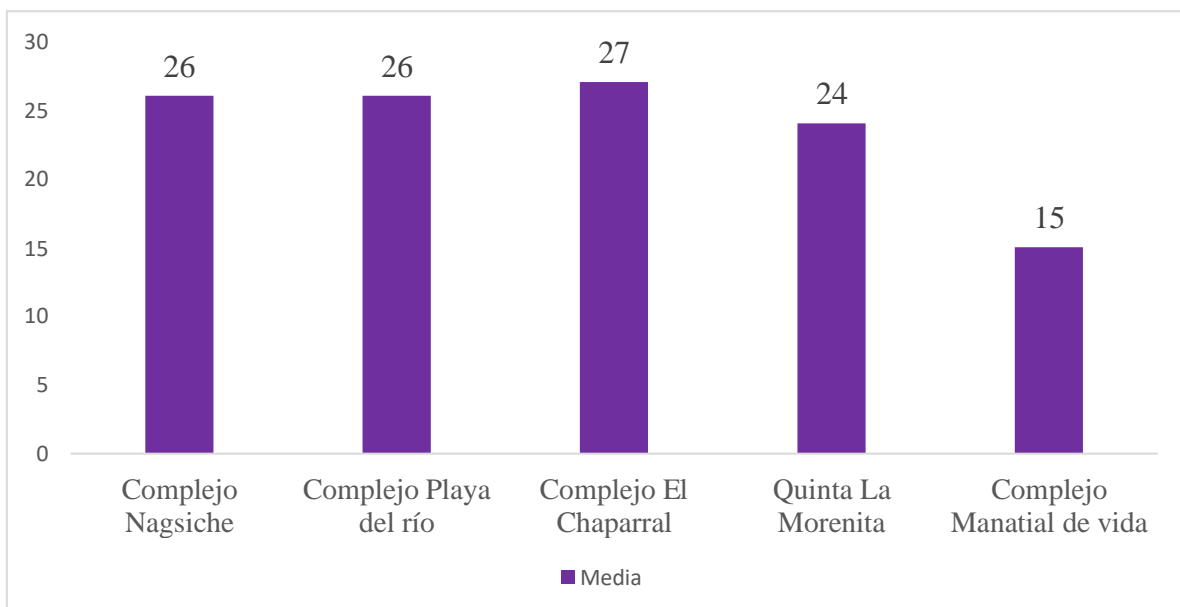


10.5.2 Cadena de valor

Las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón salcedo en cadena de valor, sus porcentajes: (26%), (26%), (27%), (25%) y (24%) siguen procesos de control de producción, no tienen inventario completo, pero permite lograr el objetivo, además, la infraestructura permite cambios de acuerdo a la idoneidad y deseos de los clientes.

Figura 7.

Gráfico estadístico de competitividad del área de Cadena de Valor



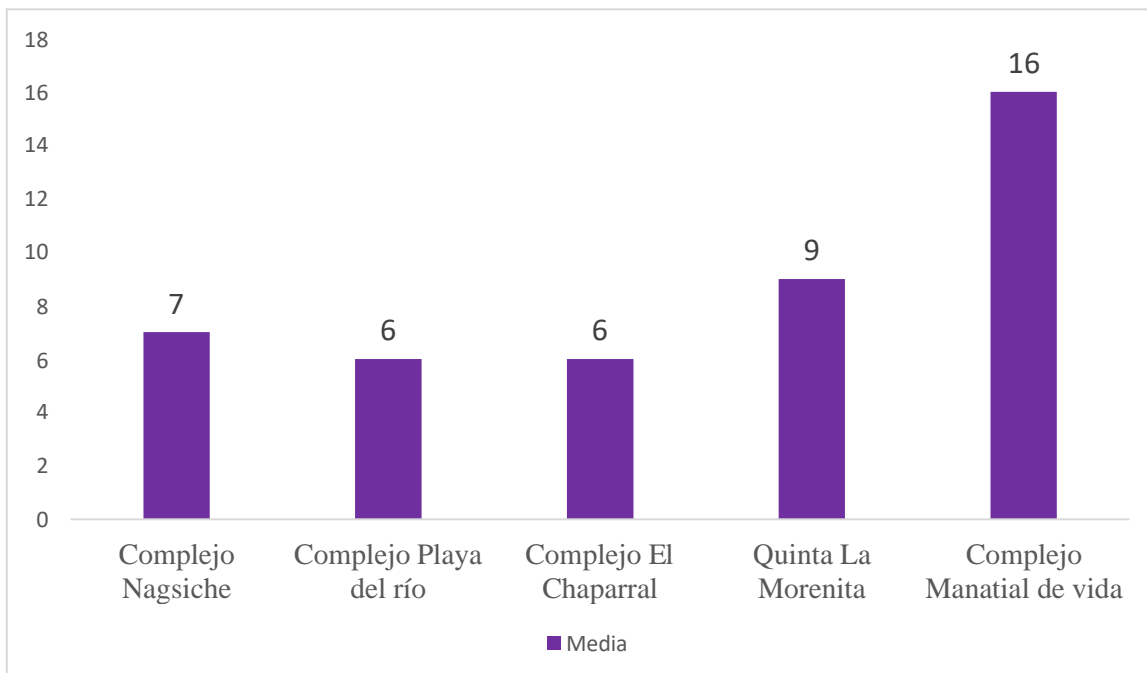
10.5.3 Aseguramiento de calidad

La empresa Manatial de Vida obtuvo el primer lugar con un 16% por cumplir con los criterios de calidad de los servicios de recreación, infraestructura, atención al cliente y conocimiento de los sitios turísticos. Finalmente, las dos empresas restantes (6%) y (7%) redujeron su porcentaje porque no han ampliado la especificación de servicios gestionados,

el tipo de categoría a la que pertenecen, diferenciándose entre sí por mirar diferentes metas, costos, servicios y por falta de evidencias.

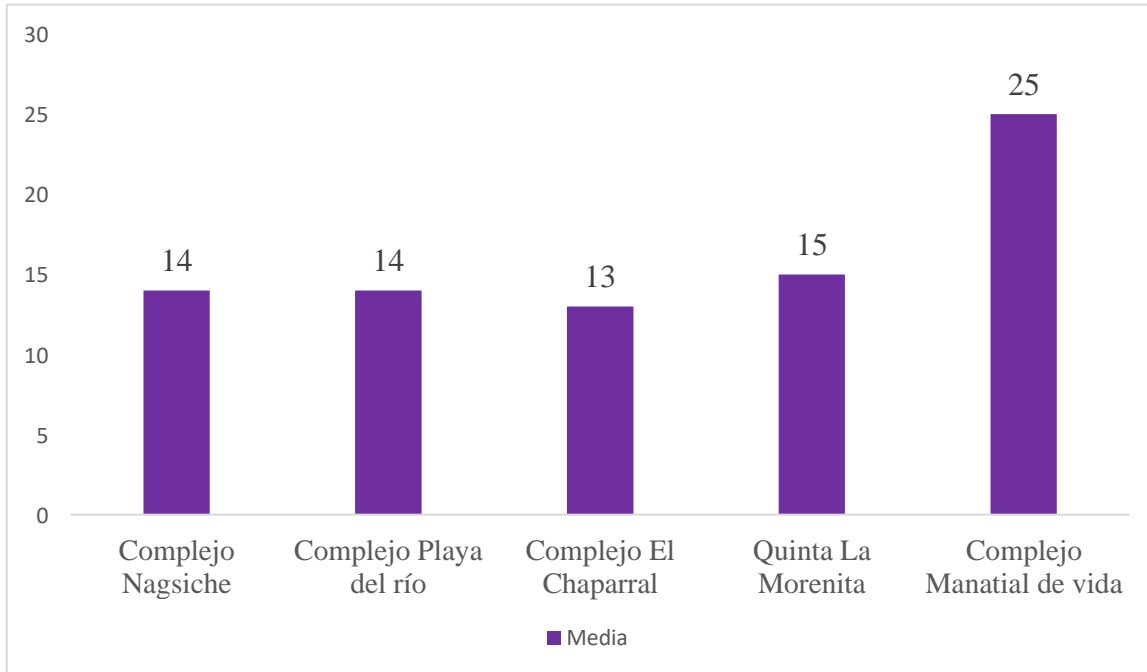
Figura 8.

Gráfico estadístico de competitividad del área de Aseguramiento de Calidad



10.5.4 Merchandising

El complejo Manantial de vida tiene el mayor porcentaje 25%, se ha convertido en líder en marketing, posicionamiento de marca y servicios, ha definido sus metas nacionales, los precios son diferenciados según el tipo de servicios que ofrece. Por otro lado, la proporción de cinco empresas se mantuvo sin cambios (13% a 16%) algunas empresas carecen del uso de plataformas de reservas, información, campañas y publicidad. Esto se debe a que la dirección de las empresas no tiene ningún compromiso.

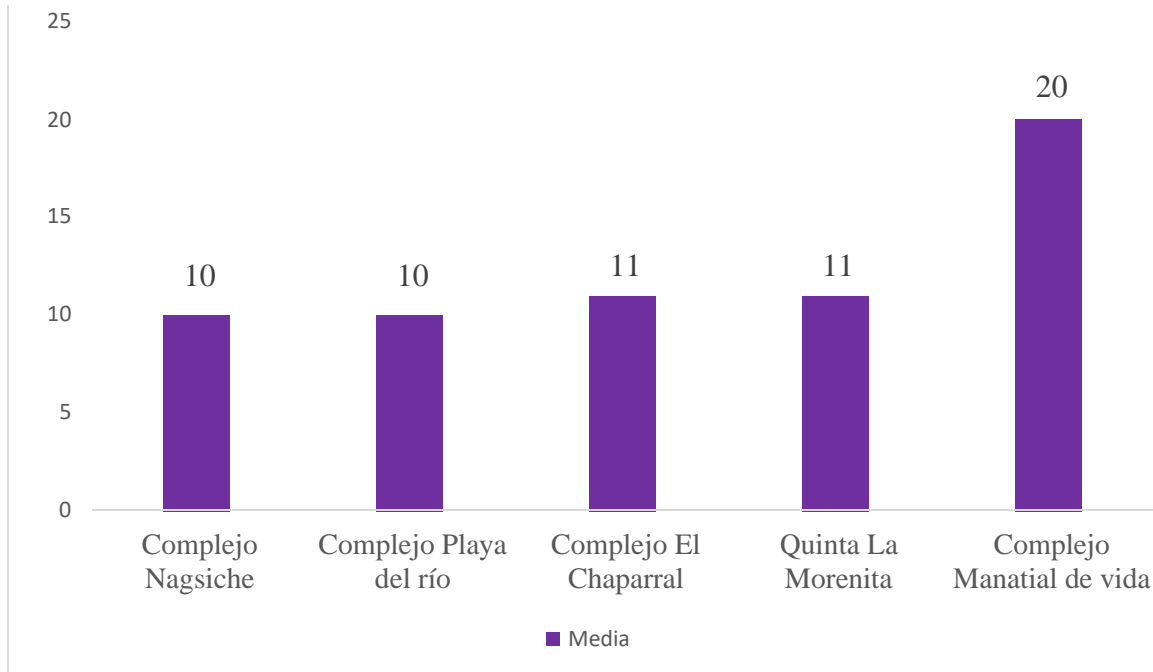
Figura 9.*Gráfico estadístico de competitividad del área de Merchandising*

10.5.5 Contabilidad y finanzas

Los porcentajes (10 %) y (11 %) tienen mejores controles financieros internos de la empresa al igual que el complejo manatíal de vida con (20%), comparación de servicios, servicios públicos y prácticas fiscales, conocen a todos los miembros de la agencia y, en última instancia, aportan evidencia y documentación básica de actividades tributarias, pero tienen poco conocimiento y documentación de saldos de ventas, ingresos, gastos, cuadros estadísticos de ventas por año, trimestre o mes.

