



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

LICENCIATURA EN TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**“PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE
SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS”**

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

Autora:

Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Tutora:

Andrade Ayala Andrea Isabel

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez, con cédula de ciudadanía N° 0504576273, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Propuesta de un instrumento para la evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas” siendo la Ingeniera M.Sc. Andrea Isabel Andrade Ayala, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

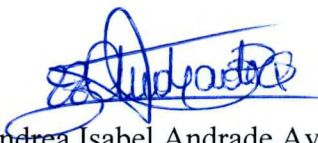
Latacunga, 15 de febrero del 2023



Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Estudiante

CC: 0504576273



Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, M.Sc.

Docente Tutora

CC: 1719291468

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 **ATIAJA JIMÉNEZ VIVIANA LISBETH**, identificada con cédula de ciudadanía. **0504576273** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA 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. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Ingeniería Agroindustrial, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2018- Marzo 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación en Consejo Directivo: 30 de Noviembre del 2022

Tutora: Ingeniera M.Sc. Andrea Isabel Andrade Ayala

Tema: “Propuesta de un instrumento de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas”

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA 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 **LA 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 **LA 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 15 días del mes de febrero del 2023.

Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez

LA CEDENTE

Dr. Fabricio Tinajero Jiménez

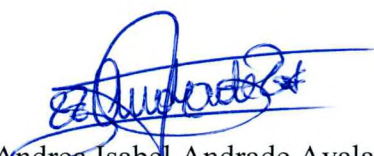
LA CESIONARIA

AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de la Tutora del Proyecto de Investigación con el título:

“PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS” de Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth, 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, 15 de febrero 2023


Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala, M.Sc.

DOCENTE TUTORA

CC: 1719291468

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: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth con el título del Proyecto de Investigación: “PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS”, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

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

Latacunga, 15 de febrero del 2023



Lector 1 (Presidente)

Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mgs.

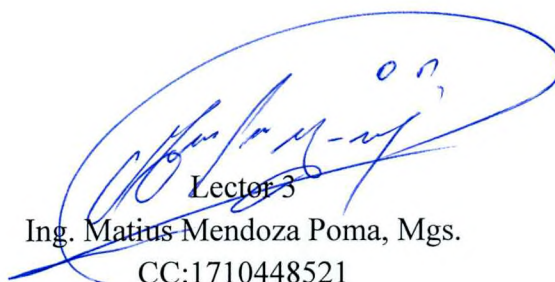
CC: 0602636987



Lector 2

Ing. Freddy Anaximandro Álvarez, Mgs.

CC: 1712930328



Lector 3

Ing. Matius Mendoza Poma, Mgs.

CC:1710448521

AGRADECIMIENTO

Esta tesis es resultado de mi formación, agradecer a Dios por permitirme llegar hasta aquí y culminar mi carrera Universitaria, segundo agradecer a mis padres que fueron parte de este proceso y me ayudaron a construir mis éxitos.

De igual manera quiero agradecer a todos mis docentes que compartieron parte de sus conocimientos, y enseñanza que permitieron desarrollarme como persona profesional, de manera especial a mi tutor de tesis Ing. Andrea Andrade quien, con su dedicación, experiencia y motivación me oriento para poder culminar mi trabajo de investigación.

Atiaja Jiménez Viviana

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mis padres Franqui Atiaja y Silvia Jiménez, por ser los pilares fundamentales y guiarme con amor y respeto hacia las demás personas, quienes, con su apoyo, paciencia y sacrificios me han ayudado a cumplir este tan anhelado objetivo, a mis hermanos, abuelos y tíos por brindarme sus consejo, apoyo incondicional y cariño durante este largo trayecto.

A mis docentes por su paciencia y los conocimientos impartidos para mi formación, demostrando que con disciplina y constancia todo es posible estos son los resultados de la dedicación y perseverancia por ser una profesional.

Atiaja Jiménez Viviana

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS”

AUTORA: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

RESUMEN

Los servicios de calidad competitivos y sostenibles, pueden ser una motivación para la permanencia de turistas. Sin embargo, en el Ecuador no existe un análisis sobre estas variables y su influencia en el desarrollo de las empresas turísticas lo cual afecta la calidad del servicio ofertado. En la presente investigación se plantea diseñar un instrumento para recopilar información sobre estos dos factores, que posteriormente puedan ser aplicados en las empresas turísticas del Ecuador y de esta forma proponer estrategias de mejora continua. Para cumplir con el objetivo, se realizó un análisis bibliográfico de diferentes autores ejecutando una caracterización de los instrumentos existentes en función de la sostenibilidad y la competitividad. Estos instrumentos se analizan generalmente por separado, sin embargo, para la propuesta se estableció un solo instrumento para las dos variables, pero se consideró que la perspectiva de los gerentes y propietarios varía de la de los turistas. Por esta razón se diseñaron dos instrumentos diferentes para los mismos. Mediante un cuadro comparativo, se determinaron que existen dimensiones y sus dimensiones, cada dimensión tiene sus dimensiones; este análisis se realiza por separado pero la presente propuesta integra las dos variables de estudio, considerando las sobresalientes que son la económica (7 para gerentes y turistas), la sociocultural (9 para gerentes y 8 para turistas), la ambiental (9 para gerentes y 10 para turistas), el desarrollo de TICS (9 para gerentes y 6 para turistas), elementos de soporte (13 para gerentes y 9 para turistas) y servicio al turista (8 para gerentes y 8 para turistas); obteniendo un instrumento para turistas de 47 ítems, y para gerentes o propietarios de 55. Se procedió a realizar una pre validación mediante la metodología de juicio de expertos (2), otorgando criterios de evaluación para valorar la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, mediante la escala de Likert. Se obtuvo un resultado de 42 sobre 44, que demuestra inicialmente que el instrumento diseñado cuenta con características adecuadas para su aplicación. Se realizaron ajustes a los instrumentos para su aplicación piloto a dos hoteles de la ciudad de Latacunga, tanto el hotel Oro Verde como el hotel Rodelu. Se unificaron los resultados con la finalidad de establecer un plan de mitigación ante los principales problemas de los establecimientos que en su calificación global obtuvieron un nivel de sostenibilidad y competitividad del 67,90 % en torno al área administrativa. Pero, en los turistas existió un porcentaje más bajo que fue de 59,8 %. En el plan de mitigación y mejora continua, se identificaron los factores ambientales, porque contribuye significativamente al aprovechamiento sostenible y sustentable de los recursos renovables y no renovables del hotel, tales como contaminación visual, auditiva, ahorro de energía y agua. Por lo expuesto anteriormente, se puede concluir que es posible unificar los criterios de sostenibilidad y competitividad en un solo instrumento. Pero, es importante diferenciar un instrumento para los turistas, porque existe una diferencia entre los dos valores obtenidos, por lo que es recomendable perfeccionar el presente instrumento previo a su aplicación.

Palabras clave: Competitividad, calidad, servicio, sostenibilidad, turismo.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: "PROPOSAL FOR THE ASSESSMENT OF SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF TOURISM COMPANIES TOOL"

AUTHOR: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

ABSTRACT

Competitive and sustainable quality services can be a motivation for the permanence of tourists. However, in Ecuador, there is no analysis of these variables and their influence on the development of tourism companies, which affects the quality of the service offered. In the present research, it is proposed to design a tool to collect information on these two factors, which can later be applied in tourism companies in Ecuador and thus propose continuous improvement strategies. To meet the objective, a bibliographic analysis of different authors was carried out, conducting a characterization of the existing instruments based on sustainability and competitiveness. These instruments are generally analyzed separately, however, for the proposal a single tool was established for the two variables, but it was considered that the perspective of the managers and owners varies from that of the tourists. For this reason, two different tools were designed for them. Through a comparative table, it was determined that there are dimensions and sub-dimensions, and each dimension has sub-dimensions. This analysis was carried out separately but the present proposal integrates the two study variables, considering the outstanding ones, which are economic (7 for managers and tourists), sociocultural (9 for managers and 8 for tourists), environmental (9 for managers and 10 for tourists), the development of ICTs (9 for managers and 6 for tourists), support elements (13 for managers and 9 for tourists) and tourist service (8 for managers and 8 for tourists); obtaining a tool for tourists of 47 items, and for managers or owners of 55. A pre-validation was carried out using the expert judgment methodology (2), granting evaluation criteria to assess the sufficiency, clarity, coherence, and relevance, through the Likert scale. A result of 42 out of 44 was obtained, which initially demonstrates that the designed tool has adequate characteristics for its application. Adjustments were made to the tools for their pilot project to two hotels in the city of Latacunga, both the Oro Verde hotel and the Rodelu hotel. The results were unified to establish a mitigation plan for the main problems of the establishments that in their overall rating obtained a level of sustainability and competitiveness of 67.90% around the administrative area. But, for tourists, there was a lower percentage that was 59.8%. In the mitigation and continuous improvement plan, environmental factors were identified, because they contribute significantly to the sustainable and sustainable use of the hotel's renewable and non-renewable resources, such as visual and auditory pollution, energy, and water savings. Based on the above, it can be concluded that it is possible to unify the criteria of sustainability and competitiveness in a single tool. But, it is important to differentiate a tool for tourists, because there is a difference between the two values obtained. Therefore, it is advisable to perfect this tool before its application.

Keywords: Competitiveness, quality, service, sustainability, tourism.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
ÍNDICE DE APÉNDICES	xviii
1 INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	2
3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	3
3.1 Beneficiarios Indirectos	3
3.2 Beneficiarios Directos.....	3
4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
4.1 Formulación del problema	5
5 OBJETIVOS.....	6
5.1 Objetivo General.....	6
5.2 Objetivo Especifico.....	6
6 ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	7
7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	8
7.1 Turismo.....	8

7.2	Lugar Turístico	10
7.3	Turismo Sostenible	11
7.4	Turismo Competitivo	13
7.4.1	Turismo Gastronómico	13
7.4.2	Cadena de Valor de un Destino Turístico Gastronómico	15
7.5	Sostenibilidad.....	16
7.5.1	Sostenibilidad Turística	16
7.5.2	Indicadores de la Sostenibilidad.....	17
7.5.3	Componentes de Sostenibilidad	19
7.5.4	Modelos de Evaluación de la Sostenibilidad.....	21
7.6	Competitividad.....	23
7.6.1	Competitividad Turística	23
7.6.2	Indicadores de la Competitividad.....	24
7.6.3	Modelos de Evaluación de Competitividad.....	24
7.7	Concepción de la Competitividad y la Sostenibilidad de un Destino Turístico	26
7.8	¿Qué es la validación por juicio de expertos?.....	26
7.8.1	Formular los Ítems:.....	27
7.8.2	Seleccionar los Jueces	27
7.9	Aplicar la Prueba Piloto	28
8	VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	28
9	METODOLOGÍA	29
9.1	Fase1: Conceptualización del Instrumento de Evaluación.	32
9.1.1	Planeación General de Conceptos	35
9.2	Fase 2: Desarrollo del Instrumento	39
9.2.1	Diseño de Instrumento.....	39
9.2.2	Metodología para la Creación de Ítems.....	42

9.2.3	Diseño del Instrumento de Evaluación	47
9.3	Construcción de la Métrica, Criterios y Porcentajes.....	49
9.4	Validación de Expertos	50
9.4.1	Criterios para Realizar las Preguntas de los Indicadores.....	51
9.4.2	Selección del Experto	52
10	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	53
10.1	Fase 3. Aplicación y Análisis de Resultados del Instrumento Piloto.	53
10.1.1	Análisis del Área Administrativa	53
10.1.2	Análisis del Área Turística	73
10.2	Fase 4: Difusión de los Resultados	95
10.2.1	Conclusiones de los Casos 1 y 2 Análisis Administrativo	95
10.2.2	Conclusiones de los Casos 1 y 2 Análisis Turístico	96
10.3	Fase 5: Mantenimiento del Instrumento de Evaluación.....	97
10.3.1	Plan de Mitigación para la Mejora de la Sostenibilidad y Competitividad	97
11	IMPACTOS	100
12	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
12.1	Conclusiones:.....	101
12.2	Recomendaciones:	102
13	REFERENCIAS	103
14	APÉNDICE	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación del turismo.....	10
Tabla 2: Clasificación del turismo sostenible.....	12
Tabla 3: Características propias de un patrimonio	14
Tabla 4: Características propias de un patrimonio Gastronómico	15
Tabla 5: Tipo de Indicadores	18
Tabla 6: Modelos de evaluación de la sostenibilidad.....	21
Tabla 7: Modelos de evaluación de la sostenibilidad de Sandoval	22
Tabla 8: Elementos fundamentales al analizar la competitividad	23
Tabla 9: Modelos de evaluación de la competitividad	25
Tabla 10: Dimensiones de competitividad y la sostenibilidad según distintos autores.....	32
Tabla 11: OCDE - List of Core, Supplementary and Future Development Indicators	36
Tabla 12: Indicadores CEPAL	37
Tabla 13: Indicadores Relatorio Brasil (2014).....	38
Tabla 14: Dimensiones de competitividad y la sostenibilidad de un destino turístico.....	40
Tabla 15 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems	42
Tabla 16 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable cultural ...	43
Tabla 17 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable ambiental	44
Tabla 18 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable ambiental	45
Tabla 19 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable infraestructura	46
Tabla 20 Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable infraestructura	47
Tabla 21: Resumen de la estructura propuesta	49
Tabla 22: Escala de Likert para la valoración de los indicadores	50
Tabla 23: Evaluación de Expertos.....	52

Tabla 24: Datos de los Hoteles	53
Tabla 25: Dimensión económica administrativa del hotel Rodelu.....	54
Tabla 26: Dimensión económica administrativa del hotel Oro Verde	55
Tabla 27: Dimensión sociocultural administrativa del hotel Rodelu	57
Tabla 28: Dimensión sociocultural administrativa hotel Oro Verde.....	58
Tabla 29: Dimensión ambiental administrativa del Hotel Rodelu	61
Tabla 30: Dimensión ambiental Hotel Oro Verde.....	62
Tabla 31: Dimensión gestión del destino administrativa hotel Rodelu.....	64
Tabla 32: Dimensión gestión del destino administrativa hotel Oro Verde	65
Tabla 33: Dimensión elementos de soporte administrativa del hotel Rodelu	67
Tabla 34 Dimensión elementos de soporte administrativa hotel Oro Verde.....	68
Tabla 35: Dimensión servicio al turista administrativa del hotel Rodelu	70
Tabla 36: Dimensión de servicio al turista administrativa hotel Oro Verde	71
Tabla 37: Personas encuestadas en el hotel Rodelu	73
Tabla 38: Turistas encuestados en el hotel Oro verde.....	73
Tabla 39: Dimensión económica hotel Rodelu	74
Tabla 40: Dimensión económica hotel Oro Verde.....	75
Tabla 41: Dimensión sociocultural hotel Rodelu	77
Tabla 42: Dimensión sociocultural hotel Oro Verde.....	78
Tabla 43: Dimensión ambiental hotel Rodelu	80
Tabla 44 Dimensión ambiental hotel Oro Verde.....	82
Tabla 45: Dimensión gestión del destino hotel Rodelu.....	85
Tabla 46: Dimensión gestión del destino hotel Oro Verde	86
Tabla 47: Elementos de soporte hotel Rodelu.....	88
Tabla 48: Elementos de soporte hotel Oro Verde	89
Tabla 49: Servicio al turista hotel Rodelu	91

Tabla 50: Servicio al turista hotel Oro Verde.....	93
Tabla 51: Conclusión Caso 1 y 2.....	95
Tabla 52: Conclusión Caso 1 y 2.....	96
Tabla 53: Plan de mitigación de sostenibilidad y competitividad administrativa.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pirámide de las necesidades (servicio turístico)	9
Figura 2: <i>Principales elementos tangibles e intangibles de un Destino Turístico.</i>	11
Figura 3: <i>El desarrollo sostenible</i>	17
Figura 4: Fases para la elaboración de un instrumento de evaluación	31
Figura 5: Síntesis del índice e Ítems de competitividad y sostenibilidad del Foro Económico Mundial 2017.....	35
Figura 6: Análisis comparativo en diagrama de variables	40
Figura 7: Dimensión económica de la administración de hoteles	56
Figura 8: Dimensión sociocultural administrativa	60
Figura 9: <i>Dimensión ambiental administrativa</i>	63
Figura 10: Dimensión gestión del destino administrativa.....	66
Figura 11: Dimensión elementos de soporte administrativa	69
Figura 12: Dimensión servicio al turista Administrativa	72
Figura 13: Dimensión económica del área turística	76
Figura 14: Dimensión sociocultural área turística.....	79
Figura 15: Dimensión ambiental área turística	84
Figura 16: Dimensión gestión del destino área turística	87
Figura 17: Dimensión elementos de soporte área turística	91
Figura 18: Servicio al turista área turística.....	94

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1: <i>Aval de traducción</i>	109
Apéndice 2: <i>Hoja de vida del equipo de investigadores</i>	110
Apéndice 3: <i>Hoja de vida del equipo de investigadores</i>	111
Apéndice 4: Evaluación de expertos.....	112
Apéndice 5: Formulario de aprobación	113
Apéndice 6: Cuadro síntesis del índice de competitividad de viajes y turismo del foro económico mundial 2017	114
Apéndice 7: Cuestionario para los turistas	116
Apéndice 8: Evaluación de competitividad y sostenibilidad de Gerentes	120
Apéndice 9: Solicitud al Administrador del Hotel Rodelu.....	124
Apéndice 10: Solicitud al administrador del hotel Oro Verde	125

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título:

“Propuesta de un instrumento para la evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas”

Lugar de ejecución: Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi

Institución: Universidad Técnica de Cotopaxi

Unidad Académica: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera que auspicia: Licenciatura en turismo

Proyecto vinculado: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las Empresas turísticas de la provincia de Cotopaxi – Ecuador”

Tutor de titulación:

Ing. Andrea Isabel Andrade Ayala

Nombre del investigador:

Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez

Área del conocimiento:

81 Servicios personales

Hotelería y restaurantes, viajes y turismo, deportes y actividades recreativas, peluquería, tratamientos de belleza y otros servicios personales: lavandería y tintorería, servicios cosméticos, ciencias del hogar.