Figura 10.

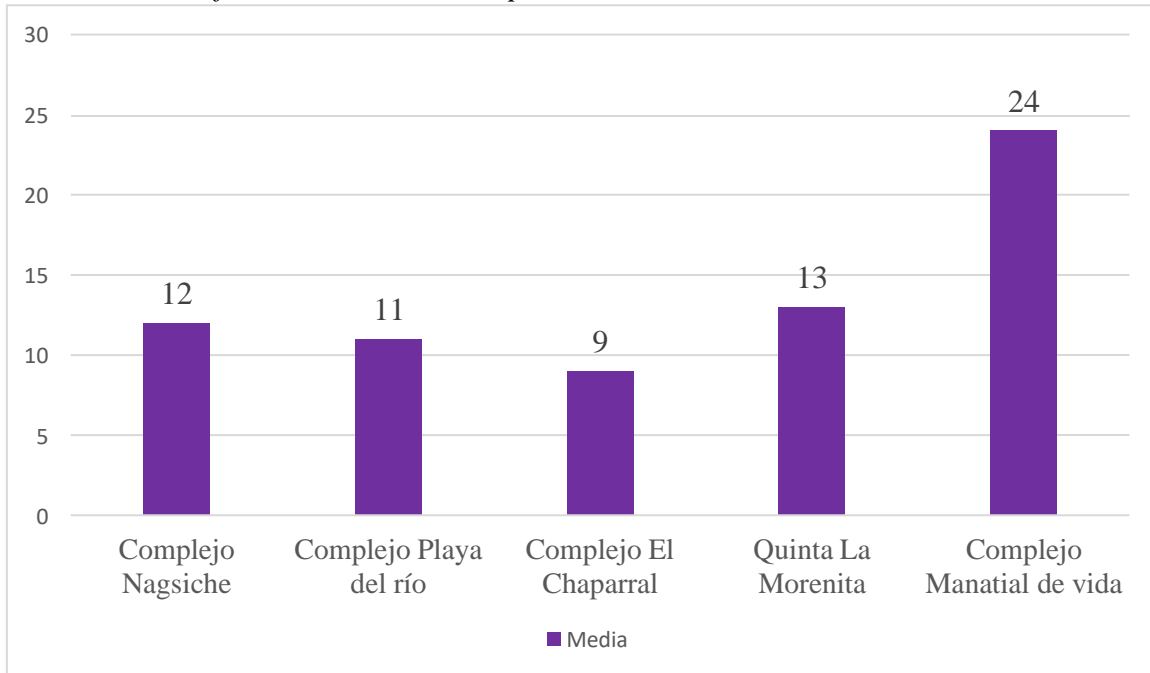
Gráfico estadístico de competitividad del área de Contabilidad y Finanzas



10.5.6 Talento humano

Complejo Manantial de Vida se destaca con (24%), respectivamente, ilustrando las mejores condiciones laborales que teóricamente resultan de la búsqueda de la excelencia. Beneficios, beneficios, educación y un sentido de relevancia comercial están disponibles. Las 4 empresas mantuvieron un porcentaje igual de (9 %) a (13%) de empleados que conocían la capacitación y se sintieron apropiados para alinear las actividades en las instalaciones con los objetivos comerciales, pero ninguna de las estrategias de comunicación de los empleados se documentó formalmente, y este no es el caso.

Figura 11.
Gráfico estadístico de competitividad del área de Talento Humano

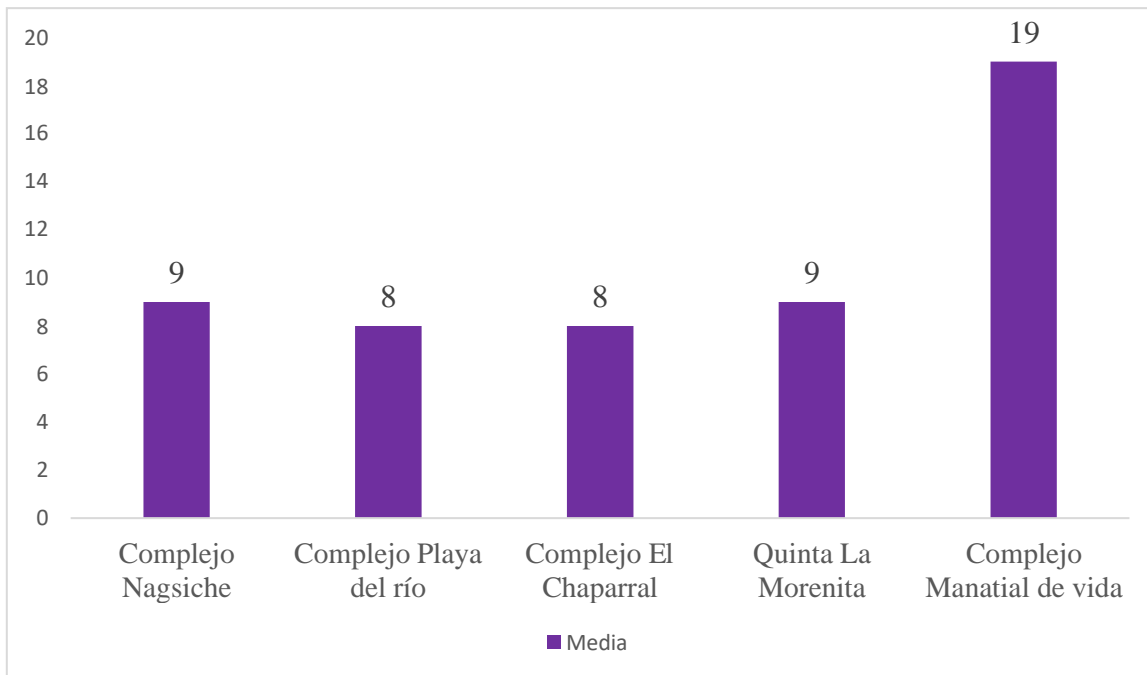


10.5.7 Gestión Ambiental

El complejo manatíal de vida tiene (19%) debido a que sus actividades turísticas se basan en políticas, objetivos y estrategias ambientales de limitación y control ambiental, utilizando herramientas de control de impactos y reguladores de agua obsoletos. consumo, seguido de las 4 empresas con un porcentaje entre (8%) y (9%) estas empresas con conciencia ambiental han reducido su impacto utilizando herramientas de control de huella de carbono, monitores de consumo, pero no tienen impacto ambiental basado en objetivos o medio ambiente. Las estrategias de control y las políticas de control de residuos son bastante patéticas.

Figura 12.

Gráfico estadístico de competitividad del área de Gestión Ambiental

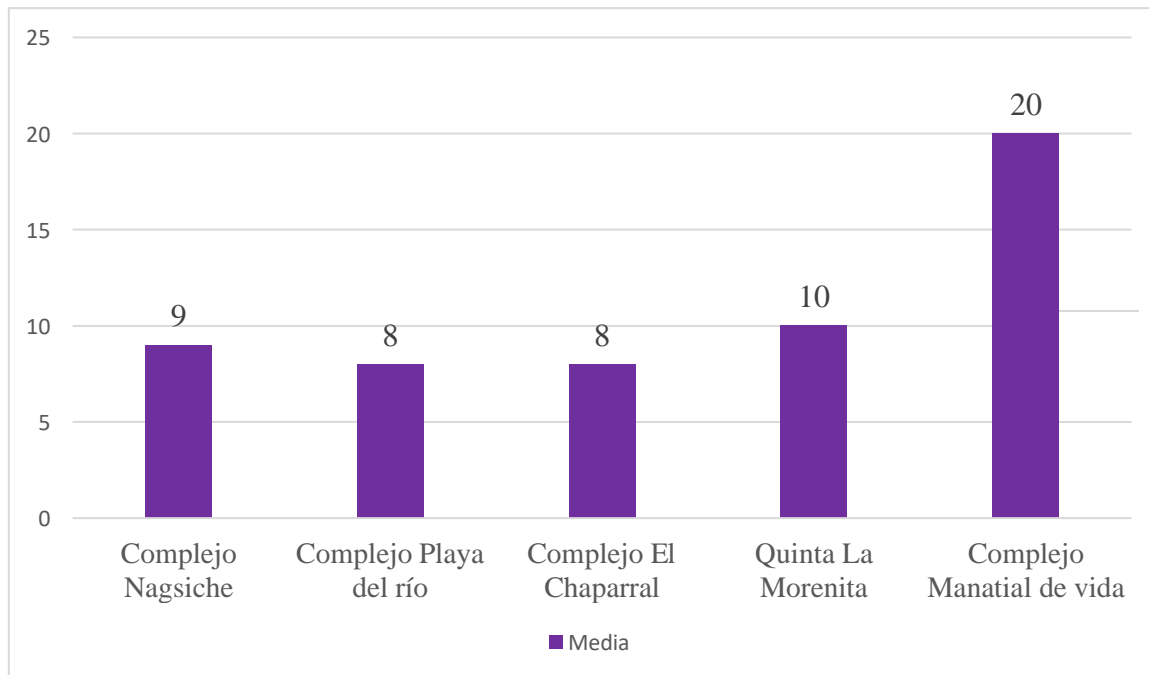


10.5.8 Sistemas de información

En la última zona de competencia, el nivel porcentual es casi el mismo, pero Manantial de vida tiene un porcentaje de (20%) debido al control del ente rector, por lo que existen planes y estrategias de adquisición y distribución. Ubicaciones, área de recepción, información de facturación y todos los mismos procesos organizativos. El porcentaje de las 4 empresas fue (8%) a (10%) caracterizado por baja capacidad de uso de tecnología, uso de plataforma de reservas, control y requerimientos de clientes.

Figura 13.

Gráfico estadístico de competitividad del área de Sistemas de Información

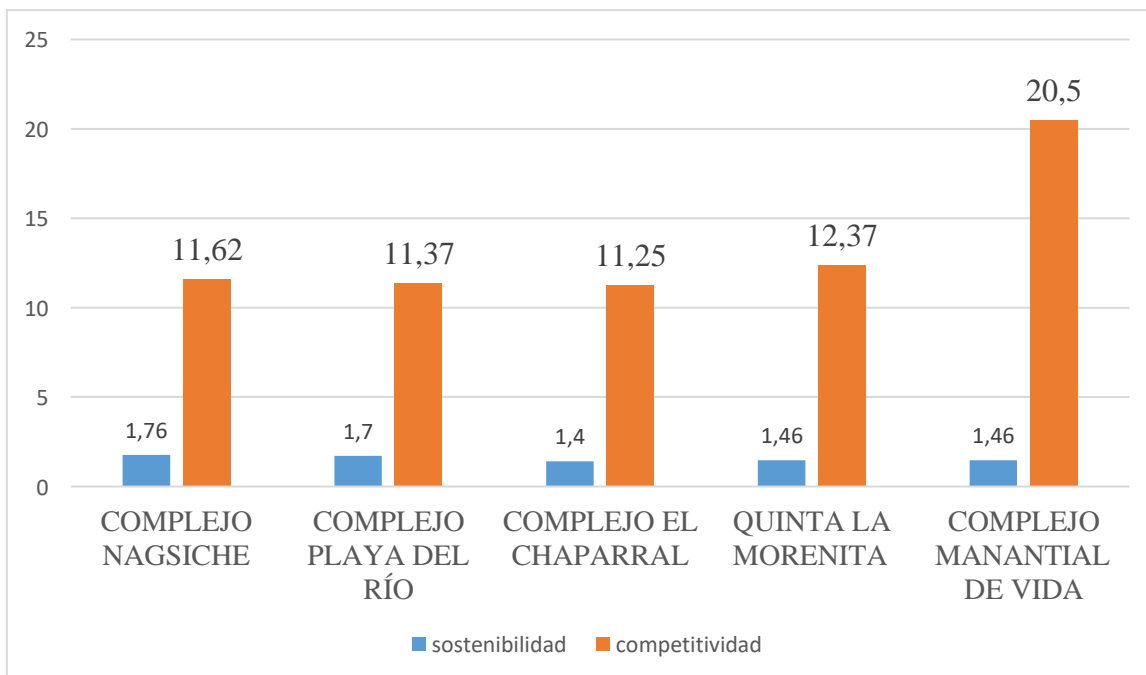


10.6 Competitividad y Sostenibilidad

Los resultados de las dos variables se presentan por separado de manera específica para mostrar dónde están los problemas, así como las debilidades internas y externas. La siguiente figura muestra el resultado final, que permite dos variables en la escala de calificación. Los resultados se analizaron por rango y promedio: Puntaje de Sostenibilidad del 1 al 10, el puntaje promedio de las 5 empresas es: (1.46, 1.46, 1.4, 1.70, 1.76), de mejora. En la variable competitividad los puntajes van desde: (0% - 100%), ubicando a 4 empresas turísticas de ocio y recreación en el rango (0% a 20%), competitividad muy baja, y de (21% a 40%) 1 empresa competitividad baja se destacan por su control de gestión de sus operaciones. cabe señalar que la nota final depende de la documentación presentada.

Figura 14.

Gráfico estadístico de medias de cada variable competitivo y sostenible



10.6.1 Complejo Nagsiche

En la variable sostenible El Complejo Nagsiche tiene varias áreas de mejora ya que en el diagnóstico refleja los siguientes resultados 1.76 entonces Esta valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior en la escala 1-10. Áreas de mejora está asignada a la fase P Planificación. sin embargo, existen inconsistencias en la dimensión, por no presentar falta de evidencias como registros de ventas, no existe, salarios uniformes, ni beneficios de ley para los empleados.

El complejo Nagsiche en la variable de competitividad tiene un porcentaje de 11,625 que se encuentra en el rango de 0-20%: Muy baja competitividad existe problemas internos en cuanto a planificaciones, e implementaciones estratégicas, posee cero implementaciones de procesos, todo su proyecto turístico se ejecuta de manera convencional.

10.6.2 Complejo Playa del Río

En la variable sostenibilidad, está en área de mejora, ya que poseen un promedio de 1.70, Complejo Playa del Río en esta empresa se identificó que tiene varias áreas deficientes está asignada a la fase P Planificación falta de evidencias.

En la variable de competitividad, presenta un porcentaje de 11.37 representando 1 en escala de 5, en un rango de 20%, esto se debe a que existe poca evidencia relacionada con la planificación estratégica, visión de mercado y registro de ventas, ingresos y gastos, pero se destaca en relación al control de ventas, posicionamiento en el mercado.

10.6.3 Complejo El Chaparral

Complejo El Chaparral en esta empresa se identificó que tiene varias áreas de mejora ya que en el diagnóstico reflejaron los siguientes resultados 1.4 entonces Esta valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior en la escala 1-10. Esta asignada a la fase P Planificación.

En cuanto a la competitividad Complejo El chaparral tiene una calificación de 11,25 que se encuentra en el rango de 0-20%: Muy baja competitividad debido a que tiene deficiencia casi en todas las dimensiones por falta de evidencias.

10.6.2 Quinta Morenita en esta empresa se identificó que tiene varias áreas de mejora ya que en el diagnóstico reflejaron los siguientes resultados 1.46 entonces Esta valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior en la escala 1-10. Esta asignada a la fase P Planificación.

En la variable de competitividad Quinta La Morenita tiene una calificación de 12,37 que se encuentra en el rango de 0-20%: Muy baja competitividad.

10.6.4 Complejo Manantial de Vida

Complejo manantial de vida en esta empresa se identificó que tiene varias áreas de mejora ya que en el diagnóstico reflejaron los siguientes resultados 1.46 entonces Esta valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior en la escala 1-10. Esta asignada a la fase P Planificación.

En cuanto a la competitividad Complejo Manantial de Vida tiene una calificación de 20,50 que se encuentra en el rango de 21%-40%: Baja competitividad.

10.7 Correlaciones

Por lo tanto, se utilizó la prueba de correlación SPSS para obtener los resultados, y para las dos variables comunes de las 5 empresas turísticas de ocio y recreación, el método de Spearman dio resultados positivos, si hubo correlación entre las dos variables, y los resultados compararon las empresas. Los resultados obtenidos muestran un puntaje de 0,408, lo que indica que, si existe correlación entre estas dos variables en las actividades de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, para determinar esto se tienen valores de Spearman donde: 0.00 a 0.19 es un puntaje muy bajo. correlación, 0,20 a 0,39 correlación baja, 0,40 a 0,59 correlación media y 0,80 a 0,100 correlación muy buena. El resultado final del proyecto de investigación concluyó que, si existe correlación debido a que las 5 empresas tienen porcentajes muy bajos tanto en competitividad como en sostenibilidad lo que significa que no hay un trabajo interno empresarial ni externo sostenible.

Tabla 14.*Resultados de la aplicación SPSS*

			competitividad	sostenibilidad
Rho de Spearman	competitividad	Coefficiente de correlación	1,000	,612
		Sig. (bilateral)	.	,272
		N	5	5
	sostenibilidad	Coefficiente de correlación	,612	1,000
		Sig. (bilateral)	,272	.
		N	5	5

En el análisis de las dos variables respecto a la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi para que exista correlación debe tener menos del 5% Sig.(bilateral) la que en este caso es de 27% el cual tiene un porcentaje arriba del 5% lo cual refleja que no existe correlación de las dos variables en cuanto al coeficiente de correlación (fuerza de correlación) no aplica debido al resultado mencionado.

10.8 Matriz de evaluación externa

La matriz de evaluación externa conocida por sus siglas MEFE, se encarga del análisis de diferentes factores que interceden para un análisis de una empresa, en este caso de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi, en esta matriz se analizó los factores: político, económico, social, tecnológico, ambiental, y competitivo, se enlistaron 6 sub factores por cada factor, en total 36 sub factores que están pensados en las oportunidades y amenazas que podría tener los establecimientos turísticos de ocio y recreación. 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 Salcedo. 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.

Tabla 15.

Matriz de evaluación externa

FACTOR POLÍTICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Permisos de funcionamiento y salubridad	x						x		
2	Estratificación de partidos políticos					x			x	
3	Política cambiaria				x			x		
4	Políticas tributarias				x			x		
5	Sistema Regulatorio					x			x	
6	Acuerdos comerciales	x						x		
FACTOR ECONÓMICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Impuesto a la salida de Divisas					x			x	
2	Diversificación	x						x		
3	Inflación				x			x		
4	Riesgo País				x			x		
5	Inversión extranjera			x						x
6	Tipo de moneda					x			x	

Continuación de Matriz de evaluación externa

FACTOR SOCIAL		AMENAZA			IMPACTO					
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO			
1	Desempleo en aumento				x		x			
2	Salud		x					x		
3	Crisis económica						x			
4	Delincuencia Organizada					x		x		
5	Analfabetismo					x				
6	Crecimiento demográfico	x						x		
FACTOR TECNOLÓGICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Creación de nuevas tecnologías	x						x		
2	Insolencia de la tecnología					x			x	
3	Acceso libre a Internet	x						x		
4	Implementación de nuevo software	x						x		
5	Globalización Tecnológica	x						x		
6	Equipamiento tecnológico		x						x	

Continuación de Matriz de evaluación externa

FACTOR AMBIENTAL		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Protección del Ecosistema	x						x		
2	Calentamiento Global				x			x		
3	Cambio Climáticos				x			x		
4	Erupción Volcánica				x			x		
5	Incendios Forestales				x			x		
6	Terremotos				x			x		
FACTOR COMPETITIVO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Poder de negociación	X						X		
2	Productos sustitutos				X			X		
3	Población con niveles altos de estrés	X						X		
4	Clientes constantes		X						X	
5	Lugares Abiertos						X			X
6	Marketing		X						X	

La matriz de evaluación externa cuenta con 6 factores que son Servicio, clientes, proceso administrativo, talento humano, infraestructura y tecnología de los cuales tenemos en total 36 variables donde tiene impactos altos, bajos y medios en cuanto a fortalezas y debilidades.

10.9 Matriz FODA

Todas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas y detalladas en la matriz MEFE, MEFI se enumeran en esta matriz para encontrar soluciones estratégicas para eliminar sesgos utilizando las fortalezas y oportunidades de cada empresa. Estos sub factores se nombran según el tipo FODA al que pertenecen. Hay 10 sub factores para Fortalezas, 10 sub factores para Oportunidades, 10 Debilidades, 10 Amenazas, que se evalúan en una matriz de pesos y valores, clasificados por rango. Ver tabla 16

10.10 Valoración Matriz MEFE

De igual manera para los sub factores externos se califica con un peso, valor, y nota ponderada, sin embargo, en este caso se le da el peso a un 60% para oportunidades, y 40% para amenazas. con el fin de dar un valor más alto a la oportunidad. Con un valor final de 1,96 para las oportunidades, y 2,56 para amenazas, se mantiene el enfoque a crear estrategias de mejora. Ver tabla 17

10.11 Valoración matriz MEFI

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

planificaciones documentadas de las actividades por área conjunto a los objetivos de meta empresariales. Finalmente se obtiene un valor de fortalezas de: 2,03 para fortalezas, y 2,59 para debilidades. Ver tabla 18

10.12 Matriz de la gran estrategia

Aquí se diseñan las estrategias en forma cruzada, primero se enlistan las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades, con mayor valor, las cuales pasaron por las matrices de evaluación en total existen 40 sub factores, para diseñar las estrategias se mezclan: Fortalezas con oportunidades (FO), debilidades con oportunidades (DO), fortalezas con amenazas (FA), y debilidades con amenazas (DA). Ver tabla 19

10.13 Análisis estratégico

Partiendo de la creación y desarrollo de estrategias que puedan corregir errores y desviaciones en la operación de las empresas de ocio y recreación del cantón salcedo, se realizó un análisis para clasificar las estrategias en alto, medio y bajo impacto. Considerar estrategias para hacer frente a la mayoría de los problemas internos y externos con énfasis en la administración, el control y la gestión. Ver tabla 20

10.14 Matriz de resultados

Finalmente, luego de clasificar las estrategias según su impacto y pertinencia, se clasifican las estrategias finales para expresarse en términos de promoción y mejora que aborden las falencias y problemáticas que existen en las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Salcedo, las cuales se desarrollan en base a los puntos fuertes, así como oportunidades para abordar debilidades y amenazas, totalizando 11 estrategias finales. Ver tabla 21