Línea de investigación:

Planificación y Gestión de turismo sostenible

2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El turismo ha presentado un cambio de estructura funcional respecto a sostenibilidad y competitividad, por motivo de la pandemia. En Ecuador se ha presentado el valor del turismo como motor de crecimiento socioeconómico y de progreso, su enfoque como prioridad en crear políticas en el sector que puedan prosperar y desarrollarse.

Según Organización Mundial del Turismo (2022) apoyar las políticas y prácticas de turismo sostenible permite dar un uso óptimo de los recursos ambientales, que respeten la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras y que proporcionen beneficios económicos para todos.

Es indispensable mejorar la competitividad turística mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de los recursos humanos y la promoción de la excelencia en ámbitos tales como la planificación turística, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo sostenible del turismo, el marketing y la promoción, el desarrollo de productos y la gestión de riesgos y de crisis. (Organización Mundial del Turismo, 2022).

El presente proyecto trata este tema y se busca establecer instrumentos que permitan analizar la sostenibilidad y la competitividad de las Empresas Turísticas de la Provincia de Cotopaxi, mediante salidas de campo y la validación de revisión teórica que permita conocer el impacto de sostenibilidad y su mercado competitivo con el fin de conocer el nivel que mantienen en la prestación de servicios; de esta manera establecer estrategias que contribuyen a fomentar un turismo interno y externo trayendo consigo beneficios que son esenciales para posicionar los lugares turísticos de la Provincia.

Este proyecto considera como beneficiarios a las pequeñas y grandes empresas que prestan servicios dentro del cantón, así como a quienes visitan estos sitios de atracción turística.

En este sentido, Ritchie & Crouch (2003) mencionan que un destino turístico para ser verdaderamente competitivo debe al mismo tiempo ser sostenible, no solo de forma económica sino también ecológica, social, cultural y política.

Por lo tanto, la presente investigación comprenderá los factores principales que permiten a las empresas del sector turístico, establecerse como sostenibles y competitivas o no. El análisis de estas dos variables para las empresas son factores que influyen para establecerse dentro de un mercado profesional y que pueda prevalecer con el tiempo.

Una vez que se identifica un componente, variable o indicador, se estimará el índice de sostenibilidad y competitividad para su posterior contribución al crecimiento del cantón en mención, con una participación a la investigación y contribución de información veraz para descubrir fortalezas, debilidades u oportunidades que poseen, con el propósito de presentar estrategias para mejorar dentro del mercado en el que se desenvuelven.

De esta forma se extenderían las posibilidades de fortalecer la ventaja sostenible y competitiva de las empresas turistas del cantón Salcedo.

3 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

3.1 Beneficiarios Indirectos

El presente proyecto mantiene como beneficiarios indirectos a los 199 establecimientos de hotelería de la Provincia de Cotopaxi que brindan servicios tanto de alimentos y bebidas, al mantener un nivel de sostenibilidad y competitividad dentro del mercado los hace más conocidos.

3.2 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos el grupo de investigación de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En una escala mundial el turismo se ve envuelto en un escaso posicionamiento; al hablar de empresas turísticas es relevante mencionar que varios países latinos han logrado obtener un impacto lo suficientemente fuerte para lograr mantenerse en el mercado en cuanto al sector terciario en donde se encuentra ubicado el turismo. Sin embargo, para alcanzar este logro es necesario la intervención de varios aspectos y elementos relevantes como la calidad de vida, la escala de valores, patrimonio, cultura y turismo, de acuerdo a lo mencionado el Ecuador ha manejado varias campañas turísticas y publicitarias, una de las más recordadas es la marca País "All you need is Ecuador" que se promocionó simultáneamente en 19 ciudades de todo el mundo mostrando un país maravilloso con cuatro regiones enfocándose a que todo está cerca con un contexto de que todo lo que necesitas está en Ecuador. Haciendo ver como un gran destino turístico ante la mirada de los viajeros internacionales lo menciona la universidad Casa Grande 2015. El objetivo del proyecto fue posicionar al Ecuador como destino turístico sostenible y competitivo.

En relación con el Ecuador es importante enfatizar a que la medición de competitividad y sostenibilidad enfocada al sector hotelero es escasa, mientras que organizaciones mundiales como Colombia y México mantienen instrumentos que miden estos factores, en Ecuador se ha dejado de lado esta área. El avance hacia un desarrollo sostenible se ha convertido en uno de los principales retos para el Ministerio de Turismo (Organización Mundial del Turismo, 2022) para la sociedad y la economía del siglo XXI. No hay una única definición de la sostenibilidad ni un único enfoque de competitividad válido, por lo que no existe una adecuada metodología a ser aplicada en empresas hoteleras del país.

Existen gran número de factores que han repercutido para que Ecuador, haya obtenido bajos niveles de competitividad, según indica del FME (2020), entre estos factores se encuentran la

necesidad de atender aspectos como seguridad, infraestructura y precios. En la actualidad se percibe un incremento de la escasa planificación para el desarrollo de un destino turístico, se han descuidado las áreas económicas, las naturales, las tecnológicas, las políticas y las culturales.

Al analizar la problemática de la provincia de Cotopaxi, en especial la ciudad de Latacunga, el área hotelera se ha estancado por diferentes factores negativos en base a hotelería y el turismo; desde la pandemia del COVID-19 que produjo pérdidas económicas a gran escala. Además, existe una evidente disminución de actividades turísticas en el centro histórico, desinterés del turismo nacional e internacional por visitar el sitio histórico, una débil gestión de entidades encargadas del ámbito turístico. En torno a las metodologías no se han desarrollado instrumentos de validación en torno a la capacidad hotelera de la ciudad de Latacunga, existe escasa información referente al nivel de competitividad y sostenibilidad actual luego de la pandemia.

4.1 Formulación del problema

¿Cómo un instrumento para medir la competitividad y sostenibilidad de los establecimientos de hoteles que poseen bares y restaurantes permitirá la mejora continua?

5 OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Diseñar un instrumento de evaluación de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas, para su aplicación piloto en la provincia de Cotopaxi.

5.2 Objetivo Especifico

- Analizar la información teórica referente a la competitividad y sostenibilidad enfocados al área turística.
- Definir las variables del instrumento para su construcción y evaluación a través de expertos en la carrera.
- Aplicar los instrumentos en un estudio piloto para determinar si la empresa es competitiva y sostenible.

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

Tabla1:

Actividades y tareas en relación a los objetivos

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADO
<p>Objetivo1: Analizar la información teórica referente a la competitividad y sostenibilidad enfocados al área turística.</p>	<p>Recopilar información de fuentes confiables sean estas revistas digitales, artículos científicos, etc. Se referencia las variables y dimensiones de la competitividad y sostenibilidad</p>	<p>Inductivo Deductivo Exploratorio Bibliográfico</p>	<p>Identificación de las variables a evaluar</p>
<p>Objetivo 2: Definir las variables del instrumento para su construcción y evaluación a través de expertos en la carrera.</p>	<p>Se establecen los ítems a tratar que estén ligados a variables y dimensiones a competitividad y sostenibilidad. Se realiza una revisión de la estructura del instrumento.</p>	<p>Cualitativo y proceso de validación racional Investigación de campo Evaluación de expertos</p>	<p>Identificar falencias y mejorar el instructivo</p>
<p>Objetivo 3: Aplicar los instrumentos en un estudio piloto para determinar si la empresa es competitiva y sostenible.</p>	<p>Se realiza una evaluación Likert de la competitividad de la empresa piloto.</p>	<p>Guía para el desarrollo de un instrumento de evaluación</p>	<p>Análisis e interpretación de resultados</p>

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1 Turismo

Al analizar el concepto de Turismo se analizan diferentes conceptualizaciones que tiene en común relacionar al turismo como una actividad humana. La Organización Mundial del Turismo (2022) determina al turismo y los turistas como dos conceptos estrechamente relacionados entre sí.

El primero se refiere al conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas, mientras que el segundo comprende a las personas que practican el turismo. Por lo tanto, el turismo se define como un desplazamiento momentáneo que realizan personas y eso aporta a la económica del lugar.

Según Ramírez (2006) existen algunos puntos de vista notables para analizar el turismo desde de la perspectiva del viajero (demanda turística) y de la comunidad receptora (oferta turística). Desde esa perspectiva, el turismo se establece como una tendencia natural del ser humano de trasladarse a un determinado lugar para beneficiarse de las bondades que otros sitios disponen. Por otro lado, Panosso (2007) reflexiona que se deben considerar al turista como un ser histórico y no en un “ser” acabado, por el contrario, indica que la experiencia que vive el turista no solo arranca desde el momento de llegada al destino turístico, sino también comprende todos los procesos que se llevan a cabo antes de realizar la actividad y después, debido a que en todas las acciones el turista puede experimentar nuevas prácticas y emociones.

En otras palabras, la Organización Mundial del Turismo (2022) define al turista como aquella persona que viaja no solo por vacaciones, distracción o paseo, sino que incluye a quien se desplaza a un sitio diferente de su lugar habitual de residencia, con una duración del viaje inferior a doce meses y cuyo propósito no sea desarrollar una actividad remunerada en el sitio visitado.

El turismo está conformado como una industria a nivel mundial que se enfoca en cuatro ejes indispensables; lo social, lo cultural, lo ambiental, y el económico. Un servicio turístico suele cubrir distintas necesidades de los usuarios, según la pirámide de Maslow estas necesidades, aunque han cambiado siguen predominado y suelen dividirse en cinco, estas se muestran en la siguiente figura.

Figura 1

Pirámide de las necesidades (servicio turístico)



Basado en: Tejo Alonso, D. (2016), La nueva pirámide de Maslow: el cambio en las necesidades básicas.

Tejo (2016) hace referencia a las experiencias que tienen las personas al visitar un nuevo sector turístico, en estas se analiza las necesidades fisiológicas, la seguridad, las necesidades sociales, la innovación. También se analizan diferentes tipos de Turismos, que se clasifican según su morfología y sistema turístico. Esto se analiza en la siguiente tabla.

Tabla 1:*Clasificación del turismo*

Tipología	Morfología	Sistema turístico	
		Conjunto de elementos heterogéneos	
Turismo cultural	Según tipo de viaje	Estructura turística	La demanda
Turismo de descanso	Según el número Según el tipo de operación	Infraestructura turística	La oferta El espacio geográfico
Turismo de salud	Según el gasto	Súper estructura turística	Los operadores del mercado
Ecoturismo	Según la permanencia del lugar		
Turismo comercial			
Turismo de negocios			

Basado en: Elaboración propia con base (OMT, 2020)**Nota:** Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

7.2 Lugar Turístico

El sector turístico es uno de los sectores que integra la economía mundial. Este hace referencia al sector que engloba a todas aquellas empresas que, de forma directa o indirecta, están relacionadas con el turismo. Dentro de este sector se encuentran todas aquellas empresas que brindan servicios turísticos siendo el de mayor importancia para la economía. No solo por su crecimiento, sino por los aportes que este realiza a la economía mundial y al desarrollo (Solano Solano, Pérez, & Uzcátegui Sánchez, 2000).

Según Wolleter (2016) “un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos en un radio que permite ir y volver en un día” (p.12).

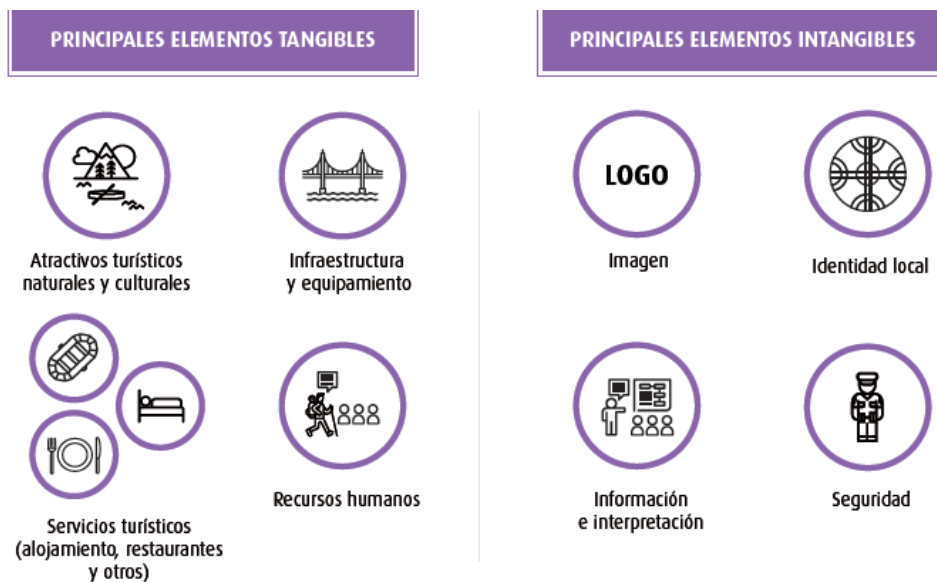
Al analizar el lugar o destinos turísticos es necesario planificar; esto permite anticipar los cambios en las necesidades y los nuevos gustos de la demanda reorientando la oferta. Esta

planificación es un instrumento que mide el tipo de estrategias y acciones futuras que se puede tomar para encaminar un negocio turístico y sobretodo saber aprovecha la localidad (Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC), 2019).

El contexto de la importancia de un sector turístico radica en la estrategia, pues en este lugar se debe identificar todos los agentes que hacen rentable al negocio.

Figura 2:

Principales elementos tangibles e intangibles de un Destino Turístico.



Basado en: Wolleter (2016)

En la gráfica establecida por Wolleter para que un lugar turístico tenga todos los elementos que lo hagan memorable, este debe contener ciertas características que son tangibles (servicios turísticos y sus atractivos) e intangibles (identidad, seguridad información), estas características permiten que el turismo sea sostenible, este concepto se analiza a continuación.