Tabla 16.
Matriz FODA

MATRIZ FODA			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Diversificación en los Servicios	O1	Permisos de funcionamiento y salubridad
F2	Calidad del Servicio	O2	Acuerdos comerciales
F3	Cuentan todos los productos con el registro de seguridad.	O3	Diversificación
F4	Usuarios frecuentes	O4	Globalización Tecnológica
F5	Atención personalizada	O5	Crecimiento demográfico
F6	Control del cumplimiento y desempeño profesional	O6	Creación de nuevas tecnologías
F7	Existencia de valores y principios	O7	Implementación de nuevo software
F8	Amplio espacio del lugar	O8	Protección del Ecosistema
F9	Acceso a internet	O9	Poder de negociación
F10	Innovación de servicios tecnológicos	O10	Población con niveles altos de estrés
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Mínimo Porcentaje de instrumentos en mal estado	A1	Política cambiaria
D2	Clasificación de clientes	A2	Políticas tributarias
D3	Tendencia en Redes Sociales	A3	Inflación
D4	Conocimiento de procesos	A4	Riesgo País
D5	Baja aplicación de nuevas estrategias	A5	Desempleo en aumento
D6	Falta de implementos	A6	Calentamiento Global
D7	Falta de departamento de TICS en la empresa	A7	Cambio Climáticos
D8	Incorporación de ventas a través de internet	A8	Erupción volcánica
D9	Medidas Preventivas	A9	Empresas cercanas al cantón
D10	Comunicación laboral	A10	Actividades sustitutas

Tabla 81.
Resultados valoración MEFE

	OPORTUNIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Permisos de funcionamiento y salubridad	0,07	7%	3	0,21
O2	Acuerdos comerciales	0,04	4%	3	0,12
O3	Diversificación	0,04	4%	2	0,08
O4	Globalización Tecnológica	0,04	4%	2	0,08
O5	Crecimiento demográfico	0,08	8%	4	0,32
O6	Creación de nuevas tecnologías	0,06	6%	3	0,18
O7	Implementación de nuevo software	0,06	6%	3	0,18
O8	Protección del Ecosistema	0,05	5%	3	0,15
O9	Poder de negociación	0,06	6%	4	0,24
O10	Población con altos niveles de estrés	0,1	10%	4	0,40
TOTAL		0,6	60%		1,96
	AMENAZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
A1	Política cambiaria	0,05	5%	2	0,10
A2	Políticas tributarias	0,04	4%	4	0,16
A3	Inflación	0,05	5%	4	0,20
A4	Riesgo País	0,03	3%	2	0,06
A5	Desempleo en aumento	0,03	3%	3	0,09
A6	Calentamiento Global	0,02	2%	2	0,04
A7	Cambio Climáticos	0,03	3%	2	0,06
A8	Erupción volcánica	0,05	5%	4	0,20
A9	Empresas cercanas al cantón	0,05	5%	4	0,20
A10	Actividades sustitutas	0,05	5%	4	0,20
TOTAL		0,4	40%		1,31
					2,56

Tabla 82.
Resultados valoración MEFI

VALORACIÓN DE LA MATRIZ MEFI					
	FORTALEZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Diversificación en los Servicios	0,07	7%	3	0,21
F2	Calidad del Servicio	0,07	7%	4	0,28
F3	Los Implementos cuentan con registro de seguridad.	0,05	5%	4	0,20
F4	Usuarios frecuentes	0,05	5%	3	0,15
F5	Atención personalizada	0,06	5%	3	0,18
F6	Control del cumplimiento y desempeño laboral	0,06	5%	3	0,18
F7	Existencia de valores y principios	0,06	5%	3	0,18
F8	Amplio espacio del lugar	0,07	7%	3	0,21
F9	Acceso a internet	0,05	8%	4	0,20
F10	Innovación de productos tecnológicos	0,06	6%	4	0,24
	Total	0,6	60,00%		2,03
	DEBILIDADES	PESO	%	VALOR	PONDERACIÓN
D1	Mínimo Porcentaje de equipamiento en mal estado	0,03	3%	1	0,03
D2	Clasificación de clientes	0,03	4%	2	0,06
D3	Tendencia en Redes Sociales	0,04	3%	2	0,08
D4	Conocimiento de procesos	0,05	5%	1	0,05
D5	Baja aplicación de nuevas estrategias	0,05	5%	2	0,1
D6	Falta de implementos	0,05	5%	1	0,05
D7	Falta de departamento de TICS en la empresa	0,04	4%	2	0,08
D8	Incorporación de ventas a través de internet	0,03	4%	1	0,03
D9	Medidas preventivas	0,04	3%	1	0,04
D10	Comunicación laboral	0,04	4%	1	0,04
	Total	0,4	40%		0,56
Total		1	100%		2,59

Tabla 83.

Matriz estratégica

MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA		FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
		F1. Diversificación de los Servicios	D1. Mínimo Porcentaje de equipamiento en mal estado
		F2. Calidad de servicio	D2. Clasificación de clientes
		F3. Los Implementos cuentan con registro de seguridad.	D3. Tendencia en Redes Sociales
		F4. Usuarios Afiliados	D4. Conocimiento de procesos
		F5. Atención personalizada	D5. Baja aplicación de nuevas estrategias
		F6. Control del cumplimiento y desempeño profesional	D6. Falta de implementos
		F7. Existencia de valores y principios	D7. Falta de departamento de TICS en la empresa
		F8. Amplio espacio del lugar	D8. Incorporación de ventas a través de internet
		F9. Acceso a internet	D9. Medidas preventivas
		F10 Innovación de servicios tecnológicos	D10. Comunicación laboral
OPORTUNIDADES (O)		ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O 1	Permisos de funcionamiento y salubridad	F1O2 Aumentar en variedad los servicios a través de vinculaciones con nuevos proveedores	D1.O1. Verificar la fecha de utilidad del equipamiento para evitar clausuras o sanciones por parte de entidades reguladoras.
O 2	Acuerdos comerciales	F3O1 Obtener los permisos de funcionamiento y seguridad a su vez contar con servicios correctamente registrados y aceptados.	D3O10. Implementar contenido viral en redes sociales, con el fin de llegar a quienes más lo requieren.
O 3	Diversificación	F4O10 Identificar a los clientes que visitan constantemente para que formen parte del sistema de usuarios afiliados.	D6O2 Buscar varios proveedores que nos faciliten los equipos necesarios para la marcha del negocio.
O 4	Globalización Tecnológica	F10O7 Implementar un programa que permita el manejo total de servicios, clientes, de la empresa a través de los avances tecnológicos.	D8O6 Expandir el negocio a través del internet, ofreciendo de forma real lo que disponemos.

O 5	Crecimiento demográfico	F708 Fomentar la cultura de los clientes a través de campañas de cuidado y uso adecuado del ecosistema, para su mejora continua. F909 Por medio de internet, tener acercamiento con nuevos proveedores que permitan realizar negociaciones fuera y dentro del país.	D707. Implementar un sistema informático para el crecimiento de las ventas.
O 6	Creación de nuevas tecnologías		
O 7	Implementación de nuevo software		
O 8	Protección del Ecosistema		
O 9	Poder de negociación		
O 10	Población con niveles altos de estrés		
	AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A 1	Política cambiaria	F6A5 Realizar charlas al personal sobre las nuevas tendencias a nivel económico, social y político.	D7A4 Implementar un departamento de Tics para minimizar el riesgo
A 2	Políticas tributarias		D8A3 Incorporar la venta por internet recibiendo pagos de diferentes formas ganando así un porcentaje extra.
A 3	Inflación	F2A1 Adquirir Implementos de servicio con alta calidad a precios establecidos cumpliendo con la normativa tributaria.	D5A2 Mejorar las estrategias con respecto a las declaraciones tributarias.
A 4	Riesgo País		
A 5	Desempleo en aumento	F1A10 Incrementar la variedad y gama de los servicios para que la demanda se mantenga y no adquiera servicios sustitutos.	D2A5 Ofrecer una mejor atención de acuerdo a la clasificación de clientes ya que no todas las personas cuentan con el mismo poder adquisitivo.
A 6	Calentamiento Global		
A 7	Cambio Climáticos	F3A9 Verificar que todos los implementos tengan un registro de seguridad antes de comprarlos.	
A 8	Erupción volcánica		
A 9	Empresas cercanas al cantón	F10A4 Revisar constantemente los cambios tecnológicos y los riesgos que podría ocurrir.	

Tabla 20.
Análisis estratégico

ANÁLISIS ESTRATÉGICO		IMPACTO		
FO		ALTO	MEDIO	BAJO
F1A10	Incrementar la variedad y gama de los servicios para que la demanda se mantenga y no adquiera servicios sustitutos.	X		
F3O1	Obtener los permisos de funcionamiento y seguridad a su vez contar con servicios correctamente registrados y aceptados.			X
F4O10	Identificar a los clientes que visitan constantemente para que formen parte del sistema de usuarios afiliados.	X		
F1007	Implementar un programa que permita el manejo total de servicios, clientes, de la empresa a través de los avances tecnológicos.	X		
F7O8	Fomentar la cultura de los clientes a través de campañas de cuidado y uso adecuado del ecosistema, para su mejora continua.		X	
F9O9	Por medio de internet, tener acercamiento con nuevos proveedores que permitan realizar negociaciones fuera y dentro del país.			X
F6A5	Realizar charlas al personal sobre las nuevas tendencias a nivel económico, social y político.	X		
F2A1	Adquirir Implementos de servicio con alta calidad a precios establecidos cumpliendo con la normativa tributaria.		X	
F1A10	Incrementar la variedad y gama de los servicios para que la demanda se mantenga y no adquiera servicios sustitutos.	X		

F3A9	Verificar que todos los implementos tengan un registro de seguridad antes de comprarlos.	X	
F10A 4	Revisar constantemente los cambios tecnológicos y los riesgos que podría ocurrir.		X
D1O1	Verificar la fecha de utilidad del equipamiento para evitar clausuras o sanciones por parte de entidades reguladoras.	X	
D3O1 0	Implementar contenido viral en redes sociales, con el fin de llegar a quienes más lo requieren.	X	
D6O2	Buscar varios proveedores que nos faciliten los equipos necesarios para la marcha del negocio.		X
D8O6	Expandir el negocio a través del internet, ofreciendo de forma real lo que disponemos.		X
D7O7	Implementar un sistema informático para el crecimiento de las ventas.	X	
D7A4	Implementar un departamento de Tics para minimizar el riesgo		X
D8A3	Incorporar la venta por internet recibiendo pagos de diferentes formas ganando así un porcentaje extra.	X	
D5A2	Mejorar las estrategias con respecto a las declaraciones tributarias.		X
D2A5	Ofrecer una mejor atención de acuerdo a la clasificación de clientes ya que no todas las personas cuentan con el mismo poder adquisitivo.	X	

Tabla 21.*Matriz de resultados FODA*

Resumen de las estrategias	
F1A10	Incrementar la variedad y gama de los servicios para que la demanda se mantenga y no adquiera servicios sustitutos.
F4O10	Identificar a los clientes que visitan constantemente para que formen parte del sistema de usuarios afiliados.
F10O7	Implementar un programa que permita el manejo total de servicios, clientes, de la empresa a través de los avances tecnológicos.
F6A5	Realizar charlas al personal sobre las nuevas tendencias a nivel económico, social y político.
F10A4	Revisar constantemente los cambios tecnológicos y los riesgos que podría ocurrir.
F7O8	Fomentar la cultura de los clientes a través de campañas de cuidado y uso adecuado del ecosistema, para su mejora continua
D8O6	Expandir el negocio a través del internet, ofreciendo de forma real lo que disponemos.
D3O10	Implementar contenido viral en redes sociales, con el fin de llegar a quienes más lo requieren.
D1O1	Verificar la fecha de utilidad del equipamiento para evitar clausuras o sanciones por parte de entidades reguladoras.
D2A5	Ofrecer una mejor atención de acuerdo a la clasificación de clientes ya que no todas las personas cuentan con el mismo poder adquisitivo.
D8A3	Incorporar la venta por internet recibiendo pagos de diferentes formas ganando así un porcentaje extra.