7.3 Turismo Sostenible

En primer lugar, se debe identificar las palabras: sostenible con la sustentable y cuál es su diferencia. Lo sustentable se analiza en la argumentación mientras que lo sostenible es duradero

y se preserva los recursos. Según el Consejo Global de Turismo Sostenible (2012) “El turismo sustentable permite el adecuado uso de los recursos naturales y abordar tres ámbitos: ambiental, sociocultural y económico; lograr un turismo sustentable es un proceso continuo y requiere un seguimiento” (p.59).

Mientras que Revfine (2022) lo define como “refiere a los tipos de viajes que consideran los impactos ambientales, sociales y económicos del turismo además considera las necesidades de los viajeros, de las comunidades anfitrionas, las empresas locales y el mundo natural” (p.1).

El turismo sostenible entonces es importante porque este genera beneficios para toda la localidad desde el área económica, hasta la creación de nuevas industrias. También impulsa el criterio del cuidado ambiental para hablar de la importancia de la mitigación ambiental por lo que se busca que los viajeros tomen conciencia de un viaje sostenible.

El turismo sostenible se puede clasificar en:

Tabla 2:

Clasificación del turismo sostenible

TIPO DE TURISMO SOSTENIBLE	CONCEPTO	ACTIVIDADES
Turismo Comunitario	Una comunidad local invita a los turistas a visitarlos. La comunidad local tiene el control de industria turística.	Creación de experiencias realistas alojamiento único o inusual
Turismo Rural / Etno	Viajes que se centran en las zonas rurales. Incluye todo, desde caminatas y viajes de campamento hasta agroturismo.	Posee características naturales, como bosques, colinas, montañas, campos y cascadas.
Turismo suave	Prioriza las experiencias locales, la educación, el respeto por la cultura.	Priorizarán las estadías más largas, el trabajo para los locales y las medidas para evitar la masificación.

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Este turismo es uno de los que en la actualidad se ocupa al hablar de turismo competitivo y este concepto se analiza a continuación

7.4 Turismo Competitivo

Según Mazaro & Varzin (2008) “la competitividad turística exige tratar la sostenibilidad como condición estratégica, este permite escoger un modelo de oferta turística que impulse la economía local” (p794).

Según el turismo competitivo se puede evidenciar cuatro factores que están presentes en un del modelo turístico: los consumidores, tecnología, producción y gestión, estas se manifiestan en dimensiones que dan flexibilidad, segmentación que son capaces de condicionar el desarrollo turístico.

7.4.1 Turismo Gastronómico

El segmento denominado turismo gastronómico de alimentos y bebidas, ha evolucionado en la última década, convirtiéndose en un eje transversal que permite degustar, conocer una cultura y moverse en un nuevo entorno. Se debe considerar que parte de la calidad de este turismo es la identidad culinaria que está ligada a lo social, emocional y cultural.

El turismo gastronómico según Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC) (2019) es: “un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar” (p.8).

Este concepto amplió lo que se conocía como turismo gastronómico, pues este se puede aplicar a las actividades tales como: festividades gastronómicas, enoturismo, la visita a productores locales, etc.

En la investigación se enfocará la practicidad de la competitividad y sostenibilidad de destinos turísticos tomando como variable la alimentación y las bebidas por lo que hablar de gastronomía turística debe ser primordial, así como el mencionar el patrimonio gastronómico.

7.4.1.1 Patrimonio gastronómico

Al analizar el turismo y sus diferentes destinos el gastronómico depende de la planificación y la gestión que este tenga para determinar una buena competitividad.

En la investigación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC) (2019) se afirma que “La competitividad de un destino turístico se construye, planificación y gestiona estratégicamente, las ventajas comparativas y competitivas y se basa en la creación de productos diferenciados de alta calidad que generan experiencias y valor agregado para el turista” (p.12).

Tabla 3:

Características propias de un patrimonio

ELEMENTOS DEL PATRIMONIO GASTRONÓMICO	TIPO	CARACTERÍSTICA
Patrimonio gastronómico	Recursos naturales	Rutas e itinerarios gastronómicos, recetas, platos típicos, ‘oficios del gusto.
Productos gastronómicos	Productores e industrias alimentarias	Espacios productivos y las actividades turísticas de ocio.
Sector de la hostelería (restauración y alojamiento)	Establecimientos	Alta cocina, cocina tradicional, popular, bares, gastrobares, etc.
Comercio gastronómico	Negocio popular	Mercados tradicionales, callejeros, de productos de proximidad, tiendas delicatessen, enotecas.
Eventos y actividades de divulgación de la cultura gastronómica.	Universidades gastronómicas	Centros de investigación y formación gastronómica.

Basado en: (Ritchie & Crouch, 2003)

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

7.4.2 Cadena de Valor de un Destino Turístico Gastronómico

La cadena de valor del turismo está relacionada con las actividades económicas vinculadas con la formulación de políticas y la planificación de nuevos productos. Este analiza su presentación al mercado, la promoción, el marketing, la distribución y de servicios (Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC), 2019).

Para dar un valor agregado se utilizan distintas actividades de apoyo en la localidad como lo son: el transporte, la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías. Al analizar el valor que posee el sector turístico gastronómico y hotelero se establecieron según la OMT (2019), una serie de atributos que hacen a un sitio resaltar su valor en cadena, siendo estos los siguientes.

Tabla 4:

Características propias de un patrimonio Gastronómico

CARACTERÍSTICAS	CONCEPTO
1. Entorno natural y cultural:	Atractivo del lugar a nivel paisajístico
2. Producto:	Se evalúa la calidad del producto y la materia prima con la que se trabaja
3. Elaboración:	Se valora la materia prima la calidad y el sabor de la comida
4. Calidad de servicio:	Está relacionada con la atención e información clara y transparente hacia los turistas,
5. Precio:	Se evalúa el costo del producto (PVP)
6. Experiencias:	Se valora el número y la calidad de las experiencias turísticas.
7. Conectividad del destino:	Se valora la frecuencia y el número de destinos conectados con el destino gastronómico.
8. Comunicación de la oferta:	Evalúa la calidad de promoción de sector

Basado en: Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC), 2019.

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

7.5 Sostenibilidad

La sostenibilidad se refiere a la satisfacción de las necesidades actuales, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social. De aquí nace la idea del desarrollo sostenible, como aquel modo de progreso que mantiene ese delicado equilibrio hoy, sin poner en peligro los recursos del mañana (Pérez, Contreras, & Amaral, 2017).

La definición de sostenibilidad ambiental, es aquella que pone el acento en preservar la biodiversidad sin tener que renunciar al progreso económico y social; la sostenibilidad económica, se encarga de que las actividades que buscan la sostenibilidad ambiental y social sean rentables, y la sostenibilidad social, que busca la cohesión de la población y una estabilidad de la misma (Acsehrad, 1999).

Según (Barton, 2006) determina que la sustentabilidad se establece en el corazón de la planificación de escala metropolitana. Más específicamente, el rol de la planificación urbana estratégica tiene traslapes importantes con las pretensiones de la agenda de sustentabilidad, como los altos niveles de participación. A continuación, se analiza la sostenibilidad turística.

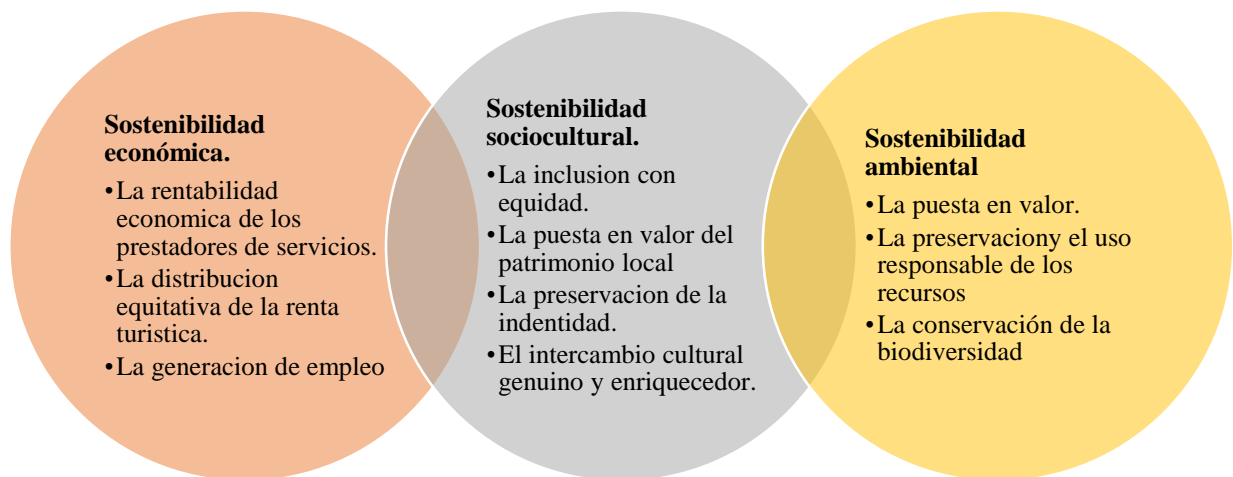
7.5.1 Sostenibilidad Turística

La sostenibilidad Turística se basa en la creación de una actividad recreacional responsable, que permite conservar los recursos naturales y culturales, sostener el bienestar local asegurando una viabilidad económica y sensibilizar a través de educación e interpretación ambiental a los visitantes y gestores de la actividad (Turismo Sostenible, Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador, 2020).

Esta se destaca en las áreas rurales y cumple con distintos factores de los ejes de un turismo sostenible, garantizan una responsabilidad ambiental de los posibles visitantes. En la siguiente figura se aprecia estos factores de sostenibilidad turística.

Figura 3:

El desarrollo sostenible



Basado en: Elaboración propia con base (Pérez Contreras & Amaral, 2017)

En definitiva, la sostenibilidad y el desarrollo sostenible funcionan siguiendo el principio de que no se pueden agotar los recursos disponibles de forma indiscriminada, hay que proteger los medios naturales y todas las personas deben tener acceso a las mismas oportunidades.

7.5.2 Indicadores de la Sostenibilidad

La Organización Mundial del Turismo (2005) menciona que: “Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión del turismo” (p.13).

Los indicadores de sostenibilidad turística son herramientas de medición cuantitativa y cualitativa que permiten evaluar la tendencia de un destino hacia el alcance de la sostenibilidad y sus impactos sobre el ambiente, las comunidades y los recursos

económicos generados. Su implementación permite seleccionar, sintetizar y evaluar información generada durante un tiempo, así como conducir, redirigir y reorganizar objetivos y acciones que permitan el crecimiento y el desarrollo sostenible del destino eco-turístico (Ruiz, Reyes, Paradela, & Medinilla, 2015).

Los indicadores se suelen comparar con alarmas que permiten conocer si un factor que compone la sostenibilidad turística se encuentra en peligro y corregir estas falencias. Desde 1992 se han **Nota** la OMT distintos indicadores de sostenibilidad de destinos. Aunque estos han evolucionado y son adaptables siempre que se considere el factor cuantitativo que es el número de turista.

En el estudio mencionado anteriormente se establece diferentes tipos de indicadores que se clasifican en los siguientes:

Tabla 5:

Tipo de Indicadores

INDICADORES	EJEMPLO	AGENTES	MEDICIONES DE EVALUACIÓN
Indicadores de alerta temprana	Número de turistas que visitan el sector.	Turistas	Cuantitativas
Indicadores de presión sobre el sistema	Pérdida de recursos renovables ejemplo escasez de agua.	Autoridades públicas regionales y nacionales	Proporciones
Medidas de la situación del sector	Generación de nuevos negocios	Tour operadores, empresas de transporte y otros	Porcentajes
Medidas del impacto del desarrollo turístico en los entornos biofísico y socioeconómico	Índices de deforestación, creación de nuevas comunidades locales.	Organizaciones comunitarias y comunidades anfitrionas	Comparaciones
Medidas de las actividades de gestión	Limpieza y cuidado ambiental	Emprendedores	Cuantitativas

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

7.5.3 Componentes de Sostenibilidad

Según García y Cides los componentes de la sostenibilidad son cuatro; entre los que se menciona la calidad, las tecnologías, la accesibilidad y la innovación; estos conceptos se analizan a continuación.

7.5.3.1 Calidad

Según García (2019) Son actividades encaminadas a lograr y mantener procesos estandarizados para generar un producto o servicio, que alcance la satisfacción de los clientes internos y externos, con el apoyo de certificaciones, programas de capacitación para establecer la calidad (p.9).

La calidad permite estandarizar cualquier producto, sea este un servicio profesional o un servicio que cubre una necesidad local, la calidad se puede medir de forma interna como externa por lo que es un criterio retroactivo.

7.5.3.2 Tecnologías (tic)

Según García (2019) “el aprovechamiento de nuevos conocimientos a través de la innovación, transferencia y uso de tecnología, de nuevos métodos de trabajo en las funciones de la empresa, para lograr la efectividad de sus procesos y obtener diferenciación en su mercado” (p.10).

El aprovechamiento de la tecnología, es una herramienta que se debe considerar al dar información actualizada a los clientes, de este depende si el negocio se convierte en tendencia y se mezcla con nuevos modelos de innovación, este va de la mano con la accesibilidad.

7.5.3.3 Accesibilidad

La accesibilidad según Cides (2019) “es una oportunidad para el sector desde el punto de vista económico y social, por ejemplo, los viajeros con necesidades de accesibilidad viajan acompañados y gastan aproximadamente 28% más que el resto de turistas” (p.36).

La accesibilidad es la capacidad del turista de satisfacer todas sus necesidades en la localidad que esta visita, tanto su transporte, alimentación, recursos económicos entre otros.

7.5.3.4 Innovación

La innovación se centra en áreas como la comercialización, el marketing, la formación de personal o la gestión de relaciones con los clientes. Según Rodríguez (2019)

La innovación es la posibilidad para desempeñar actividades y funciones de nuevas formas, que le permita a las empresas ser más eficientes y rentables, además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante. En un sentido amplio, este proceso cubre todo el espectro de actividades de la empresa turística que presuponen un cambio substancial en la forma de hacer las cosas, tanto en productos y servicios, como en los métodos utilizados para su diseño, comercialización u organización (Velázquez & Flores, 2017, p. 4).

En conclusión, la innovación es un factor clave en el éxito de la industria basada en la hospitalidad, esta permite una explosión de diversificados patrones de consumo que demandan bienes y servicios que deben ser comercializados y mejorar la experiencia del visitante.

7.5.4 Modelos de Evaluación de la Sostenibilidad

Tabla 6:

Modelos de evaluación de la sostenibilidad

MODELO	AUTOR	CONCEPTO
Matriz de Competitividad Sustentable de Destinos Turísticos	Memoria del X Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad	El modelo de competitividad sustentable considera el necesario equilibrio entre las tres dimensiones fundamentales: La social, la ambiental y la económica.
Dwyer y Kim (2014)	Modelo integrador de Dwyer y Kim	Desarrolla los aspectos como los recursos heredados, recursos creados que presentan su identidad, de igual manera los recursos complementarios. La gestión del destino y las condiciones de la demanda forman una influencia positiva o negativa sobre la Sostenibilidad.
CPTUR 2019	El modelo del Centro de Pensamiento Turístico de Colombia (CPTUR)	Se basa en los recursos disponibles del destino. Propone, mide y analiza ciento cuatro indicadores, divididos en ocho criterios, estos se evalúan por escala Likert. Los ocho criterios que se tuvieron en cuenta fueron: cultural, ambiental, económico, empresarial, infraestructura, gestión de destino, estrategia de mercado.
Villarraga (2017)	Sistema de indicadores de turismo sostenible para los municipios de Tolú y Coveñas	Basó su modelo en cuatro grandes grupos de indicadores teniendo en cuenta los pilares fundamentales para el turismo sostenible: económico, ambiental, sociocultural, y agregando como cuarto pilar la gestión de sostenibilidad.

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basado en: Castellanos (2014, p. 257). Y Ayala, Um

En la investigación de Sandoval se resumen estos modelos en la siguiente matriz

Tabla 7:*Modelos de evaluación de la sostenibilidad de Sandoval*

	SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL	SUSTENTABILIDAD SOCIAL	SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA
FACTORES DE SOPORTE: Conjunto de condiciones materiales, económicas, sociales y ambientales sobre las cuáles se cimienta la dinámica social y la competitividad de un territorio.	<p>Mercados ambientales.</p> <p>Infraestructura y equipamiento.</p> <p>Cultura ambiental.</p> <p>Legislación ambiental moderna.</p> <p>Responsabilidad social-ambiental.</p> <p>Inventario de riqueza ambiental.</p>	<p>Infraestructura de salud.</p> <p>Infraestructura educativa.</p> <p>Calidad de educación.</p> <p>Participación ciudadana.</p>	<p>Economía dinámica.</p> <p>Productividad.</p> <p>Políticas económicas de incentivos.</p> <p>Infraestructura de comunicación eficiente.</p> <p>Infraestructura moderna de Tics.</p>
FACTORES IMPULSORES: Capacidad y características generadas a partir de los factores de soporte que a su vez generan nuevas capacidades y determinan la singularidad de un territorio.	<p>Niveles de contaminación y origen.</p> <p>Estímulos ambientales que premien las conductas responsables.</p> <p>Servicios ambientales que pueden prestar el servicio.</p>	<p>Desarrollo humano.</p> <p>Niveles de pobreza.</p> <p>Conservación cultural.</p> <p>Eficiencia gubernamental.</p>	<p>Calidad en el servicio.</p> <p>Modelo de empresa basada en la innovación y la economía solidaria.</p> <p>Conectividad.</p> <p>Accesibilidad.</p>
FACTORES DIFUSORES: Conjunto de factores que permiten proyectar y comunicar la capacidades y atractivos de un territorio.	<p>Conservación de recursos naturales.</p> <p>Medio ambiente sano.</p> <p>Riqueza natural.</p>	<p>Imagen urbana.</p> <p>Estabilidad social.</p> <p>Estrategias de difusión y promoción del territorio.</p>	<p>Políticas públicas en la materia.</p> <p>Procesos de planeación continúa.</p> <p>Estrategias de publicidad del destino.</p>

Basado en: (Sandoval, 2016) Matriz de Competitividad Sustentable de Destinos Turísticos, p.1993.

7.6 Competitividad

La competitividad es indispensable en el crecimiento económico de una localidad ya que su productividad está vinculada al uso de recursos sean estos naturales, humanos o de capital.

Según la investigación de Serrano, Montoya, & Cazares (2018) “la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales” (p.102). Mientras que, en el proyecto de Castellanos (2014) los elementos fundamentales al analizar la competitividad son los siguientes:

Tabla 8:

Elementos fundamentales al analizar la competitividad

ELEMENTOS	CONCEPTO	VARIABLES
La productividad	Se basa en realizar productos que tengan precios más bajos que la competencia	Precio
		Costos
		Márgenes
La calidad	Son elementos que permiten que el producto se destaque de los demás	Atención al cliente
		Tipos de materiales
La flexibilidad	Es la adaptación que la empresa tienen en un periodo de tiempo frente al mercado	Tiempo
		Volumen
La innovación	No hay competitividad sin innovación ya que este atrae a la productividad, incremento de los nichos de mercado.	Generación de nuevos productos
		Oferta y demanda

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basado en: Castellanos (2014, p. 257).

7.6.1 Competitividad Turística

La competitividad genera empleos que permiten un incremento económico local. Según (Cann, 2020) “el mundo está mejorando cada vez más en medir cosas, pero no obstante siempre hay

puntos difíciles, considerar cómo promueve nuestro bienestar realmente. Una economía competitiva, creemos, es una economía productiva. Y la productividad conduce al crecimiento” (p.32).

La investigación de Castellanos (2014) se menciona que “el segundo enfoque se encuentran los conceptos que relacionan la competitividad con la contribución del comercio exterior al crecimiento y bienestar general” (p.3).

En los dos conceptos expuestos anteriormente la competitividad turística se orienta a la generación de dinero, pero desde el crecimiento laboral y bienestar, este llega a ser un árbitro que nivela los atributos de una empresa, su posición se orienta a como brinda el servicio al cliente y es competitivo si este servicio logra ser rentable, luego de analizar los costos, el valor agregado, el mercado.

7.6.2 Indicadores de la Competitividad

Según Mercado, Vilorio, & Mercado (2019) la competitividad tiene dos niveles de indicadores, uno interno y otro externo. “La competitividad interna es la capacidad de las organizaciones para lograr el máximo rendimiento de sus recursos. La competitividad externa se da a nivel de las organizaciones y los territorios. Dichos logros se basan en generar nuevas ideas y productos turísticos, y oportunidades de mercadeo” (p.98).

En cuanto a la competitividad existen varias empresas que deben analizar el destino o localidad, este se basa en identificar el sitio geográfico y establecer qué tipo de sectores, y si este puede ser ubicado geográficamente como sector comercial, turístico o destinado al estudio cultural.

7.6.3 Modelos de Evaluación de Competitividad

Al analizar los diferentes modelos que permiten una correcta evaluación de la competitividad se destacan bibliográficamente los siguientes:

Tabla 9:*Modelos de evaluación de la competitividad*

MODELO	AUTOR	CONCEPTO
Modelo de competitividad	Porter	Es una herramienta para analizar si una empresa puede ser competitiva, por medio de cinco factores: los clientes, los proveedores los competidores y los productos sustitutos.
Modelo de recursos	Crouch y Ritchie (1999)	Este modelo es el que se destaca en el factor turístico, pero desde el punto de vista sostenible.
Modelo del Sistema Internacional integrado	Competitividad en Destinos Turísticos (SIIC)	Esta innovación se enfoca en cinco factores la naturaleza de la demanda, las características de los consumidores, la masa crítica, el producto y la naturaleza del proyecto.
Modelo del World Competitiveness Center (WCC)	Institute for Management and Development (IMD)	Se basa en la búsqueda de la competitividad, pero analizando como el medio ambiente es el eje fundamental de la investigación buscando integrar este factor en los sectores de la educación y la investigación de esa forma introducir nuevos mercados.
OMT 2015	El modelo de competitividad e innovación	Implementan técnicas de ventajas competitivas, con el fin de aumentar el crecimiento económico sus ejes se orientan a la sostenible, desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios.
El modelo de competitividad	Fondo Económico Mundial	“El conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (Cann, 2020).
Modelo del ISC	de la Universidad de Harvard y el World Economic Forum – WEF	Este modelo estudia como la competitividad se entrelaza en los ejes de la salud, la educación. El apoyo financiero todo esto permite que la competitividad se vuelva innovadora, produciendo nuevas tecnologías.
Modelo integrado de la competitividad	Dwyer y Kim (2003)	El modelo contextual se enfoca en los destinos culturales, ayuda a la identificación del conjunto de parámetros adecuados para la evaluación de la competitividad.

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basado en: Castellanos (2014, p. 257). Y Ayala, Um

7.7 Concepción de la Competitividad y la Sostenibilidad de un Destino Turístico

Al hablar de la concepción de la competitividad Ávila (2020) menciona que estas se sostienen de diferentes dimensiones entre las que se encuentra la económica, ambiental, la gestión, el soporte y la infraestructura.

Estas permiten garantizar un servicio de calidad, estos recursos involucran diferentes actores, que en la mayoría de los casos pueden no estar relacionados directamente con el turismo, pero si se presentan como referentes de prestaciones de servicios básicos como lo es seguridad vial, transporte, servicios de salud entre otros (Ávila Fernández, 2020).

Los diferentes modelos se enfocan en la integración de diferentes dimensiones y sub dimensiones que permiten identificar parámetros adecuados para la evaluación de la competitividad, esta parte se analiza en la construcción de la metodología. (Ávila, 2006)

7.8 ¿Qué es la validación por juicio de expertos?

El juicio de expertos es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones (Robles & Rojas, 2019)

Validez y fiabilidad son los dos criterios de calidad que debe reunir todo instrumento de medición tras ser sometido a la consulta y al juicio de expertos con el objeto de que los investigadores puedan utilizarlo en sus estudios.

La validez de contenido se define como el juicio lógico sobre la correspondencia que existe entre el rasgo o la característica del aprendizaje del evaluado y lo que se incluye en la prueba o examen, Este tipo de validez puede considerar criterios internos y externos. (López Gómez, 2020).

7.8.1 Formular los Ítems:

Organization Mundial del Turismo OTM (2014) “Un ítem o reactivo es un enunciado u oración que escribimos en forma interrogativa o afirmativa y que constituye el cuerpo fundamental del instrumento que pretendemos construir” (p.36).

Luego de haber dividido algunos conceptos y también haber fusionado otros, se debe formular un cuestionario, alternativas; crear, si se trata de un cuestionario, un listado de posibles respuestas, y si se trata de una escala sus alternativas tendrán un carácter ordinal.

7.8.2 Seleccionar los Jueces

Juez y un experto, son dos términos que en muchas ocasiones se consideran como sinónimos y no necesariamente lo son.

En el análisis del concepto de juez Supo (2013) “Un juez, dentro del tema de la validación de instrumentos, es una persona que nos ayuda a evaluar los ítems que hemos formulado y si bien son investigadores, su línea de investigación no necesariamente es la misma” (p.20).

En el análisis del concepto de experto: Supo (2013) “Un experto puede tener conocimiento de manera empírica y, por lo tanto, conoce la realidad y costumbres de esta región” (p.32).

Para realizar la evaluación por parte de los expertos o jueces se tiene ya un listado de preguntas con sus respectivas respuestas, pero esto todavía no puede ser considerado un instrumento, porque lo vamos a someter a la evaluación por jueces. La terminología debe estar apuntando a la población a la cual quiere evaluar, en ese sentido, los ítems deben estar redactados con la claridad respectiva, relacionada al nivel de conocimientos que tiene la población objetivo. (García, 2019).

7.9 Aplicar la Prueba Piloto

Supo (2013) “o iniciamos la fase cuantitativa de la validación de instrumentos y corresponde a la evaluación de sus propiedades métricas” (p.28).

Esta es la primera vez que le vamos a presentar el instrumento recién construido a la población que será objeto de evaluación, a la población a la cual le queremos evaluar el concepto que estamos pretendiendo medir; precisamente por ello se denomina prueba piloto porque es la primera vez que lo aplicamos a la población.

Fernández Ávila, (2020) “Si lo que estamos evaluando es la opinión que tienen los individuos frente a un determinado tema, los puntajes más altos indican que hay una opinión positiva y los puntajes menores indican que hay una opinión negativa” (p.23).

8 VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

1. ¿Qué elementos de la sostenibilidad y competitividad pueden identificarse en el instrumento?

Basando la información en las metodologías citadas en: Ávila Fernández (2020), Humberto (2006), Maslow, Dwyer y Kim (2003) Michael Porter (1980), Foro Económico Mundial y el Consejo de competitividad Mundial 2019, Kim las dimensiones de competitividad y la sostenibilidad de un destino turístico que se identificaron en la investigación son 6 dimensiones, con seis 6 variables: Económico, cultural, ambiental, desarrollo de los tics, infraestructura, oferta. Y 21 Sub dimensiones.

1. **Dimensión económica:** inversión, recursos, salarios, empleo, productividad, cultura.
2. **Dimensión Sociocultural:** Seguridad, Patrimonio, Participación, comunidad local.

3. **Dimensión ambiental:** Endemismo, contaminación, racionalización consumo protección.
4. **Desarrollo de las Tics:** conocimiento tendencias, planificación, diseño producto promoción- comercialización.
5. **Elementos de soporte:** infraestructura, planta turística, atractivos valorados.
6. **Servicio al turista:** capacitación, oferta organizada, calidad del servicio, información turista.

9 METODOLOGÍA

Al iniciar el proceso metodológico se colocó los diferentes métodos, técnicas y evaluaciones que se aplicaron al desarrollar la propuesta para la generación de un instrumento que midió la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas.

Estos se aplicaron conforme a los objetivos del proyecto.

Objetivo 1: Analizar la información teórica referente a la competitividad y sostenibilidad enfocados al área turística.

- **Método el inductivo-deductivo:** Porque la investigación descompone todos los elementos que conforman la competitividad y sostenibilidad, es decir, se seleccionan los indicadores que ya han establecidos diferentes autores, los cuales se referenciaron en la fundamentación teórica.
- **Investigación bibliográfica:** Esta permitió realizar una recopilación de información de fuentes confiables sean estas revistas digitales, artículos científicos, estas facilitaron conceptualizar la competitividad y la sostenibilidad y determinar las variables, dimensiones e ítems que se aplicaran en un instrumento.

- **Investigación Exploratoria:** Es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, en este caso la identificación de variables que identifiquen el nivel de competitividad y sostenibilidad.

Objetivo 2: Definir las variables del instrumento para su construcción y evaluación a través de expertos en la carrera.

- **Enfoque Cualitativo con alcance descriptivo:** Produce datos descriptivos de los hoteles y turistas, las cuales se identificaron a través de un indicador de competitividad y sostenibilidad turística del sector; haciendo énfasis en el cantón Latacunga. La recopilación de información se dio por medio del proceso de datos cualitativos que identifican las características del hotel, por medio de diferentes estratos o niveles en los que se encuentra localizada la competitividad y sostenibilidad.
- **Instrumento:** Cuestionario que se dividió en dos tipos, el primero que identifica las necesidades de los turistas, y el segundo la mirada de los administradores ante factores como la seguridad, la productividad local, y la economía.
- **Investigación de Campo:** Se trata una investigación de campo porque se asistió a los hoteles para obtener información primaria mediante un instrumento, con la finalidad de identificar el nivel actual de satisfacción de las empresas hoteleras. Se tomó datos e información de acuerdo con los objetivos planteados en el proyecto; a través de, una visita in situ, los mismos que están relacionados directamente con la realidad. Mediante la visita in situ se estableció conversaciones con diferentes gerentes o administradores de la ciudad, así como los turistas que se hospedaron en los mismos.
- **Evaluación de expertos:** Esta evaluación se realiza por medio de un análisis cualitativo, este método de validación, cada vez más utilizado en la investigación, consiste, básicamente, en solicitar a una serie de personas la demanda de un juicio hacia

un objeto, un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto.

Objetivo 3: Aplicar los instrumentos en un estudio piloto para determinar si la empresa es competitiva y sostenible.

- **Guía para el desarrollo de un instrumento de evaluación:** Iniciando en la conceptualización del instrumento, el desarrollo, el análisis de los resultados, la difusión y su aplicación de forma masiva.

En el siguiente diagrama se colocan las fases y los pasos que una evaluación de expertos debe tener dentro de la construcción de un instrumento de evaluación, esta investigación se basó en: La Guía para la elaboración de instrumento de evaluación de México, 2019.

Figura 4:

Fases para la elaboración de un instrumento de evaluación



Basado en: Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, 2019.

En este proyecto ejecutaron estas cinco etapas, que se aplican incorporando las metodologías inductivas, cualitativas, y la validación por juicio de expertos.

9.1 Fase1: Conceptualización del Instrumento de Evaluación.

A continuación, se citó los autores que respaldaron los indicadores, este proceso hizo referencia a la primera fase de la creación de instrumentos de evaluación, basado en la planeación general de conceptos.

Tabla 10:

Dimensiones de competitividad y la sostenibilidad según distintos autores

AUTOR	MODELO	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Manuel Humberto Jiménez (2006)	Índice de competitividad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Capacidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Económico financiero • Productividad • Precios/ costos • Capacidad productiva • Recursos humanos en capacitación y en tecnología • Calidad y medio ambiente. • inversión y capacidad productiva 	<ul style="list-style-type: none"> • El modelo centra como una metodología de ventaja competitiva sostenible porque dentro del modelo se evidencia la calidad, el precio y a experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • El índice de competitividad empresarial puede ser un modelo rígido que se aplica solo a grandes organizaciones.
Maslow	Necesidades básicas en el siglo XXI	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades básicas, • Necesidades de seguridad y protección. • Necesidades de afiliación y afecto 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades fisiológicas, • Seguridad física • Generación de empleo. • Asociación, la participación. Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Sencilla fácil de entender y de ponerla en práctica, fácil de memorizar. Muy aplicable a la realidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sus estudios los realizó sobre individuos occidentales del siglo XX. Investigaciones más recientes han cuestionado la validez de esta metodología.