10.15. Proposición de estrategias para las empresas

Estrategias

Incrementar la variedad y gama de los servicios para que la demanda se mantenga y no adquiera servicios sustitutos.

Identificar a los clientes que visitan constantemente para que formen parte del sistema de usuarios afiliados.

Implementar un programa que permita el manejo total de servicios, clientes, de la empresa a través de los avances tecnológicos.

Realizar charlas al personal sobre las nuevas tendencias a nivel económico, social y político.

Revisar constantemente los cambios tecnológicos y los riesgos que podría ocurrir.

Fomentar la cultura de los clientes a través de campañas de cuidado y uso adecuado del ecosistema, para su mejora continua

Expandir el negocio a través del internet, ofreciendo de forma real lo que disponemos.

Implementar contenido viral en redes sociales, con el fin de llegar a quienes más lo requieren.

Verificar la fecha de utilidad del equipamiento para evitar clausuras o sanciones por parte de entidades reguladoras.

Ofrecer una mejor atención de acuerdo a la clasificación de clientes ya que no todas las personas cuentan con el mismo poder adquisitivo.

Incorporar la venta por internet recibiendo pagos de diferentes formas ganando así un porcentaje extra

11. IMPACTOS

11.1 Impacto social

La propuesta de las estrategias de todo el proceso investigativo tiene un impacto positivo dentro del sector ya que mediante la investigación se pudieron recabar datos de gran importancia para la obtención de un registro, de la historia de las empresas turísticas de ocio y recreación, su trabajo y todo lo que ofrece al territorio. Que permitirán que las nuevas generaciones y personas que visiten la localidad puedan tener un acceso a este tipo de mejora, además de comprender la importancia que estos tienen dentro de la identidad empresarial del cantón Salcedo provincia de Cotopaxi.

11.2 Impacto económico.

La sostenibilidad y competitividad es importante, por lo que este puede ser usado por las empresas de ocio y recreación del cantón como un medio para atraer más visitantes que no sólo deseen conocer el establecimiento, sino invitar a descubrir y disfrutar de todo lo que ofrece el cantón. De modo que generen ingresos económicos tanto para las familias dueñas de las empresas como para los demás comerciantes de la zona, quienes podrán ofrecer sus servicios a las personas que visiten el lugar.

11.3 Impacto Ambiental

Toda actividad dirigida a evitar, minimizar, reducir o controlar los impactos medioambientales negativos, a través del diseño de alternativas, programación de actividades, la adición de medidas de protección y otras acciones. Son indispensables para tener un cambio positivo en cuanto cuidar el medio ambiente se trata con esto hace que las empresas, visitantes y personas locales tomen conciencia del cuidado del medio ambiente lo protejan y conserven para generaciones futuras.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 Conclusiones

Los resultados en la evaluación de la sostenibilidad muestran que existen una actividad baja sostenible, las 5 empresas se encuentran en áreas de mejora con (1.46, 1.46, 1.4, 1.70, 1.76) en la escala del 1 al 10 están en la fase P de planificación tienen inconvenientes en las distintas dimensiones ya que en el análisis de las 3 dimensiones refleja que no hay procesos de mejora ni buenas prácticas cabe recalcar que la nota final de cada empresa se basa en la documentación presentada por parte de los propietarios.

En la medición de la variable competitividad los puntajes van desde: (0% - 100%), ubicando a 4 empresas turísticas de ocio y recreación en el rango (0% a 20%), competitividad muy baja debido a que tiene deficiencia en las diferentes áreas que son merchandising, cadena de valor, planeación estratégica, y de (21% a 40%) Manantial de Vida tiene competitividad baja se destacan por su control de gestión de sus operaciones ya que tienen mayor porcentaje de calificación en esas áreas , pero cabe señalar que la nota final depende de la documentación presentada por parte de los propietarios.

El resultado final del proyecto de investigación concluyó que, las 11 estrategias propuestas tienen un nivel de impacto alto en cuanto a la relevancia, en competitividad y sostenibilidad donde se aprovecha las fortalezas y oportunidades para ser aplicadas y ejecutadas en las 5 empresas de ocio y recreación donde se destaca principalmente en las áreas con déficit habrá una mejora en rentabilidad, mejoras del servicio, satisfacción clientes y empleados siempre y cuando se ejecuten de manera correcta las estrategias propuestas.

12.2 Recomendaciones

Aplicar las metodologías de acuerdo al trabajo de las empresas turísticas de ocio y recreación tener en cuenta su categoría, sabiendo que no todas pueden llegar a cumplir todos los estándares, normas de evaluación por el tipo de categoría que pertenecen.

Comprender y comunicar los puntos clave de una evaluación que son fáciles de entender para los encuestados puede proporcionar información y documentación relevantes para una mejor escala de evaluación, de modo que el resultado final sea más beneficioso en el período posterior.

Tener en cuenta que la manera más fácil de llegar a un resultado es saber en qué medio nos encontramos de antemano tener información previa recolectada para que sea más fácil el trabajo de la investigación.

13. REFERENCIAS

- Acerenza, M. A. (2003). Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual. *Aportes y Transferencias*, 7(2), Art. 2.
- Aguilar Cortez, L. (2012). Tiempo libre, ocio y recreación, pensamiento crítico en México. *Educación Física y Deporte*, 31(2), 1106-1111.
- Alcívar Vera, I. I., & Bravo Acosta, O. M. (2017). Turismo sostenible: Una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espirales. Revista multidisciplinaria de investigación*, 1(9), 3-3.
- Altamirano Benítez, V., Túnnez López, M., & Marín Gutiérrez, I. (2019). *Turista 2.0, comportamiento y uso de los medios sociales*. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/14358>
- Ávila, P. Z. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: Un concepto poderoso para la humanidad. *Tabula Rasa*, 28, 409-423. <https://doi.org/10.25058/20112742.n28.18>
- Bonilla, J. M. L., & Bonilla, L. M. L. (2006). La concentración estacional en las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística. *Revista de Estudios Regionales*, 77, 77-104.
- Cabria, S. B. (2004). La competitividad del sector turístico. *Boletín Económico, SEP*, 1-17.
- Calero Morales, S., Klever Díaz, T., Caiza Cumbajin, M. R., Rodríguez Torres, Á. F., & Analuiza, E. F. (2016). Influencia de las actividades físico-recreativas en la autoestima del adulto mayor. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 35(4), 366-374.
- Camacho Sandoval, J. (2008). Asociación entre variables: Correlación no paramétrica. *Acta Médica Costarricense*, 50(3), 144-146.

- Cardona, J. R. (2014). Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: El caso de Ibiza. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 3-22.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i1.704>
- Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: Una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 11, 5-21.
- Carrión Medina, J. B. (2016). *Calidad de vida a través de actividades físicas y recreativas en el centro de adultos mayores Changaimina, cantón Gonzanamá, provincia de Loja* [Tesis de licenciatura]. <https://dspace.unl.edu.ec/handle/123456789/11667>
- Castillo-Ruano, G. R., & Banguera-Rojas, D. E. (2018). Evaluación estratégica desde una matriz FODA en la empresa aglomerados. *Polo del Conocimiento*, 3(9), 224.
<https://doi.org/10.23857/pc.v3i9.720>
- Chávez Dagostino, R. M., Andrade Romo, E., & Espinoza Sánchez, R. (2013). Turismo y desarrollo sustentable: Contribución de Hispanoamérica. *Teoría y Praxis*, 13, 9-33.
- Cheibub, B. L., & Melo, V. A. de. (2010). Experiencia turística, ocio/recreación y mediación. Un estudio del proyecto «Turismo Jovem Cidadão» en Rio de Janeiro, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(6), 1037-1052.
- Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística.* (s. f.). Recuperado 12 de febrero de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362019000100134&script=sci_arttext
- Escalante, Y. (2011). Actividad física, ejercicio físico y condición física en el ámbito de la salud pública. *Revista Española de Salud Pública*, 85(4), 325-328.

- Escalona-Ulloa, M., Peña Corté, F., & Hiriarte Llanos, R. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(2), 306-321.
- Faria, J. A. S., & Gomes, C. L. (2013). El Ocio Y El Turismo En Los Artículos Publicados En Revistas Académicas De Turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(5), 875-892.
- Ferreira Lopes, S. D., Rial Boubeta, A., & Varela Mallou, J. (2010). Segmentación post hoc del mercado turístico español: Aplicación del análisis clúster en dos etapas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(5), 592-606.
- Flores Ruiz, D. (2011). Delimitación de la empresa turística desde diferentes enfoques de análisis de la economía del turismo. *Journal of Tourism Analysis = Revista de Análisis Turístico*, 11, 1-7.
- Gómez, P. (2004, diciembre). *Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta* (global) [Info:eu-repo/semantics/article]. Pedro Gómez. http://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.html
- Jiménez Ramírez, M. H. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *Umbral Científico*, 9, 115-125.
- La gestión de departamentos y destinos turísticos de Colombia según el Índice de Competitividad Turística Regional (ICTRC) | REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO.* (2020). <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/view/13010>
- La logística: Clave para la competitividad global de las pequeñas y medianas empresas del estado de Jalisco en México.* (s. f.). Recuperado 12 de febrero de 2023, de

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-

[36072017000100004](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072017000100004)

Labarca, N. (s. f.). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. 28.

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.

Lascurain Fernández, M., & López González, J. A. (2013). Retos y oportunidades de la globalización económica. *Confines de relaciones internacionales y ciencia política*, 9(17), 9-34.

Lastra Bravo, X., & Cabanilla, E. (2020). Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador reflexiones desde la academia—IV CONGRETUR. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(4), 1272-1289.

León Valbuena—2013—*Fuerza de ventas determinante de la competitividad.pdf*. (s. f.). Recuperado 12 de febrero de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992014.pdf>

Linares, H. L., & Garrido, G. M. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.

Loor Bravo, L., Alonso Alemán, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 9(1), 97. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195

López, D. A. M., & Sisa, F. G. P. (2020). Teletrabajo como estrategia de competitividad y desarrollo para las empresas en el Ecuador. *REVISTA ERUDITUS*, 1(2), Art. 2. <https://doi.org/10.35290/re.v1n2.2020.318>

- Marín, C. E. (2011). Innovación para la competitividad turística en La Manga del Mar Menor (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, 27, Art. 27.
- Matsudo, S. M. M. (2012). Actividad Física: Pasaporte Para La Salud. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 23(3), 209-217. [https://doi.org/10.1016/S0716-8640\(12\)70303-6](https://doi.org/10.1016/S0716-8640(12)70303-6)
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2020). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 2019(129), 7-27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>
- Montúfar Mancheno, C., & Balseca Franco, F. (Eds.). (2015). *Ecuador: Desafíos para el presente y el futuro* (Primera edición). Universidad Andina Simón Bolívar Ecuador.
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 1, 135-158.
- Moya Balarezo, E. M. (2014). Dinámicas socioeconómicas del cantón Salcedo-provincia de Cotopaxi período 2007-2012 [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. En *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/6881>
- Muñoz Barriga, A. (2015). La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en Galápagos—Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 399-413.
- Narváez Castro, M. L., Fernández De Hurtado, G., & Henríquez Barráez, A. T. (2013). Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 21(1), 243-260.