AUTOR	MODELO	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
		<ul style="list-style-type: none"> Necesidades de estima. 			Además, las personas tal vez no tengan cinco necesidades.
Dwyer y Kim (2003)	Modelo de Competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> Gestión del destino Condición de la demanda Competitividad Características socio económicas 	<ul style="list-style-type: none"> Recursos y atractivos Mercado y Territorio Competencia y valor intangible 	El entorno competitivo incluye los elementos principales que definen el entorno inmediato de competencia, en que el que un destino debe adaptarse para poder ser sostenible	La principal limitación de este modelo es la problemática en su aplicación práctica, es muy costoso y en algunas ocasiones imposible por la falta de datos disponibles comparables entre destinos
Michael Porter (1980)	Modelo de las cinco fuerzas de Porter.	<ul style="list-style-type: none"> Amenaza de la entrada de nuevos competidores El poder de negociación de los proveedores. El poder de negociación de los clientes. La rivalidad entre competidores. Amenaza de nuevos productos o servicios 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento económico Diferenciación de producto. Experiencia de usuario Canales de distribución. Identificación de marca 	El modelo tiene la capacidad de orientar a las empresas para poder producir nuevos y mejores productos. El modelo se especializa en análisis de datos no numéricos. Por lo que, es perfecto para una investigación cualitativa.	Es un método de análisis externo. Por lo que, solo puede determinar problemas ajenos a la empresa y por ende no sirve para determinar la efectividad de un producto completamente.

AUTOR	MODELO	DIMENSIONES	SUB-DIMENSIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Foro Económico Mundial y el Concejo de competitividad Mundial 2019	Índices de competitividad para viajes y turismo	<ul style="list-style-type: none"> Entorno propicio para el turismo. Seguridad y protección Salud e Higiene Recursos humanos y mercado laboral Desarrollo de las Tics. 	<ul style="list-style-type: none"> Ambiente del negocio. Precios competitivos sostenibilidad ambiental Infraestructura Recursos naturales y culturales. 	Permite identificar la competitividad desde el punto de vista de un municipio, pues obtiene datos de primera mano de diferentes áreas del turismo.	Es un estudio extenso que mezcla índices cuantitativos y cualitativos que deben ser analizados clasificando dimensiones.
Kim 2011	Índices y Basado en de competitividad y sostenibilidad para viajes y turismo	<ul style="list-style-type: none"> Las Basado en primarias (políticos, empleados y agentes de viajes), medioambiente y recursos (históricos, culturales y naturales) 2. Las Basado en secundarias: la planificación y gestión de destinos. 3. Las Basado en de competitividad. 	<ul style="list-style-type: none"> La inversión en el sector, los impuestos y precios. La infraestructura turística, el alojamiento de los visitantes, la atracción de los recursos, la publicidad y las calificaciones del personal. La demanda turística, el empleo creado por el sector, el "comportamiento del turismo" 	Divide la investigación en tres grandes esferas, inversión, infraestructura, y demanda.	Los indicadores suelen ser ambiguas, estos no desglosan todos los ámbitos que miden la competitividad sostenible, sino que mide la gestión turística des del punto de vista interno de la empresa.

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

9.1.1 Planeación General de Conceptos

Luego de analizar las dimensiones de competitividad y la sostenibilidad según distintos autores, se analizó los indicadores, todas las metodologías para determinar que variables e ítems son los que se destacaron o se repiten, para sintetizarlos y usarlos en un solo instrumento.

Cuadro síntesis del índice e ítems del Foro Económico Mundial 2017

Figura 5:

Síntesis del índice e Ítems de competitividad y sostenibilidad del Foro Económico Mundial 2017

1) ENTORNO PROPICIO PARA EL TURISMO	2) POLITICAS Y FACTORES A FAVOR DE V. y T.	3) INFRA ESTRUCTURA	4) RECURSOS NATURALES Y CULTURALES
PILARES: 1. Ambiente de negocios (*) 12 2. Protección y seguridad (*) 3 3. Salud e higiene (*) 6 4. Recursos naturales laborales (*) 9 5. Desarrollo humano (*) 10	PILARES: 6. Priorización de los viajes y el turismo (*) 6 7. Apertura internacional (*) 3 8. Precios competitivos (*) 4 9. Sostenibilidad del medioambiente (*) 10	PILARES: 10. Infraestructura de transporte aéreo (*) 6 11. Infraestructura de puertos y terrestre (*) 7 12. Infraestructura de servicios turísticos (*) 4	PILARES: 13. Recursos naturales (*) 5 14. Recursos culturales y viajes de negocios (*) 5 (*) Número de indicadores por cada categoría y pilar.
Pillar 8: Price Competitiveness 8.01 Ticket taxes and airport charges 8.02 Hotel price index 8.03 Purchasing power parity 8.04 Fuel price levels			

Basado en: Índice competitividad viajes y turismo - FEM 2017

Los índices de competitividad y sostenibilidad, en esta metodología se divide en cuatro dimensiones con 14 sub dimensiones y cada sub dimensión posee un grupo de ítems que

permiten medir las sub dimensión, esta metodología evidencia una estructura sencilla para desglosar y agrupar información referente a la competitividad.

El instrumento se construyó a partir de un índice con 103 indicadores: (i) 56 son datos oficiales de cada situación económica, deben ser proporcionados por los empresarios, los cuales tienen un peso del 70% (ii) 47 ítems corresponden a la Encuesta de Percepción realizada a turistas, que tiene un peso del 30% en el índice; sin embargo, este instrumento solo se aplica de forma gubernamental, es decir por medio de una municipalidad, o distrito, por lo que es un instrumento demasiado extenso.

ESQUEMA PROPUESTO POR LA OCDE

Tabla 11:

OCDE - List of Core, Supplementary and Future Development Indicators

	1 Tourism Direct Gross Domestic Product	A leading international measure of the tourism contribution to GDP
Tourism performance and impacts	2 Inbound tourism revenues per visitor by source market	A measure of the economic activity of visitors
	3 Overnights in all types of accommodation	A measure of tourism flows in accommodation
	4 Exports of tourism services	A measure showing the contribution of tourism to exports
	5. Labour productivity in tourism services	A measure providing evidence of the productive potential of the tourism economy
Ability of a destination to deliver quality and competitive tourism services	6. Purchasing Power Parity (PPPs) and tourism prices	A measure showing tourism price competitiveness using PPPs
	7. Country entry visa requirements	A measure of entry visa requirements including methods of visa issuance
	8. Natural resources and biodiversity	A measure of a country's stock of natural assets
Attractiveness of a destination	9. Cultural and creative resources	A measure of a country's cultural and creative attractions, activities and events
	10. Visitor satisfaction	A measure of demand side attractiveness value, based on current and future competitiveness
Policy responses and economic opportunities	11. National Tourism Action Plan	A measure indicating effectiveness in assisting to improve the competitiveness of tourism

Basado en: List of Core, Supplementary and Future Development Indicators

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta metodología se evidencia nuevamente la división de conceptos que influyen en la competitividad y sostenibilidad, colocando tres dimensiones, 11 sub dimensiones y en ítems colocan un criterio a evaluar correspondientes a afirmaciones económicas referentes a inversión de capital, esta metodología y el indicador se enfoca en la sostenibilidad turística.

Indicadores económicos del turismo – CEPAL

Tabla 12:

Indicadores CEPAL

	Código	ÍTEMS
Enómicos	A1.1	Importancia del consumo turístico receptor en el PIB
	A1.2	Importancia del consumo turístico emisor en el PIB
	A1.3	Balanza turística como proporción del PIB
	A1.4	Grado de apertura turística
	A1.5	Grado de cobertura turística
	A1.6	Porcentaje del consumo turístico receptor/exportaciones de bienes
	A1.7	Porcentaje del consumo turístico receptor/importaciones de bienes y servicios
Producción	B2.1	Importancia relativa del valor agregado bruto de hoteles , bares y restaurantes en el PIB
	B2.2	Tasa de variación anual del valor agregado bruto de hoteles, bares y restaurantes
	B2.3	Importancia relativa de la producción de hoteles, bares y restaurantes en la producción bruta total
	B2.4	Tasa de variación anual de la producción bruta de hoteles, bares y restaurantes
	B2.5	Estancia media
Consumo	C3.1	Gasto turístico receptor per cápita
	C3.2	Gasto turístico emisor per cápita
	C3.3	Gasto turístico receptor per cápita diario
	C3.4	Gasto turístico emisor per cápita diario
	C3.5	Carga turística
Empleo y salarios	D4.1	Porcentaje de ocupación en hoteles, bares y restaurantes/Total población ocupada
	D4.2	Remuneración promedio de la actividad de hoteles, bares y restaurantes
	D4.3	Valor agregado bruto promedio en la actividad de hoteles , bares y restaurantes

Basado en: CEPAL, 2006

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta metodología coloca una nueva parte en el encabezado, el código que numera los ítems por número y letra. En esta metodología se sugiere dividir los grupos de investigación en dos grandes grupos, el capitalista o inversionista, en la presente investigación se hace referencia al dueño del hotel, o administrador; el segundo grupo hace referencia a los turistas, agencias de turismo, incluyendo prefecturas o ministerio de turismo.

Índice de competitividad de turismo nacional- Relatorio Brasil (2014)

Tabla 13:

Indicadores Relatorio Brasil (2014)

VARIABLES	SUB-DIMENSIÓN	ÍTEMS	
INFRAESTRUCTURA	Infraestructura general	Salud pública	
		Energía, comunicaciones y ventajas financieras	
		Seguridad pública	
	Accesos	Planeación local	
		Transporte aéreo	
		Acceso vial	
		Otros tipos de acceso (vías navegables, vías férreas)	
	TURISMO	Equipamiento turístico y servicios	Señalización para turistas
			Centro de servicios para el turista
			Zonas para eventos
Capacidad e instalaciones para alojarse			
Capacidad de recepción del turismo			
Cualificación profesional			
Restaurantes			
Productos y atracciones turísticas		Atracciones naturales	
		Atracciones culturales	
		Acontecimientos planificados	
Marketing y promoción		Actividades técnicas, artísticas y científicas	
		Campaña de marketing	
		Participación en ferias de comercio y eventos	
	Material promocional		
POLÍTICAS PÚBLICAS	Políticas públicas	Página web del destino	
		Estructura de la ciudad para acoger al turismo	
		Grado de cooperación con el gobierno estatal	
		Grado de cooperación con el gobierno federal	
		Planificación	
Cooperación entre el sector público y privado			

Basado: A partir de Índice de competitividad do turismo nacional- Relatorio Brasil (2014)

En este instrumento de evaluación se miden 3 variables, 6 sub dimensiones y 27 ítems, que identifican solo la competitividad más no ingresan la sostenibilidad en el modelo.

9.2 Fase 2: Desarrollo del Instrumento

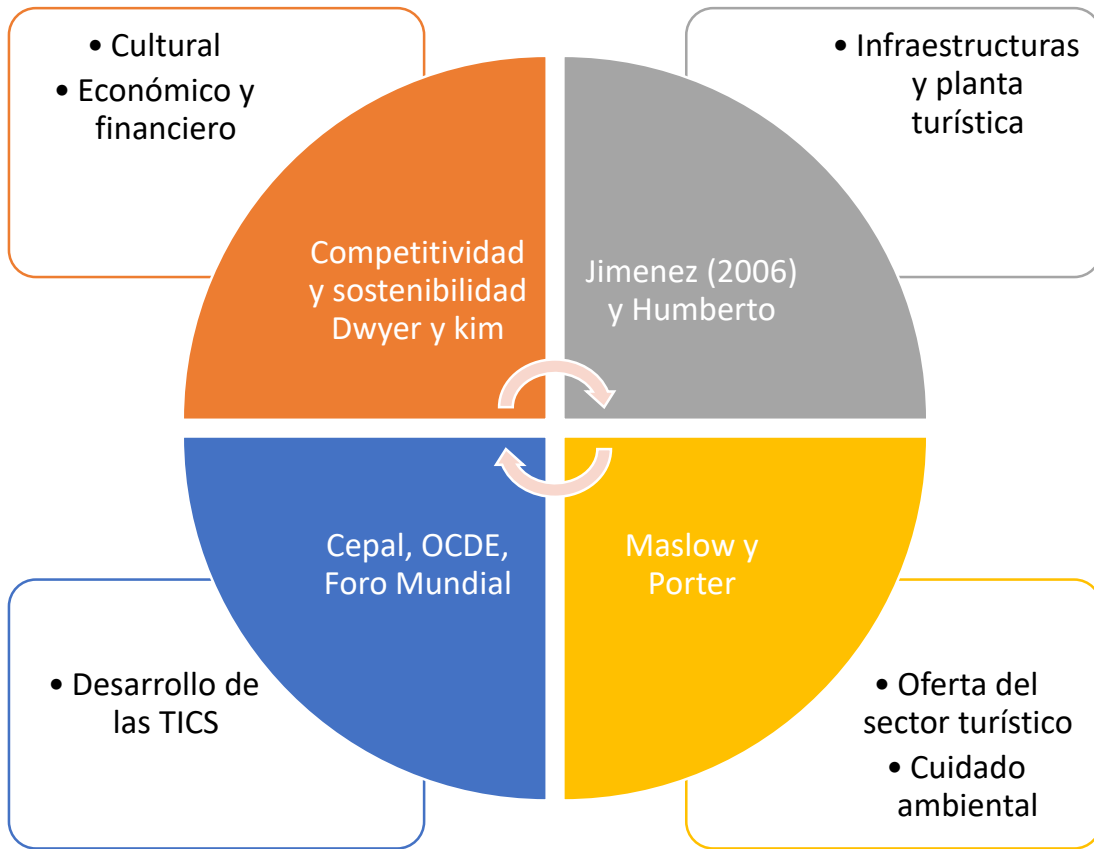
9.2.1 Diseño de Instrumento

Luego de identificar los indicadores que se han aplicado en distintas fichas de trabajo e instrumentos de investigación, se planteó en primer lugar, para diseñar el instrumento, que no hay consenso sobre qué indicadores deberían usarse para cuantificar la competitividad y sostenibilidad turística.

Para la investigación se realizó una síntesis de variables por medio de un análisis comparativo de los indicadores, por lo que en esta primera fase se propone un esquema a partir de Seis (grandes) esferas primarias o variables: cultural, económico, ambiental, desarrollo de los tics, infraestructura, oferta. Estas se clasifican en dimensiones, indicadores y sub indicadores, como lo realizan las anteriores investigaciones, pero en este caso se unificará la competitividad y la sostenibilidad.

Figura 6:

Análisis comparativo en diagrama de variables



Basado en: Ávila Fernández (2020), Humberto (2006), Maslow, Dwyer y Kim (2003) Michael Porter (1980), Foro Económico Mundial y el Consejo de competitividad Mundial 2019, Kim 2011

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth.

Tabla 14:

Dimensiones de competitividad y la sostenibilidad de un destino turístico

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES
Económico	Dimensión económica	Inversión
		Recursos
		Salarios
		Empleo
		Productividad
Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad
		Patrimonio
		Participación comunidad local

VARIABLES	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES
Ambiental	Dimensión ambiental	Endemismo Contaminación Racionalización consumo Protección
Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción- comercialización
Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados
Oferta	Servicio al turista	Capacitación Oferta organizada Calidad del servicio Información turista

Basado en: Ávila Fernández (2020), Humberto (2006), Maslow, Dwyer y Kim (2003) Michael Porter (1980), Foro Económico Mundial y el Consejo de competitividad Mundial 2019, Kim 2011

Nota: Elaborado por Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Las sub dimensiones se tomaron de las metodologías mencionadas anteriormente por cada variable, y en la construcción de los ítems se realizaron un análisis de validación racional que se muestra con la tabla denominada: Metodología para la creación de ítems, esta tabla analizó la relevancia, la definición general de la dimensión, las tendencias y los desafíos turísticos, y se realizaron preguntas que contestaron a los indicadores o sub dimensiones.