- Narváez, M., & Fernández, G. (2010). El turismo desde la perspectiva de la demanda. lugar de estudio: Península de Paraguaná Venezuela. *Revista U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 13(2), 175-183.
- Orduna, G., & Urf, C. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis (Santiago)*, 9(26). <https://doi.org/10.4067/S0718-65682010000200005>
- Paternoster, A. (2011). *Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa: Un análisis comparativo de las memorias de sostenibilidad* [Maestría, Universitat Politècnica de Catalunya]. <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/13644>
- PDOT. (2023). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial: Diagnostico por componentes Cantón Salcedo* (11.^a ed.). Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Salcedo. <https://acortar.link/c4jJwW>
- Pérez Colmenares, S. del V. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 13(2), 164-183. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200164>
- Quintero, F. Á. L., Rodríguez, N. R. H., Pallerols, G. M. C., & Cusme, Y. A. Z. (2021). Comportamiento del consumidor de destinos turísticos de Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), Art. 96. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.21>
- Rabadán Vergara, J. M., & Luffiego García, M. (2000). La evolución del concepto de sostenibilidad y su introducción en la enseñanza. *Enseñanza de las ciencias: revista de investigación y experiencias didácticas*, 18(3), 473-486.
- Ramírez Ospina, D. E., Otero Gómez, M. C., & Giraldo Pérez, W. (2014). Comportamiento del consumidor turístico. *Criterio Libre*, 12(20), 165-183.

- Ramos Farroñán, E. V., Valle Palomino, N., Ramos Farroñán, E. V., & Valle Palomino, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: Camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298.
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, 33, 93-124.
- Santamaría-Freire, E. J., & López-Pérez, S. de los A. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.
- Tortosa Martínez, J. (2011). Las titulaciones de ocio y recreación en los Estados Unidos: Un análisis comparativo. *Revista de investigación en educación*, 9(1), 56-72.
- Vásquez Paniagua, J. A., & Gonzales Isaza, D. P. (2009). Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 4(8), 49-56.
- Wallingre, N., & Salinas Chávez, E. (Eds.). (2018). *Desarrollo del turismo en América Latina: Fases, enfoques e internacionalización* (1ra ed.). Unidad de Publicaciones, Departamento de Economía y Administración, Universidad Nacional de Quilmes.

*Anexo 1 Hoja de vida del equipo de investigación***Hoja de vida del docente tutor****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 DESARROLLO 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 quinua 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

Continuación Hoja de vida del equipo de investigación

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

HOJA DEL INVESTIGADOR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDO: Porras Peralvo

NOMBRES: Alex Omar

ESTADO CIVIL: Soltero

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 0503799785

NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 0

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: 19/01/1996

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Ambato-Cotopaxi

TELÉFONO CONVENCIONAL: 032728799

TELÉFONO CELULAR: 0998717377

EMAIL INSTITUCIONAL: alex.porras9785@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A

DE CARNET CONADIS: N/A



ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	INSTITUCIÓN
PRIMARIO	Escuela Federico González Suarez
SECUNDARIO	Unidad Educativa "San Francisco De Asís"
TERCER	Universidad Técnica de Cotopaxi

Anexo 2 Preguntas de las metodologías

COMPETITIVIDAD
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (PE)
Procesos
1. La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.
2. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla
3. Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica
4. El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento
5. 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
6. Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas
7. 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
8. Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas
Implementación
9. 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
10. El planteamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.
CADENA DE VALOR (CV)
Planificación
1. El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos
2. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro previsible.
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
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
5. La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precios.
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.
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
Mantenimiento
8. Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados.

Continuación preguntas de las metodologías

1. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos críticos los operarios de los equipos participan de su mantenimiento.
0. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento predictivo.
1. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento productivo.
2. La empresa tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, así como lucro cesante adecuado.
Investigación y desarrollo
3. La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera de vital importancia para su supervivencia
4. Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas y procesos de producción.
5. La empresa dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnologías claves para su negocio.
6. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de equipo y tecnología y modernización de su proceso de producción.
Aprovisionamiento
7. Existen criterios formales para la planificación de la compra de materias primas, materiales y repuesto
8. Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta.
9. 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.
10. 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.
Manejo de inventarios
11. 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.
12. Hay un nivel óptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo.
13. El sistema de almacenamiento y administración de inventarios garantiza adecuados niveles de rotación, uso y control de estos.
14. Con periodicidad programada se compara inventario físico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario.
Ubicación de infraestructura
15. La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribución del producto terminado.
16. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD (AC)
Aspectos generales
17. 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
18. Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento
Sistema
19. Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.
20. El sistema de calidad identifica las necesidades de cliente y lo compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños.
21. 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.
22. 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.

Continuación preguntas de las metodologías

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.
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.
2. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.
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.
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
5. La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).
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.
7. Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa
8. Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.
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
10. La empresa evalúa periódicamente sus mecanismos de promoción, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.
Servicios
11. El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.
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.
13. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos
Distribución
14. La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
15. La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribución que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.
16. La empresa prefiere contratar vendedores con vínculo laboral en lugar de independientes sin vínculo laboral
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.
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
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
Administración financiera
4. La empresa tiene una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).

Continuación preguntas de las metodologías

5. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de productos
6. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.
7. La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones
Normas legales y tributarias
8. Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social
9. Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.
10. La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.
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.
TALENTO HUMANO (TH)
Aspectos generales
1. La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.
2. La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal
3. Existe una junta directiva que lidera la empresa.
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.).
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.
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.
Cultura organizacional
7. Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.
8. La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.
9. El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa
10. La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral
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.).
12. La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.
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
14. La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas
GESTIÓN AMBIENTAL
Políticas
1. En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.
2. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas
3. La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.
4. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.

Continuación preguntas de las metodologías

Estrategia para proteger al medio ambiente	
5.	La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.
6.	Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.
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.
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.
9.	La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo
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.
2.	La empresa esta actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.
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.
Entradas	
4.	Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.
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.
Procesos	
6.	Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.
7.	Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico fallas en el equipo de proceso
Salidas	
8.	La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.
9.	La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones
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

CALIFICACIÓN	
0	No existe
1	existe; sin presentar las evidencias
2	en proceso de documentación
3	documentado
4	documentado y difundido
5	documentado, difundido y actualizado (versión 2022)

Encuesta Metodología Innovarse

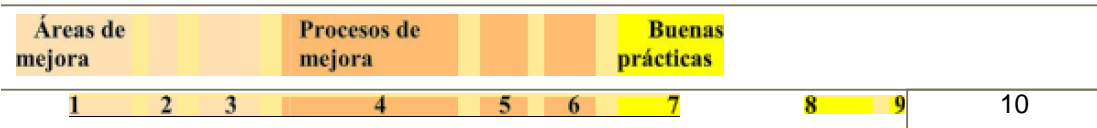
Dimensión Económica (DE)
1. La empresa cumple con todas las obligaciones legales relativas a la legalización de los libros contables, pago de impuestos y auditorías; y todas sus obligaciones tributarias del Ecuador, cumpliendo con todas las normas legales que les afecten. Se somete a auditorías si procede y no se recogen salvedades en ellas.
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.
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.
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.
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.
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).
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.
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.
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.
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.

Continuación Encuesta Metodología Innovarse

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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.
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.

Dimensión Social (DS)

1. La empresa cuenta con una Política de Seguridad y Salud Integral y con objetivos y metas en el ámbito preventivo, que han sido trasladados al campo operacional. Tiene definidas las funciones y responsabilidades con materia preventiva para todas las personas relacionadas con este ámbito. Existe el sistema establecido para el desarrollo de las actividades de mejora con una asignación definida de recursos humanos, existe una sistematización de revisión y mejoras que se corrobora fehacientemente.
2. La empresa actualiza la evaluación de riesgos y valoración de los impactos de forma regular e incluye en los periódicos de las **condiciones de trabajo**, independientemente de que se produzcan cambios significativos en el trabajo. El sistema se complementa con el establecimiento de **zodicy** relevantes que facilitan la participación en la mejora de las **condiciones de trabajo** y su gestión con respecto a los objetivos previstos.
3. La empresa cuenta con un sistema participativo que involucra a todas las personas de la empresa 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.
4. La empresa se preocupa por los aspectos relacionados con la igualdad de género por medio de la **plaza** a «porcentaje» de hombres y mujeres que comprende la formación, el lenguaje, y las políticas de contratación y promoción interna.
5. La empresa cuenta con un sistema de promoción y supervisión de las medidas de conciliación de la vida laboral y personal de los empleados de jornada parciales a través de actividades docentes/políticas/sociales, posibilidad de extender horarios voluntariamente por el trabajador acogido a dicha iniciativa, reducción de salario no exactamente proporcional a la reducción de jornada, flexibilidad de jornada de los empleados con posibilidades de formación, bonificaciones o pagos de seguros primarios (polo de trabajo, jubilación).
6. La empresa cuenta con un sistema de promoción y supervisión de las medidas de conciliación de la vida laboral y personal de los empleados de jornada parciales a través de actividades docentes/políticas/sociales, posibilidad de extender horarios voluntariamente por el trabajador acogido a dicha iniciativa, reducción de salario no exactamente proporcional a la reducción de jornada, flexibilidad de jornada de los empleados con posibilidades de formación, bonificaciones o pagos de seguros primarios (polo de trabajo, jubilación).
7. La empresa cuenta, de manera explícita, con un conjunto de prácticas profesionales o normas de **Buenas prácticas** para garantizar la honestidad y calidad en todos los aspectos, acuerdo* y publicidad con la clientela. Este documento es conocido por todos los empleados a través de la formación y se encuentra disponible en el portal "gestión de la clientela".
8. 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 licencia & un número determinado de horas, flexibilidad horaria, etc.
9. La empresa, como práctica habitual, realiza la contratación de proveedores/as locales y tiene establecido un sistema de acceso a las filiales proveedores/as locales y otras agentes económicas, al objeto de participar en proyectos que impulsen al entorno local*.



Anexo 3 Anexos fotográficos

Fotografía 1. Complejo Nagsiche



Fotografía 2. Complejo Playa del Rio.