9.2.2 Metodología para la Creación de Ítems

Tabla 15

Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems

Relevancia	El turismo tiene impactos positivos y negativos sobre los residentes del lugar. La seguridad económica divide un negocio estable de uno que va a la quiebra.	
Definición general	Medición del impacto que puede tener la actividad turística en la seguridad económica de una localidad.	
Tendencia y desafíos	La seguridad económica se establece en la sostenibilidad de la empresa ecuatoriana al moverse en el sector económico por medio de los inversionistas y el recurso.	
Literales	A	
Variable	Económico	
Autores metodológicos	Competitividad y sostenibilidad Dwyer y Kim	
Dimensión	Dimensión económica	
Indicadores o sub dimensiones	Inversión, Recursos, Salarios, Empleo, Productividad	
A1	¿Posee inversiones o capital propio, que retornan de forma anual.?	Responde a la inversión
A2	¿Posee capital para la promoción del sitio?	Responde a los recursos
A3	¿Recibió capital de alguna institución gubernamental?	Responde a la inversión
A4	¿A podido incrementar el sueldo y dar bonos a sus trabajadores?	Responde a los salarios y al empleo
A5	¿A podido incrementar el número de trabajadores en el último año?	Responde al empleo
A6	¿A generado ganancias y margen de utilidad en el último año?	Responde a la productividad
A7	¿Incremento el número de turistas locales y extranjeros en el último año en su hotel?	Responde a la productividad
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth **Basada en:** Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014

Tabla 16*Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable cultural*

Relevancia	El turismo tiene impactos positivos y negativos sobre la seguridad local, la sostenibilidad de un patrimonio cultural, la relación con la comunidad	
Definición general	Medición del impacto que puede tener la actividad turística en la el mantenimiento patrimonial, y en la seguridad del país.	
Tendencia y desafíos	La seguridad y la percepción de seguridad han ido en aumento en el país en los meses, se debe de considerar que la seguridad de un país modifica las fuentes de empleo.	
Literales	B	
Variable	Cultural	
Autores metodológicos	Competitividad y sostenibilidad Dwyer y Kim	
Dimensión	Dimensión Socio cultural	
Indicadores o sub dimensiones	Seguridad de residentes, uso del patrimonio, participación con la comunidad local.	
B1	Existió un número de denuncias a la policía por robo o asalto cerca de su establecimiento en el último año	Responde a la seguridad
B2	Se encuentra su establecimiento cerca de un UPC	Responde a la seguridad
B3	Recibe su establecimiento servicio de seguridad privada	Responde a la seguridad
B4	Se encuentra su establecimiento cerca de un centro histórico	Responde al uso del patrimonio
B5	Posee su establecimiento características coloniales que deben ser conservadas. (fachada del establecimiento)	Responde al uso del patrimonio
B6	Se encuentra su local considerado como un sector de destino turístico por parte del municipio.	Responde al uso del patrimonio
B7	Posee su local un programa de sostenibilidad y responsabilidad social	Responde a la participación con la comunidad local.
B8	El local realiza actividades que promuevan la participación con la comunidad.	Responde a la participación con la comunidad local.
B9	El hotel posee una buena relación con las autoridades locales.	Responde a la participación con la comunidad local.
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basada en: Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014

Tabla 17*Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable ambiental*

Relevancia	El turismo tiene que relacionarse con el cuidado ambiental, este factor es predominante en la sostenibilidad, se destaca por el manejo adecuado de la naturaleza, en todas las dimensiones del proyecto.	
Definición general	Medición del impacto que puede tener la actividad turística en el aprovechamiento de recursos naturales ya sean renovables, tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables modifican las sostenibilidad local.	
Tendencia y desafíos	Los impactos ambientales negativos más evidentes de la actividad turística son los diferentes tipos de contaminación (agua, aire, sonora, visual), la sobrepoblación y el congestionamiento, los problemas del uso de la tierra, la ruptura ecológica	
Literales	C	
Variable	Ambiental	
Autores metodológicos	Maslow y Porter	
Dimensión	Dimensión Ambiental	
Indicadores o sub dimensiones	Cuidado del Ambiente, Contaminación, Racionalización de consumo, Protección de recursos.	
C1	El local posee un permiso de funcionamiento actualizado	Responde al cuidado ambiental
C2	El local posee áreas destinadas a la protección al cuidado del ambiente como el uso de jardines endémicos.	Responde al cuidado ambiental
C3	El local posee áreas libres de humo	Responde a la contaminación
C4	El local contribuye al cuidado ambiental destinado áreas para el reciclaje.	Responde al cuidado del Ambiente
C5	El local realiza una correcta administración de los desechos.	Responde a la Contaminación
C6	Con respecto a su distribución de elementos, el local toma en cuenta la contaminación auditiva y visual. (correcto uso de letreros y música)	Responde Racionalización de consumo
C7	El local adoptan medidas para reducir el consumo de agua	Responde a la Racionalización de consumo.
C8	La empresa turística adopta medidas para reducir el consumo de energía.	Responde a la participación con la comunidad local.
C9	El local usa recursos gastronómicos propios de la zona	Responde a la Protección de recursos básicos
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basada en: Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014

Tabla 18*Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable ambiental*

Relevancia	El uso de las TIC ha propiciado nuevas posibilidades en el turismo, como, por ejemplo, una mayor personalización de los servicios, especialmente en la recomendación del viaje y en la selección de lugares a visitar, a fin de incrementar el valor de dichos destinos.	
Definición general	Medición del impacto de las TIC. Facilitar la distribución de información y productos. El cliente ya no tiene que ir hasta una agencia física tradicional para obtener toda la información referente al viaje que quiere hacer, y puede conocer las instalaciones por medio de redes sociales.	
Tendencia y desafíos	Los impactos del desarrollo de los tics pueden ser asociados a la falta de privacidad. Disminución en los puestos de trabajo. Fraude. La poca accesibilidad para personas que no cuentan con el equipo necesario.	
Literales	D	
Variable	Desarrollo de las Tics	
Autores metodológicos	CEPAL, OCDE, Foro Mundial	
Dimensión	Dimensión gestión del destino	
Indicadores o sub dimensiones	Conocimiento tendencias, Planificación, Diseño producto Promoción- comercialización	
D1	Está al tanto de las nuevas tendencias y comportamientos del consumidor.	Responde al Conocimiento tendencias
D2	El municipio ha ejecutado programas de mejora del espacio público en su sector.	Responde a la Planificación
D3	Realiza campañas promocionales de marca destino en su localidad	Responde al Diseño productos
D4	Ha participado en un evento o festividad de la provincia	Responde a la Promoción-comercialización
D5	Posee un producto emblemática que lo identifica del resto	Responde al Diseño productos
D6	El personal atiende los pedidos de los clientes en un corto tiempo	Responde a la Planificación.
D7	El local efectuá promociones temporales acorde al calendario.	Responde a la Planificación.
D8	El local posee redes sociales actualizadas	Responde al Diseño productos
D9	El local posee señalética nueva, visible y legible	Responde al Diseño productos
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basada en: Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014

Tabla 19*Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable infraestructura*

Relevancia	La Infraestructura Turística se define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad.	
Definición general	Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados: Hoteles, restaurantes, agencias de viaje; son un conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento.	
Tendencia y desafíos	Los impactos de la infraestructura de una empresa turística se mide en los factores de competitividad y sostenibilidad, puede afectar el área económica, y la perspectiva del turista al lugar.	
Literales	E	
Variable	Infraestructura	
Autores metodológicos	Jiménez (2006) y Humberto (2006)	
Dimensión	Elementos de soporte	
Indicadores o sub dimensiones	Infraestructura, Planta turística, Atractivos valorados	
E1	Posee su local conectividad, wifi gratis, tv cable, teléfono.	Responde la infraestructura,
E2	Posee su local redes sociales donde expone su producto	Responde a Infraestructura,
E3	Posee su local servicio de facturación electrónica	Responde a la Planta turística
E4	Posee su local servicio de pago con tarjetas de crédito	Responde a la Planta turística
E5	En su local se brinda servicio de alojamiento	Responde a los Atractivos valorados
E6	En su local se brinda servicio de catering y bar	Responde a la Planificación.
E7	Su local cuenta con guías de diferentes lugares turísticos de la localidad	Responde a los Atractivos valorados.
E8	Su local cuenta con un guía turístico	Responde a los Atractivos valorados
E9	Su local ofrece servicio de lavandería	Responde a Infraestructura,
E10	Su local posee piscina y áreas de recreación	Responde a Infraestructura,
E11	Su local pertenece a una cadena hotelera	Responde a Infraestructura,
E12	Sus empleados poseen uniforme y credenciales de identificación	Responde a la Planificación.
E13	Posee variedad de bebidas y alimentos correctamente procesados	Responde a la Planificación.
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por **Atiaja** Jiménez Viviana Lisbeth**Basada en:** Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014

Tabla 20

Ejemplo de ficha metodológica para la creación de Ítems de la variable infraestructura

Relevancia	La Infraestructura Turística se define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad.	
Definición general	Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados: Hoteles, restaurantes, agencias de viaje; son un conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento.	
Tendencia y desafíos	Los impactos de la infraestructura de una empresa turística se mide en los factores de competitividad y sostenibilidad, puede afectar el área económica, y la perspectiva del turista al lugar.	
Literales	F	
Variable	Oferta	
Autores metodológicos	Maslow y Porter	
Dimensión	Servicio al turista	
Indicadores o sub dimensiones	Capacitación, Calidad del servicio, Información turista	
F1	El personal recibió capacitaciones en el último año	Responde la Capacitación.
F2	El personal posee títulos de tercer nivel acorde a cada puesto	Responde a la calidad del servicio.
F3	El local posee estrategias con otros locales para incentivar el comercio	Responde a la calidad del servicio.
F4	Posee el local una zona destinada para eventos	Responde la calidad del servicio.
F5	El local posee señalética en diferentes idiomas	Responde a la Información turista
F6	El local posee instalaciones accesibles para las personas con discapacidad	Responde a la calidad del servicio..
F7	El local posee una caja de sugerencias	Responde la calidad del servicio.
F8	El local posee información turística en diferentes idiomas	Responde a la Información turista.
Evaluación en escala Likert	Del uno al cinco que nivel de importancia es para usted este indicador.	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Basada en: Metodología para la creación de ítems, Brasil 2014.

9.2.3 Diseño del Instrumento de Evaluación

La propuesta en resumen está compuesta por 6 dimensiones, 6 variables, 21 Sub dimensiones.

Se establecen el literal A al literal F que serán para los administrativos, este instrumento

mostrará el nivel y calidad que la empresa posee y qué administrativo percibe. Este estará conformado por 55 Ítems que se relacionan con el ámbito administrativo. Y los literales AA al literal FF se aplicarán a dos hoteles de la localidad, específicamente a los turistas del sector, esto consta de 47 ítems que son preguntas directas y categóricas.

- **Ítems en forma de preguntas:** hacen una evaluación individual de los ítems y a través de la razón se identifica si son adecuados, o no. Este permitió crea una lista de preguntas que recolectaron los datos que necesitas la investigación. Estas preguntas se clasificaron en dos: preguntas directas y preguntas categóricas basadas en las fichas de Metodología para la creación de ítems, Brasil, 2014.

Según Supo (2013) El número de ítems que conforman cada una de las dimensiones no necesariamente deben ser iguales en número, se deben plantear preguntas

Al construir el instrumento de evaluación se divide la investigación en dos grandes grupos, el primero se relaciona con la administración de las empresas hoteleras y el segundo se dirige a los turistas del sector, esto se decidió a partir del modelo CEPAL, (2006). Para obtener resultados que separen la perspectiva del turista, con la del administrador. Ya que estos poseen necesidades diferentes, el turista observa al hotel como desde su necesidad afectiva el deseo de sentirse satisfecho, comodo y que se apegue a su economía; mientras que el administrador observa el entorno comercial y monetario. Esto se enfatizo en la pirámide de Maslow.

El instrumento permite expresar de manera conjunta la composición total de la propuesta de medición: en la primera columna están las seis dimensiones asignadas por literales, esto se tomó del modelo CEPAL (2006) y FEM (2017), en la segunda columna aparecen las variables; en la tercera columna están las dimensiones, en la cuarta columna se encuentran las sub dimensiones esto se basa en el modelo competitividad de turismo nacional Relatorio Brasil (2014); en la quinta columna los ítems planteados, luego se desglosan los índices de criterios a evaluar, que

constan de cuatro grupos correspondientes a la escala Likert y por último se dejó una fila para observaciones.

La escala de Likert divide la información en estratos, cada estrato se obtiene de la información recopilada.

Tabla 21:

Resumen de la estructura propuesta

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEMS GERENTES	ÍTEMS TURISTAS
AA	Económico	Dimensión económica	Inversión	7	7
			Recursos		
			Salarios		
			Empleo		
			Productividad		
BB	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad	9	8
			Patrimonio		
			Participación		
			comunidad local		
CC	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental	9	10
			Racionalización y consumo		
DD	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias	9	6
			Planificación		
			Diseño producto		
			Promoción-comercialización		
EE	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura	13	9
			Planta turística		
			Atractivos valorados		
FF	Oferta	Servicio al turista	Capacitación	8	6
			Oferta organizada		
			Calidad del servicio		
			Información turista		
TOTAL				55	47

Nota: Elaborado por Viviana Atiaja

Basado en: (Fernández Ávila, 2020)

9.3 Construcción de la Métrica, Criterios y Porcentajes

Escala de Likert: utilizada para la valoración de indicadores y se basó en el modelo de Competitividad y sostenibilidad Turística propuesto por el Instituto ETHOS de Brasil en 2000.

Este cuadro se determinó mediante una escala del 1 al 5 su criterio que va de deficiente a excelente; su rango de calificación que va del 0 al 100%; es decir, el número de respuestas obtenidas de las encuestas y las cinco opciones se convierten en sub indicadores que sirven para la evaluación de la competitividad por medio de la siguiente fórmula.

Puntuación:
$$\frac{\text{Puntaje Alcanzado} \times 100\%}{\text{Puntaje total de items}}$$

Luego de obtener la puntuación por cada pregunta se realiza una valoración del nivel de competitividad y sostenibilidad, donde se toma en cuenta el puntaje obtenido de forma general por indicador. Luego cómo marco de referencia de se presenta la siguiente escala de puntuación:

Tabla 22:

Escala de Likert para la valoración de los indicadores

FACTOR	ÍNDICE	PORCENTAJE
1	Deficiente	0-20%
2	Regular	21-40%
3	Bueno	41-60%
4	Muy bueno	61-80%
5	Excelente	81-100%

Nota: Adaptado de Escala de Likert

9.4 Validación de Expertos

La siguiente ficha metodológica permite analizar el instrumento de competitividad y sostenibilidad de una empresa dedicada al turismo, específicamente al sector hotelero, que ofrezca el servicio de restaurante y bebidas.

Para la validación de expertos se usó la metodología planteada por Supo (2013) en su guía ¿Cómo validar un instrumento? Esta guía, seleccionan la validación de expertos como centro de medición de calidad, viabilidad y flexibilidad.

El proceso para la evaluación por parte de expertos fue el siguiente: Primero se realizó una ficha que facilite medir cada ítem relacionado con las dimensiones de competitividad y sostenibilidad, donde se plantearon 11 preguntas en forma de indicadores.

- **Objetivo del juicio de expertos:** Analizar y evaluar cada uno de los indicadores, las dimensiones e ítems que corresponden a sostenibilidad y competitividad turística enfocada en hoteles y restaurantes.