Fotografía 3. Complejo El Chaparral



Continuación fotografías de trabajo en campo

Fotografía 4. Quinta La Morenita



Fotografía 5. Complejo Manantial de vida



Anexo 4 Instrumento aplicado

COMPETITIVIDAD		CALIFICACIÓN					
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (PE)							
Procesos		0	1	2	3	4	5
1. La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.		✓					
2. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla			✓				
3. Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica				✓			
4. El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento		✓					
5. 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			✓				
6. Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas			✓				
7. 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		✓					
8. Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas			✓				
Implementación		0	1	2	3	4	5
9. 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		✓					
10. El planteamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.			✓				
CADENA DE VALOR (CV)							
Planificación		0	1	2	3	4	5
1. El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos		✓					
2. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro previsible.			✓				
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				✓			
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			✓				
5. La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precios.			✓				
Capacidad		0	1	2	3	4	5
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.			✓				

COMPETITIVIDAD		CALIFICACION					
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO (PE)							
Procesos		0	1	2	3	4	5
1. La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.		✓					
2. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla			✓				
3. Se esta dando espacios para que todos se involucren con la planeacion estratégica				✓			
4. El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboracion quienes son responsables por su ejecucion y cumplimiento		✓					
5. Se definen objetivos especificos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecucion, por parte de las personas responsables del area involucrada			✓				
6. Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participacion de las areas			✓				
7. Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologias y nuevas regulaciones		✓					
8. Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas			✓				
Implementación		0	1	2	3	4	5
9. El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementacion de la estrategia		✓					
10. El planteamiento estratégico da las pautas para la asignacion general de recursos en cada area del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.			✓				
CADENA DE VALOR (CV)							
Planificación		0	1	2	3	4	5
1. El proceso de produccion de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos		✓					
2. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisicion de maquinaria y tecnologia para ser ejecutado en el futuro previsible.			✓				
3. El proceso de produccion es suficientemente flexible para permitir cambios en los productos a ser fabricados en funcion de satisfacer las necesidades de los clientes			✓				
4. El proceso de produccion esta basado en pronosticos de ventas la empresa tiene medidas de control para el flujo de produccion, para conocer el estado y avance							
5. La maquinaria y la tecnologia de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precios.			✓				
Capacidad		0	1	2	3	4	5
6. La empresa conoce la capacidad de produccion de su maquinaria y equipo por cada línea de produccion y de su recurso humano y define el rango deseado de su utilizacion.			✓				

7. La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción mas alla de su potencial actual para responder a una demanda superior a su capacidad de producción						
Mantenimiento	0	1	2	3	4	5
8. Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados.		✓				
9. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos criticos los operarios de los equipos participan de su mantenimiento.		✓				
10. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento predictivo.		✓	✓			
11. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento productivo.	✓					
12. La empresa tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, así como lucro cesante adecuado.	✓					
Investigación y desarrollo	0	1	2	3	4	5
13. La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera de vital importancia para su supervivencia	✓					
14. Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas y procesos de producción.	✓					
15. La empresa dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnologías claves para su negocio.	✓					
16. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de equipo y tecnología y modernización de su proceso de producción.		✓				
Aprovisionamiento	0	1	2	3	4	5
17. Existen criterios formales para la planificación de la compra de materias primas, materiales y repuesto		✓				
18. Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta.		✓				
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.		✓				
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.	✓					
Manejo de inventarios	0	1	2	3	4	5
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.						
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.	✓					
23. El sistema de almacenamiento y administración de inventarios garantiza adecuados niveles de rotación, uso y control de estos.	✓					
24. Con periodicidad programada se compara inventario físico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario.		✓				
Ubicación de infraestructura	0	1	2	3	4	5

25. La ubicacion de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribucion del producto terminado.										
26. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.					✓					
			ASEGUR#	MI	NTODELA CALIDAD	{AC}				
Aspectos generates					0	1	2	3	4	5
1. La gerencia general tiene como filosofia impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo										
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										
Sistema					0	1	2	3	4	5
3. Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.										
4. El sistema de calidad identifica las necesidades de cliente y to compara con el producto ofrecido por la empresa para proponer mejoras o rediseños.										
5. El sistema de calidad involucra los controles necesarios para identificar y medir defectos y sus causas en los procesos de produccion, los retroalimenta para implementar acciones correctivas y les hace seguimiento.										
6. En el proceso de seleccion de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de seleccion y compra.										
7. Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa										
					MARKETING (M)					
Mercado Nacional, Mercado y ventas					0	1	2	3	4	5
1. El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e indices de gestion claramente definidos.										
2. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetracion, posicionamiento y comercializacion.					✓					
3. La empresa conoce los segmentos del mercado en que compite, su participacion, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos.										
4. La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecucion de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento							✓			
5. La empresa dispone de informacion de sus competidores (en cuanto a reputacion, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).							✓			
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 situacion competitiva.							✓			
7. Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa										

8. Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.						
9. La empresa dispone de un sistema de informacion y análisis que le permite obtener informacion actualizada sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guian sus decisiones de compra		✓				
10. La empresa evalua periódicamente sus mecanismos de promocion, sistemas de información de mercados y seguimiento de tendencias.		✓				
Servicios	0	1	2	3	4	5
11. El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomía para atender adecuadamente sus necesidades.		\				
12. La empresa tiene un sistema de investigacion que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis.		✓				
13. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos		✓				
Distribución	0	1	2	3	4	5
14. La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.		✓				
15. La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribucion que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.		✓				
16. La empresa prefiere contratar vendedores con vinculo laboral en lugar de independientes sin vinculo laboral		✓				
CONTABILIDAD Y FINANZAS (CF)						
Monitoreo de costos y contabilidad	0	1	2	3	4	5
1. El sistema de contabilidad y costos prevé informacion confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.		✓				
2. La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periodicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reporte de cuentas por cobrar organizados por periodos de antigüedad			✓			
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		✓				
Administración financiera	0	1	2	3	4	5
4. La empresa tiene una planeacion financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).		✓				
5. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o linea de productos		✓				
6. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.		✓				
7. La empresa evalda la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones		✓				
Normas legales y tributarias	0	1	2	3	4	5
8. Se ha evaluado la inscripcion de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social		✓				

9. Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa, con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.						
10. La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias y se monitorean los resultados.	✓			1		
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.	✓					
TALENTO HUMANO (TH)						
Aspectos generales						
	0	1	2	3	4	S
1. La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.		✓				
2. La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal				1		
3. Existe una junta directiva que lidera la empresa.	t*			1		
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.)						
Capacitación y promoción del personal						
	0	1	2	3	4	5
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.	✓					
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.	✓					
Cultura organizacional						
	0	1	2	3	4	5
7. Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía.		✓		1		
8. La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.		✓		1		
9. El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa		✓		1		
10. La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral		✓		1		
Salud y seguridad industrial						
	0	1	2	3	4	5
11. La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).		✓				
12. La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.		✓		1		
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		r'				
14. La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas	✓			1		
GESTIÓN AMBIENTAL						
Políticas						
	0	1	2	3	4	5
1. En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.	✓					

2. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas	✓					
3. La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.	✓					
4. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.	✓					
Estrategia para proteger al medio ambiente	0	1	2	3	4	5
5. La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.		✓				
6. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.		✓				
Concientización y capacitación	0	1	2	3	4	5
7. Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.		✓				
Administración del desperdicio	0	1	2	3	4	5
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.						
9. La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo	✓					
SISTEMA DE INFORMACIÓN (SI)						
Planeación	0	1	2	3	4	5
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.		✓				
2. La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.		✓				
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.		✓				
Entradas	0	1	2	3	4	5
4. Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.						
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	y/					
Procesos	0	1	2	3	4	5
6. Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.	✓					
7. Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico fallas en el equipo de proceso						

Salidas	0	1	2	3	4	5
8. La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.		✓				
9. La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones		✓				
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			✓			

SOSTENIBILIDAD		CALIFICACION				
Dimensión Económica (DE)	Áreas de mejora			Procesos de mejora		
	1	2	3	4	5	6
1 2 3 4 5 1 2 q - 1 2 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.	✓ ✓ ✓	✓ ✓				
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.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓					
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.	✓ ✓					

3 4 5	4. La empresa realiza actividades de control sobre sus operaciones con las entidades financieras, utiliza criterios econfimicos y de practicas socialmente responsables para seleccionar a las entidades financieras con las que trabaja y gestiona la informacifin que se deriva de ese control de las colaboraciones.	✓ ✓ ✓			
1 2 3 4 5	5. La empresa planifica las inversiones que va a acoimeter mediante un seguimientoperiddico del plan de inversiones dentro de su control de gestiñn. Ademas, 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 analisis de los datos.	✓ ✓ ✓	✓ ✓		
1 2 3 4 5	6. La empresa posee una politica de distribucion de beneficios que tiene en cuenta, en primer lugar, el futuro de la empresa (reinversion o inversifin en ITD). Incluye ademas a accionistas, personas trabajadoras, e incluso una cuantia para temas sociales atendiendo a criterios prefijados por la empresa. Ademas, la empresa gestiona sus excedentes de tesoreria o reservas con criterios de inversion socialrnente responsable (ISR),	✓ ✓ ✓ ✓ ✓			
.j "y 3 4	7. La organizacion gestiona datos relativos a costes de produccion y servicios y se marca objetivos al respecto. Realiza medicifin y aprendizaje implantando acciones de mejora derivadas de l analisis de indicadores. Ademas de medir la efectividad de dichas mejoras en la organizacion, se garantiza que éstas no supongan disminuciñn en el empleo ni una merma de las condiciones laborales.	✓ ✓ ✓	✓	✓	

4
2
3
4

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.

✓
✓
✓
✓

1
2
3
j

9. La empresa negocia las condiciones de pago con todas sus entidades proveedoras 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.

✓
✓
✓

✓
✓

1
2
3
4
5

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.

✓
✓
✓
✓

✓

CALIFICACION

Dimensión Ambiental (DA)

Áreas de mejora

Procesos de mejora

1

2

3

4

5

6

1
2
3
4

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.

✓
✓
✓

✓
✓

1
2
3
4
5

2. Existe un Sistema implantado de Gestifin Ambiental con objetivos y metas completamente desplegados, que conforman un Programa Ambiental totalmente alineado con la Politica Ambiental de la empiesa y se somete sistematicamente a auditorias internas ambientales.

✓
✓
✓

✓
✓

1
2
3
4
5

3. La empresa utiliza indicadores de consumo para el control de los aspectos ambientales referentes a agua, energia y combustibles, y busca la reduccion de éstos mediante acciones de mejora en los usos de estos recursos. Existen evidencias de una sistematica en la implantacion de acciones de mejora para la reduccion de las tres tipologias de consumos.

✓
✓
✓

✓
✓

1
2
3
4
5

4. La empresa cumple toda la legislacion aplicable en la gestion de los residuos, utiliza indicadores para el control y la mejora en esta materia y demuestra evidencias de una sistematica en la busqueda e implantacion de acciones de mejora para la reduccion, reciclado y valorizacion de los residuos.

✓
✓
✓

✓
✓
✓

1
2
3
4
5

5. La empresa cumple toda la legislacion aplicable en cuanto a la identificacion y control de la generacion de residuos no peligrosos, utiliza indicadores para el control y la reduccion de éstos y demuestra evidencias de una sistematica en la busqueda e implantacion de acciones de mejora para la minimizacion.

✓
✓
✓

✓
✓

1
2
3
4
5

6. La empresa cumple la legislacion aplicable como actividad potencialmente contaminante de la atmosfera, utiliza indicadores para el control y la reduccion de los niveles de emisifin. Existen evidencias de una sistematica en la busqueda e implantacion de acciones de mejora para la minimizacion, las emisiones y ademas de forma voluntaria calcula, reduce y compensa sus emisiones favoreciendo el plan de accion por el clima.