9.4.1 Criterios para Realizar las Preguntas de los Indicadores

- **Suficiencia:** los ítems que pertenecen a una misma dimensión son los suficientes para medir la competitividad y sostenibilidad.
- **Claridad:** el ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.
- **Coherencia:** el ítem tiene relación lógica con la dimensión y los indicadores que se están midiendo.
- **Relevancia:** el ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

Por medio de una escala Likert donde se consideran cuatro niveles:

- **Muy bueno:** 4 Los ítems son suficientes
- **Bueno:** 3 Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
- **Regular:** 2 Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
- **Malo:** 1 Los ítems no son suficientes para medir la dimensión

9.4.2 Selección del Experto

Se consideró al docente Jorge Cañar, el mismo que aportó con diferentes criterios, opiniones y calificaciones del instrumento. El resultado de la evaluación del experto tuvo una buena aceptación al ser evaluado pues obtuvo una calificación de 42/44, este brindó los siguientes resultados.

Tabla 23:

Evaluación de Expertos

Nombre y Apellido del experto:	Jorge Enrique Cañar Tercero		
Título:	Ing. Administración De Empresa		
Institución donde labora:	Universidad Técnica de Cotopaxi		
Cargo que ocupa:	Docente Investigador		
Fecha:	25/01/2023		
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN			
Tema: “Instrumentos de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas”			
Objetivo de la investigación: Identificar los instrumentos de evaluación de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas, definiendo un instrumento aplicable en la provincia de Cotopaxi.			
Objetivo del juicio de expertos: Analizar y evaluar cada uno de los indicadores las dimensiones e ítems que corresponden a sostenibilidad y competitividad turística enfocada en hoteles y restaurantes.			
Objetivo de la prueba: Identificar si cada uno de los indicadores, las dimensiones e ítems se encuentran correctamente estructurados y son suficientes para la evaluación de la competitividad turística.			
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada uno de los indicadores a evaluar, estos indicadores permitirán medir la sostenibilidad y competitividad de una empresa turística especialmente para hoteles y restaurantes, según los porcentajes puede colocar su evaluación, observación y sugerencias.			
Puntaje a colocar: Muy bueno:4; Bueno:3; regular:2; Malo:1			
N	CARACTERÍSTICAS	CALIFICACIÓN	OBSERVACIÓN
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?	4	
2	¿El instrumento de evaluación hace referencia a la competitividad y sostenibilidad de un proyecto?	4	
3	¿La redacción de los ítems es la correcta?	4	
4	¿El número de indicadores es el correcto?	4	
5	¿Cree que el instrumento está diseñado de forma ordenada?	4	
6	¿El instrumento permite medir hechos observables?	4	
7	¿La estrategia responde al propósito de diagnóstico?	4	

8	¿El indicador es útil para la investigación?	2	Es importante realizar ajustes en la variable de la TICS tanto en las dimensiones y sub dimensiones
9	¿Los indicadores tiene relación lógica con la dimensión y los indicador que se están midiendo?	4	
10	¿El instrumento de medición se encuentra correctamente organizado?	4	
11	¿El instrumento se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas o coherentes?	4	
Promedio de valoración			42/44

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

10 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

10.1 Fase 3. Aplicación y Análisis de Resultados del Instrumento Piloto.

10.1.1 Análisis del Área Administrativa

Tabla 24:

Datos de los Hoteles

	Rodelu	Oro Verde
NOMBRES Y APELLIDOS	Inés Oliva Córdova Rosero	Henry Soto
AÑOS EN EL CARGO	30 años de experiencia	25 años de experiencia
UBICACIÓN DEL HOTEL	Calle. Quito &, Calle Padre Salcedo 1631	Guayaquil 526 Entre Belisario Quevedo y Quito
CARGO	Gerente general	Gerente general
RESUMEN	El Hotel Rodelu Latacunga de 3 estrellas ofrece habitaciones cómodas, servicio de pizzería y de restaurante	Hotel REEC Latacunga Teléfono: +593 98 163-9945 reservas_reeclt@hotelesoro Verde.com

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

10.1.1.1 Dimensión Económica Administrativa

Tabla 25:

Dimensión económica administrativa del hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
A	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	A1	Posee inversiones o capital propio, que retornan de forma anual, mensual o semestral.			4	
				A2	Posee capital para la promoción (campañas de publicidad) del sitio.			4	
				A3	Recibió capital de alguna institución gubernamental (Fomento al emprendimiento turístico)		2		
				A4	A podido incrementar el sueldo y dar bonos a sus trabajadores	1			
				A5	A podido incrementar el número de trabajadores en el último año			5	
				A6	A generado ganancias y margen de utilidad en el último año			4	
				A7	Incremento el número de turistas locales y extranjeros que visitaron en el último año en su local u hotel.		2		
TOTAL					1	4	0	12	5
TOTAL ALCANZADO				22	PROMEDIO		62,9 %		
NIVEL DE ACEPTACIÓN				4.- Muy bueno 61-80%					

Nota: Elaborado por **Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth**

En esta pregunta se detecta una falencia en el inicial A4 que menciona que en el área económica no se ha podido incrementar el sueldo a los empleados en el último año, según el gerente esto se debe por la lenta recuperación económica que el hotel ha tenido debido al déficit causado por la pandemia del COVID-19. En términos mensuales, por ejemplo, desde el 2020 en

noviembre de 2022 elevó sus ventas por primera vez un 4% en dos años, lo que permitió recontratar un poco de personal.

Tabla 26:

Dimensión económica administrativa del hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE	
A	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	A1	Posee inversiones o capital propio, que retornan de forma anual, mensual o semestral.			3		
				A2	Posee capital para la promoción (campañas de publicidad) del sitio.			3		
				A3	Recibió capital de alguna institución gubernamental (Fomento al emprendimiento turístico)		2			
				A4	A podido incrementar el sueldo y dar bonos a sus trabajadores		2			
				A5	A podido incrementar el número de trabajadores en el último año				3	
				A6	A generado ganancias y margen de utilidad en el último año					3
				A7	Incremento el número de turistas locales y extranjeros que visitaron en el último año en su local u hotel.					
TOTAL					0	4	12	4	0	
TOTAL ALCANZADO				20	PROMEDIO		57,14%			
NIVEL DE ACEPTACIÓN				3	Bueno 41-60%					

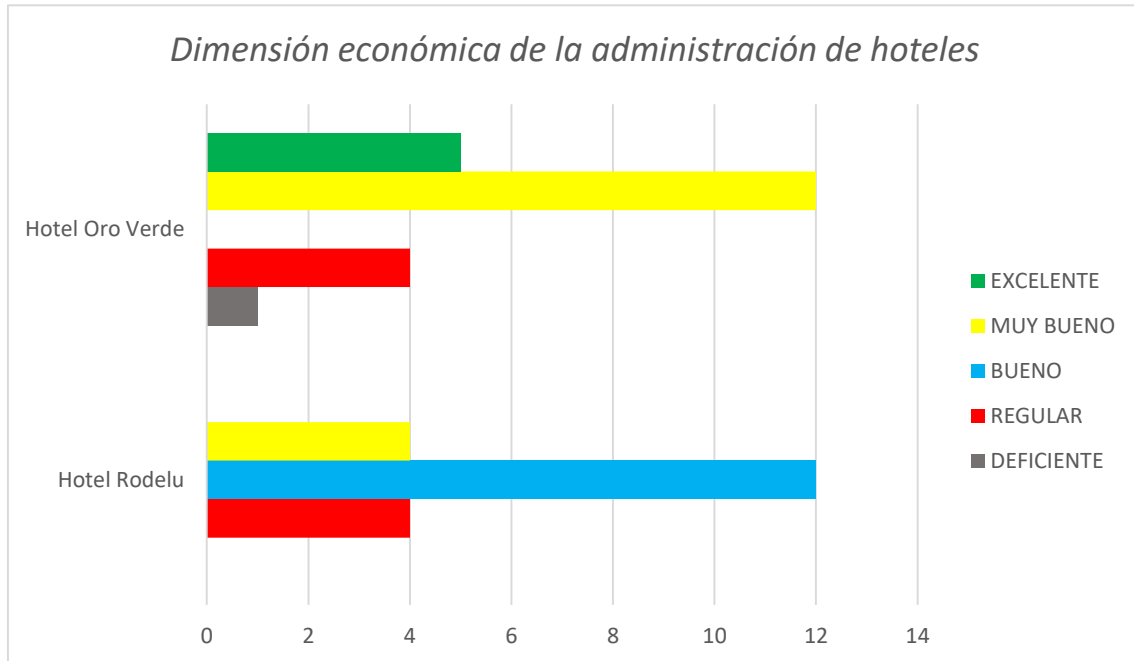
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Oro Verde se evidenció en los ítems A3, A4 falencias en el área económica, sobre todo, lo referente a las inversiones que deben hacer los municipios al área turística, pues, no

poseen un fomento al emprendimiento turístico. Además, en este hotel tampoco se ha incrementado el sueldo ni se dan bonos a sus trabajadores, esto se debe a que se ha inyectado capital propio para remodelaciones.

Figura 7:

Dimensión económica de la administración de hoteles



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 62,9% con el índice número 4 muy bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 57,14% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, esto hace referencia a la dimensión económica de la investigación en el área administrativa.

10.1.1.2 Dimensión Sociocultural Administrativa

Tabla 27:

Dimensión sociocultural administrativa del hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
B	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad	B1	Existió un número de denuncias a la policía por robo o asalto cerca de su establecimiento en el último año		2		
				B2	Se encuentra su establecimiento cerca de un UPC	1			
				B3	Recibe su establecimiento servicio de seguridad privada	1			
				B4	Se encuentra su establecimiento cerca de un centro histórico			5	
			Patrimonio	B5	Posee su establecimiento características coloniales que deben ser conservadas. (fachada del establecimiento)			4	
			Participación comunidad local	B6	Se encuentra su local considerado como un sector de destino turístico por parte del municipio.				5
				B7	Posee su local un programa de sostenibilidad y responsabilidad social	1			
				B8	El local realiza actividades que promuevan la participación con la comunidad.		2		

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
				B9 El hotel posee una buena relación con las autoridades locales.					5
TOTAL					3	4	0	4	15
TOTAL ALCANZADO			26	PROMEDIO					57,8%
NIVEL DE ACEPTACIÓN				3.- Bueno 41-60%					

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta fallencias en los literales B2, B3, B7, que mostraron un rango deficiente en cuanto a las preguntas relacionadas con la seguridad de los turistas; sobre todo, a lo relacionado con seguridad privada, inseguridad, y resguardo policial. El gerente manifestó que la inseguridad se ha incrementado en el último año en el Ecuador, y que como empresa han descuidado la contratación de personal de seguridad, y que solo cuentan con cámaras en el restaurante y parqueo.

Tabla 28:

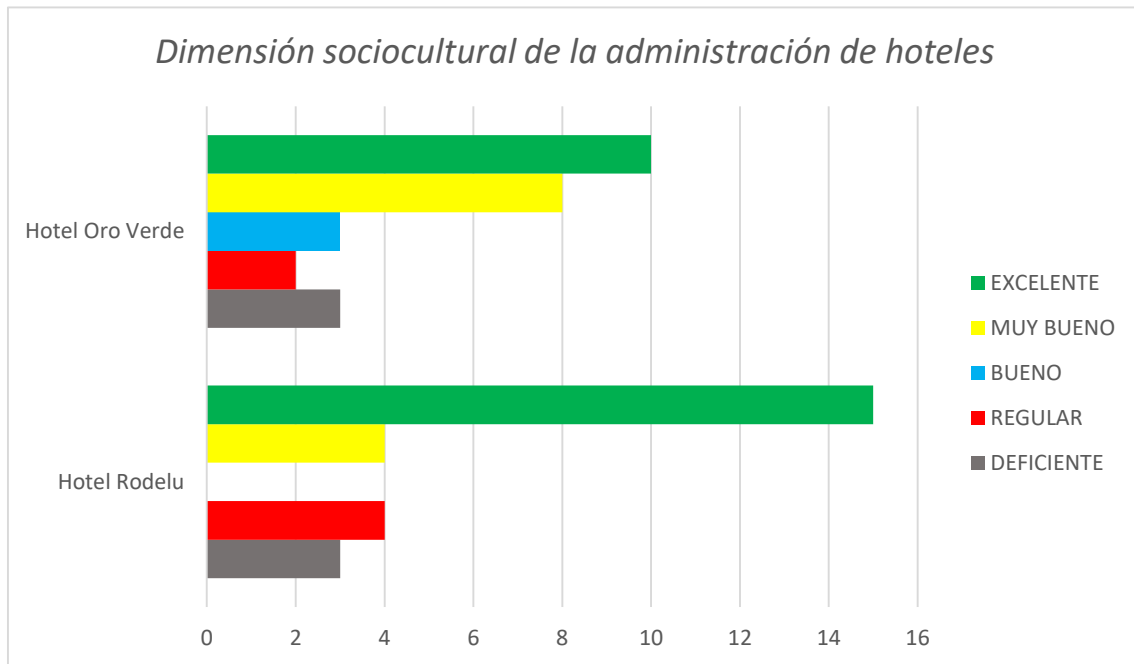
Dimensión sociocultural administrativa hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
B	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad Patrimonio Participación comunidad local	B1 Existió un número de denuncias a la policía por robo o asalto cerca de su establecimiento en el último año	1				
				B2 Se encuentra su establecimiento cerca de un UPC	1				
				B3 Recibe su establecimiento servicio de seguridad privada	1				
				B4 Se encuentra su establecimiento cerca de un centro histórico					5

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
				B5 Posee su establecimiento características coloniales que deben ser conservadas. (fachada del establecimiento)				4	
				B6 Se encuentra su local considerado como un sector de destino turístico por parte del municipio.				4	
				B7 Posee su local un programa de sostenibilidad y responsabilidad social		2			
				B8 El hotel realiza actividades que promuevan la participación con la comunidad.					5
				B9 El hotel posee una buena relación con las autoridades locales.			3		
TOTAL					3	2	3	8	10
TOTAL ALCANZADO			26	PROMEDIO	57,8%				
NIVEL DE ACEPTACIÓN			3.- Bueno 41-60%						

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta falencias en los literales B1, B2, B3, B7 que mostraron un rango deficiente en la seguridad, sobre todo a lo relacionado con seguridad privada, inseguridad, y resguardo policial, esto muestra que, a nivel local, es decir en la ciudad de Latacunga se evidencia un incremento delictivo; lo que puede afectar el turismo. Otro factor es la falta de un plan de sostenibilidad en la empresa hotelera.

Figura 8:*Dimensión sociocultural administrativa*

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 57,8% con el índice número 3 bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 57,8% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, en esta pregunta se observa un empate en la puntuación, es decir los niveles manejan el mismo nivel en el aspecto sociocultural.

10.1.1.3 Dimensión Ambiental Administrativa

Tabla 29:

Dimensión ambiental administrativa del Hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE			
C	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental Racionalización y consumo	C1	El local posee un permiso de funcionamiento actualizado				5			
				C2	El hotel cuenta con áreas destinadas a jardines endémicos.			3				
				C3	El local posee áreas libres de humo					5		
				C4	El local contribuye al cuidado ambiental destinado áreas para el reciclaje.					5		
				C5	El local realiza una correcta administración de los desechos.					5		
				C6	Con respecto a su distribución de elementos, el local toma en cuenta la contaminación auditiva y visual. (correcto uso de letreros y música)						4	
				C7	El local adoptan medidas para reducir el consumo de agua						5	
				C8	La empresa turística adopta medidas para reducir el consumo de energía.						4	
				C9	El local usa recursos gastronómicos propios de la zona							5
TOTAL					0	0	3	8	30			
TOTAL ALCANZADO				41	PROMEDIO		91,1%					
NIVEL DE ACEPTACIÓN				5	Excelente	81-100%						

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta se establece varios puntos positivos en cuanto al filtro ambiental, hotel Rodelu se enfoca en racionalizar diferentes recursos y como el local administra los desechos, recicla y tiene áreas libres de humo, como falencia se encuentra el ítem C2 que menciona las áreas verdes, del hotel y si este posee plantas endémicas. En el caso del hotel, al estar ubicado en el

centro de la ciudad de Latacunga, este no posee un área grande designada al jardín, por lo que no ha establecido un jardín en las instalaciones del mismo.