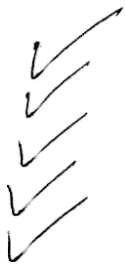
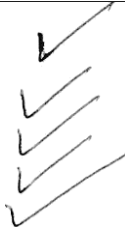
✓
✓
✓

✓

1 2 3 4	7. La organizacifin curnple la legislacion aplicable en materia de ruido, utiliza indicadores para el control y la reduccifin de los niveles de ruido. Existen evidencias de una sistemática en la busqueda e implantaciñn de acciones de mejora para la minimizacifin del ruido emitido.	✓ ✓ ✓	✓ ✓	✓			
1 2 3 4	8. La empresa cumple con toda la legislaciñn aplicable con respecto a los envases y embalajes que utiliza en la comercializacifin de sus productos. Cuenta con medidas implantadas según sea apropiado de envases retornables, cambios de formato, o sustitucion de materiales en los envases y embalajes; asi como una vigilancia ante nuevas formas de transporte de envase de productos.	✓ I ✓	✓				
1 2 7 4 5	9. Las actividades de formaciñn ambiental alcanzan a todas las personas de la empresa y estan planificadas como fruto de la politica ambiental del Sistema de Gestifin Ambiental (SGA) y en linea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formaciñn nuevos conceptos como Ecodiseño o Analisis de Ciclo de Vida del Producto. Ademas, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigacifin ambiental.	✓ ✓ ✓ ✓					
1 2 3 4 5	10. La empresa cuenta con alguna Certificacion Ambiental a nivel nacional o internacional, a partir de alguna herramienta sencilla (Evaluacifin de Impacto Ambiental, Analisis de Legislacion Ambiental, Auditoria energética). Este Sistema puede estar certificado seen UNE - EN ISO 14001 o estar adscrito a1 Reglamento EMAS II; y ademas aporta informacifin para redacciñn de memorias GRI de Sostenibilidad.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓					
			CALIFICACION				

Dimensifin Social (DS)	Areas de mejora			Procesos de mejora		
	1	2	3	4	5	6
1. La empresa cuenta con una Politica de Seguridad y Salud Laboral y con objetivos y metas en e1 ambito preventivo, que han sido trasladados al campo operacional. Tiene definidas las funciones y responsabilidades en materia preventiva para todas las personas relacionadas con este ambito. Existe un sistema establecido para el desarrollo de las actividades de mejora con una asignacion definida de recursos. Ademas, existe una sistematica de revision y mejora que se controla regularmente.	✓ ✓ ✓	✓				
2. La empresa actualiza la Evaluaciñn Inicial y Valoraciñn del Riesgo de forma regular a través de controles periddicos de las condiciones de trabajo, independientemente de que se produzcan cambios significativos en las inismas. El sistema se complementa con e1 establecimiento de indicadores relevantes que facilitan la participacifin en la mejora de las condiciones de trabajo y su gestion con respecto a los objetivos previstos.	✓ ✓ ✓	✓ ✓				
3. La empresa tiene establecido un sistema por e1 que todas las personas de la empresa participan en la definicion del plan estratégico y del plan de gestifin anual. Ademas, se controla y revisa perifidicamente el sistema participativo con el que cuenta la empresa.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓					
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 formaciñn, el lenguaje, y las politicas de contratacion y promocion interna.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓					

<p>5. La empresa cuenta con una política activa de contratación de colectivos desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.</p>	<p>✓ ✓ ✓ ✓</p>	<p>✓</p>				
<p>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 periodo de tiempo, teletrabajo).</p>	<p>✓ ✓ ✓ ✓ ✓</p>					
<p>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.</p>	<p>✓ ✓ ✓ ✓</p>	<p>✓</p>				
<p>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”.</p>	<p>✓ ✓ ✓ ✓</p>	<p>✓</p>				

<p>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 PROfIRIO (propia iniciativa), deciden colaborar con diferentes programas sociales a través de la liberación de un número determinado de horas, financiación, flexibilidad horaria, etc.</p>						
<p>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”.</p>						

COMPETITIVIDAD		CALIFICACION					
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO (PE)							
Procesos		0	1	2	3	4	5
1. La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.		✓					
2. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla		✓	✓				
3. Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica		✓	✓				
4. El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento							
5. 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							
6. Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde esta opera con la adecuada participación de las áreas			✓				
7. Al formular las estrategias competitivas se consideran entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevas tecnologías o productos		✓					
8. Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas		✓	✓				
Implementación		0	1	2	3	4	5
9. El personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia							
10. El planteamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en cada área del negocio de la empresa, con un seguimiento efectivo.			✓	✓			
CADENA DE VALOR (CV)							
Planificación		0	1	2	3	4	5
1. El proceso de producción de la empresa es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos		✓					
2. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisición de maquinaria y tecnología para ser ejecutado en el futuro previsible.		✓					
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			✓				
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			✓				
5. La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel nacional en calidad y precios.		✓					
Capacidad		0	1	2	3	4	5
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.		✓					

7, La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de produccion mas allâ de su potencial actual para responder a una demanda superior a su capacidad de produccion						
Mantenimiento	0	1	2	3	4	5
8. Se realiza un programa de mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria, los resultados son debidamente documentados.						
9. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos criticos los operarios de los equipos participan de su mantenimiento.						
10. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento predictivo.		✓				
11. La empresa establece su programa de mantenimiento bajo el concepto del mantenimiento productivo.		✓				
12. La empresa tiene seguro contra incendio y otras calamidades devastadoras, asi" como lucro cesante adecuado.		✓				
Investigación y desarrollo	0	1	2	3	4	5
13. La innovacion es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera de vital importancia para su supervivencia						
14. Existe un proceso formal de investigacion de nuevas materias primas y procesos de produccion.	✓					
15. La empresa dispone de un programa de investigación y seguimiento a las tecnolog'as claves para su negocio.	✓					
16. La empresa tiene un programa escrito y detallado de adquisicion de equipo y tecnologia y modernizacion de su proceso de produccion.	✓					
Aprovisionamiento	0	1	2	3	4	5
17. Existen criterios formales para la planificacion de la compra de materias primas, materiales y repuesto	✓					
18. Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la planta.						
19. La empresa tiene un plan de contingencia de materias primas criticas, tecnologfas criticas y personal critico que garanticen el normal cumplimiento de sus compromisos comerciales.						
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.						
Manejo de inventarios	0	1	2	3	4	5
21. Como resultado de negociaciones con los proveedores se han programado las entregas de materias primas para mantener el inventario en un nivel éptimo segdn las necesidades.						
22. Hay un nivel éptimo de inventarios de materias primas, producto en proceso y producto terminado para reducir las pérdidas originadas por el mal manejo.						
23. El sistema de almacenamiento y administracion de inventarios garantiza adecuados niveles de rotacion, uso y control de estos.						
24. Con periodicidad programada se compara inventario fisico de materia prima, materiales y producto terminado con el inventario.						
Ubicación de infraestructura	0	1	2	3	4	5

25. La ubicacion de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra y para la distribucion del producto terminado.					✓					
26. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.					✓					1
ASPECTOS GENERALES										
Aspectos generales					0	1	2	3	4	5
1. La gerencia general tiene como filosofia impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo										
2. Las normas de calidad para todos los productos de la empresa estan debidamente documentadas y son conocidas por las personas responsables de su cumplimiento										
SISTEMA					0	1	2	3	4	5
3. Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas para el sector.										1
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.										
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.					✓					
6. En el proceso de seleccion de materias primas existen especificaciones técnicas y se aplican los controles necesarios para verificar la calidad y retroalimentar el proceso de seleccion y compra.						f				
7. Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentados a través del proceso, desde la recepcion de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.					✓					
MERCADO NACIONAL, MERCADO Y VENTAS										
Mercado Nacional, Mercado y ventas					0	1	2	3	4	5
1. El proceso de planeamiento genera un plan de mercado anual, estricto y detallado, con responsables e indices de gestion claramente definidos.										
2. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo, sus estrategias de penetracion, posicionamiento y comercializacion.										
3. La empresa conoce los segmentos del mercado en que compite, su participacion, crecimiento y rentabilidad y desarrolla estrategias comerciales para cada uno de ellos.										
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										
5. La empresa dispone de informacion de sus competidores (en cuanto a reputacion, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).					1					
6. Las estrategias, objetivos y precios de la empresa estan determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situacion competitiva.										
7. Los productos nuevos (menores de tres años) han generado un porcentaje importante de las ventas y de las utilidades totales de la empresa										

8. Los recursos asignados al mercadeo (material publicitario, comisiones, etc.) son adecuados y se usan de manera eficiente.		1				
9. La empresa dispone de un sistema de informacion y análisis que le permite obtener informacion actualizada sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guían sus decisiones de compra						
10. La empresa evalda periodicamente sus mecanismos de promocion, sistemas de informacdn de mercados y seguimiento de tendencias.						
Servicios	0	1	2	3	4	5
11. El personal que tiene contacto con el cliente es consciente de sus responsabilidades y tiene suficiente autonomia para atender adecuadamente sus necesidades.						
12. La empresa tiene un sistema de investigacion que le permite conocer el nivel de satisfaccion del cliente, to documenta y toma acciones con base en su análisis.						
13. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos			1	1		
Distribución	0	1	2	3	4	5
14. La empresa posee una fuerza de ventas capacitada, motivada y competente que apoya el cumplimiento de los objetivos de la empresa.						
15. La empresa ha desarrollado un sistema eficiente de distribucion que permite llevar sus productos a sus clientes cuando y donde ellos lo necesiten.		1				
16. La empresa prefiere contratar vendedores con vinculo laboral en lugar de independientes sin vinculo laboral			1	1		
CONTABILIDAD Y FINANZAS (CF)						
Monitoreo de costos y contabilidad	0	1	2	3	4	5
1. El sistema de contabilidad y costos prevé informacion confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.						
2. La gerencia general recibe los informes de los resultados contables en los diez primeros días del mes siguiente periodicamente (quincenal o mensualmente) se preparan reporte de cuentas por cobrar organizados por periodos de antigüedad						
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						
Administracion financiera	0	1	2	3	4	5
4. La empresa tiene una planeacion financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).		1				
5. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o lfnea de productos						
6. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman acciones correctivas.						
7. La empresa evalua la utilidad de sus inversiones, en equipo y otros activos fijos, y en general de inversiones			1	1		
Normas legales y tributarias	0	U	Z	3	4	S
8. Se ha evaluado la inscripcion de la empresa ante la superintendencia de compañías con su objeto social		1				

2. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas					
3. La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.	/				
4. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.					
Estrategia para proteger al medio ambiente	0	1 2	3 4	5	
5. La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.					
6. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.					
Concientización y capacitación	0	1 2	3 4	5	
7. Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.					
Administración del desperdicio	0	1 t 2	3 4	5	
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.					
9. La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo					
SISTEMA DE INFORMACIÓN (SI)					
Planeación	0	1 2	3 4	5	
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.					
2. La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.					
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.					
Entradas	0	1 2	3 4	5	
4. Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.					
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.					
Procesos	0	1 2	3 4	5	
6. Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.					
7. Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico fallas en el equipo de proceso					

Salidas	0	1	2	3	4	5
8. La informacion generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y util y es usada para la toma de decisiones.		√				
9. La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de la toma de decisiones						
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 subarea y area; ya al final, cuando ya se han calificado todas las areas se encuentran los resultados finales con el puntaje obtenido por la empresa						

SOSTENIBILIDAD						
CALIFICACION						
Dimensiñn Econñmica (DE)	Areas de mejora				Procesos de mejora	
	1	2	3	4	5	6
1. La empresa cumple con todas las obligaciones legales relativas a la legalizacion de los libros contables, pago de impuestos y auditorlas; y todas sus obligaciones tributarias del Ecuador, cuinpliando con todas las normas legales que les afecten. Se somete a auditorias st procede yno sc recogen salvedades en ellas.						
2. La empresa establece unos criterios claros para el buen gobierno de la misma, estableciendo mecanismos para evitar el mal uso de la informacion privilegiada o los conflictos de intereses. Siguiendo pautas de buen gobierno y transparencia, la empresa informa sobre sus resultados economicos a sus principales grupos de interés de una forma coherente y clara, incorporando ademas aspectos sociales y ambientales en dichos resultados.						
3. La política de retribucifin por conceptos salariales de la empresa cuenta con un sistema de determinaciñn de salarios, criterios de revision salarial, y medicion de la satisfaccion de las personas trabajadoras respecto a este ambito.						

Anexo 5 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 OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN SALCEDO DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**” presentado por: **Alex Omar Porras Peralvo**, egresado de la Carrera de: **Licenciatura en Turismo**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, 28 de febrero de 2023

Atentamente,




Mg. Patricia Marcela Chacón Porras
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
C.C: 0502211196