Tabla 30:

Dimensión ambiental Hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE		
C	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental Racionalización y consumo	C1	El local posee un permiso de funcionamiento actualizado					5	
				C2	El hotel cuenta con áreas destinadas a jardines endémicos.		2				
				C3	El local posee áreas libres de humo						5
				C4	El local contribuye al cuidado ambiental destinado áreas para el reciclaje.						5
				C5	El local realiza una correcta administración de los desechos.						5
				C6	Con respecto a su distribución de elementos, el local toma en cuenta la contaminación auditiva y visual. (correcto uso de letreros y música)						4
				C7	El local adoptan medidas para reducir el consumo de agua						4
				C8	La empresa turística adopta medidas para reducir el consumo de energía.						4
				C9	El local usa recursos gastronómicos propios de la zona					3	
TOTAL					0	2	3	12	20		
TOTAL ALCANZADO			37	PROMEDIO		82,22%					
NIVEL DE ACEPTACIÓN			5	Excelente	81-100%						

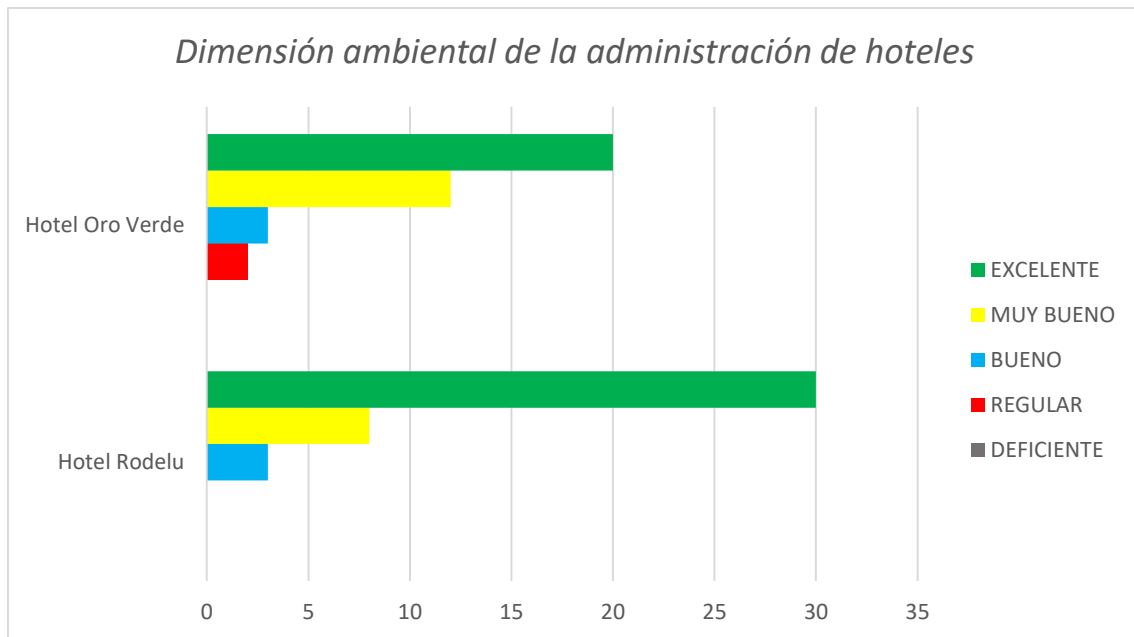
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta los literales C1, C3, C4, C5, menciona que el hotel Oro Verde posee una correcta sostenibilidad ambiental, en esta se manejan los desechos de forma adecuado por

medio del reciclaje, además mantienen un cuidado en el límite de consumo de energía y en el uso de agua. Sin embargo, al ser un hotel ubicado en una zona centro histórica no posee jardines o áreas verdes, esto se debe a que no se dejaron espacios en los terrenos de construcción, esto se evidencia en el ítem C2.

Figura 9:

Dimensión ambiental administrativa



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 91,10% con el índice número 5 Excelente, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 82,22% con un nivel de aceptación del nivel 5 equivalentes a Excelente, esto es referente a la dimensión ambiental en base a la administración hotelera.

10.1.1.4 Dimensión Gestión del Destino Administrativa

Tabla 31:

Dimensión gestión del destino administrativa hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE		
D	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias	D1	Está al tanto de las nuevas tendencias y comportamientos del consumidor.					5	
				D2	El municipio ha ejecutado programas de mejora del espacio público en su sector.	1					
				D3	Realiza campañas promocionales de marca destino en su localidad						5
			Planificación	D4	Ha participado en un evento o festividad de la provincia	1					
				D5	Posee un producto emblemática que lo identifica del resto	1					
			Diseño producto Promoción-comercialización	D6	El personal atiende los pedidos de los clientes en un corto tiempo						5
				D7	El local efectuá promociones temporales acorde al calendario.						5
				D8	El local posee redes sociales actualizadas						5
				D9	El local posee señalética nueva, visible y legible						5
TOTAL					3	0	0	0	30		
TOTAL ALCANZADO				33	PROMEDIO		73,3%				
NIVEL DE ACEPTACIÓN				4.- Muy bueno 61-80%							

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta los ítems D2, D4, D5 muestra deficiencias en el ámbito de la gestión del destino, estos tres ítems se relacionan con la participación que debe tener el municipio con los

locales destinados al turismo, ya que no se ha invitado a los hoteles a participar en los eventos y festividades de la ciudad, y no se ha mejorado el espacio público de forma adecuada, por ejemplo se mejoraron las veredas cerca de sector para el uso del peatón; pero se ha dejado de lado la creación de estacionamientos públicos, y la luminaria de la zona.

Tabla 32:

Dimensión gestión del destino administrativa hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
D	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción-comercialización	D1 Está al tanto de las nuevas tendencias y comportamientos del consumidor.					5
				D2 El municipio ha ejecutado programas de mejora del espacio público en su sector.		3			
				D3 Realiza campañas promocionales de marca destino en su localidad					5
				D4 Ha participado en un evento o festividad de la provincia	1				
				D5 Posee un producto emblemática que lo identifica del resto		2			
				D6 El personal atiende los pedidos de los clientes en un corto tiempo				4	
				D7 El local efectúa promociones temporales acorde al calendario.				4	
				D8 El local posee redes sociales actualizadas			3		
				D9 El local posee señalética nueva, visible y legible			3		
TOTAL					1	5	6	8	10
TOTAL ALCANZADO			30	PROMEDIO	66,7%				
NIVEL DE ACEPTACIÓN			4.- Muy bueno 61-80%						

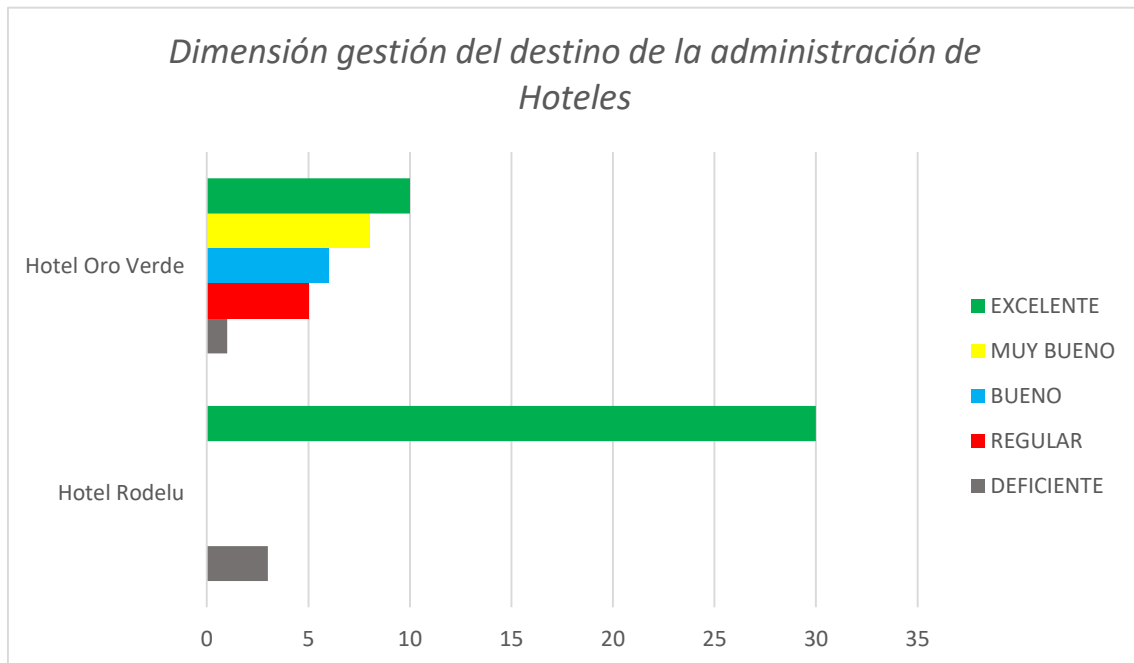
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta el ítem D4 que se relaciona a la participación de los hoteles en festividades de la ciudad o la provincia se observa un déficit, esto se repite nuevamente, en este segundo caso,

el administrador del hotel, menciona que esto se suele dar debido al poco acercamiento de las autoridades municipales a estas empresas turísticas.

Figura 10:

Dimensión gestión del destino administrativa



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 66,7% con el índice número 4 muy bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 81,5% con un nivel de aceptación del nivel 4 equivalentes a muy bueno, esto referente a la dimensión gestión del destino referente al área administrativa.

10.1.1.5 Dimensión Elementos de Soporte Administrativa

Tabla 33:

Dimensión elementos de soporte administrativa del hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE				
E	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados	E1	Posee su local conectividad, wifi gratis, tv cable, teléfono.					5			
				E2	Posee su local redes sociales donde expone su producto						5		
				E3	Posee su local servicio de facturación electrónica							5	
				E4	Posee su local servicio de pago con tarjetas de crédito							5	
				E5	En su local se brinda servicio de alojamiento							5	
				E6	En su local se brinda servicio de catering y bar							5	
				E7	Su local cuenta con guías de diferentes lugares turísticos de la localidad							5	
				E8	Su local cuenta con un guía turístico	2							
				E9	Su local ofrece servicio de lavandería						4		
				E10	Su local posee piscina y áreas de recreación	1							
				E11	Su local pertenece a una cadena hotelera	1							
				E12	Sus empleados poseen uniforme y credenciales de identificación								5
				E13	El hotel posee variedad de bebidas y alimentos correctamente elaborados.								5
TOTAL					2	2	0	4	45				
TOTAL ALCANZADO				53	PROMEDIO		81,5%						
NIVEL DE ACEPTACIÓN				4.- Muy bueno 61-80%									

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta, los ítems E8, E10, E11 muestra deficiencias en los ámbitos de elementos de soporte; estos elementos se relacionan con la habilidad del hotel para satisfacer al turista, por ejemplo, que no cuenta con guía turístico; no posee instalaciones como piscinas y áreas de recreación y el local no pertenece a una cadena hotelera. Estos factores se relacionan con la mejora a las infraestructuras y al incremento de inversión al hotel, dichas decisiones se deben tomar con los administrativos, dueños del hotel y con los capitalistas.

Tabla 34

Dimensión elementos de soporte administrativa hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE		
E	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados	E1	Posee su local conectividad, wifi gratis, tv cable, teléfono.			3			
				E2	Posee su local redes sociales donde expone su producto				4		
				E3	Posee su local servicio de facturación electrónica				4		
				E4	Posee su local servicio de pago con tarjetas de crédito				4		
				E5	En su local brinda servicio de alojamiento					5	
				E6	En su local se brinda servicio de catering y bar					4	
				E7	Su local cuenta con guías de diferentes lugares turísticos de la localidad					5	
				E8	Su local cuenta con un guía turístico					4	
				E9	Su local ofrece servicio de lavandería					3	
				E10	Su local posee piscina y áreas de recreación			1			
				E11	Su local pertenece a una cadena hotelera				2		
				E12	Sus empleados poseen uniforme y credenciales de identificación						4
				E13	El hotel posee variedad de bebidas y alimentos correctamente elaborados.						4
TOTAL					1	2	6	28	10		
TOTAL ALCANZADO		47	PROMEDIO		72.3%						
NIVEL DE ACEPTACIÓN		4.- Muy bueno 61-80%									

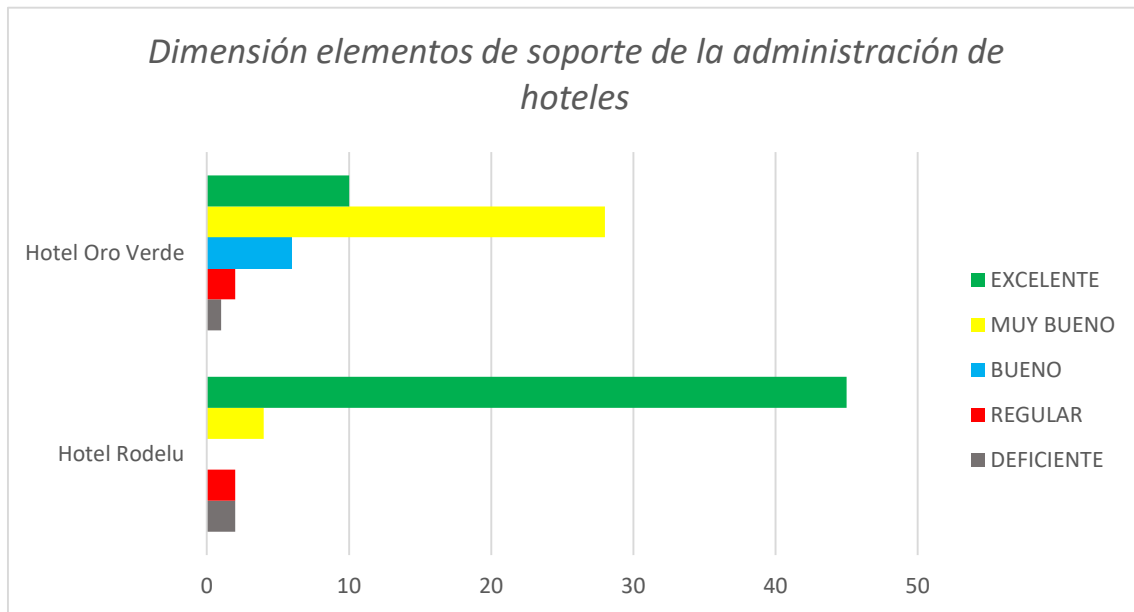
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta, los ítems E10, E11 muestra deficiencias, lo que se relaciona a la ampliación de la infraestructura, y al no pertenecer a una cadena hotelera, sin embargo, el administrador del hotel menciona que posee dos franquicias, una en la ciudad de Latacunga y otra en la ciudad

de Quito. Por lo que se está buscando la expiación de esta franquicia hasta que sea una cadena hotelera.

Figura 11:

Dimensión elementos de soporte administrativa



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 81,5% con el índice número 4 muy bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 72,3% con un nivel de aceptación del nivel 4 equivalentes a muy bueno, esto referente a la dimensión económica de la administración de hoteles.

10.1.1.6 Dimensión Servicio al Turista Administrativa

Tabla 35:

Dimensión servicio al turista administrativa del hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE			
F	Oferta	Servicio al turista	Capacitación Oferta organizada Calidad del servicio Información turista	F1	El personal recibió capacitaciones en el último año		2					
				F2	El personal posee títulos de tercer nivel acorde a cada puesto				4			
				F3	El local posee estrategias con otros locales para incentivar el comercio				3			
				F4	El hotel posee zona para eventos	1						
				F5	El local posee señalética en diferentes idiomas	1						
				F6	El local posee instalaciones accesibles para las personas con discapacidad					3		
				F7	El local posee una caja de sugerencias							5
				F8	El local posee información turística en diferentes idiomas						3	
TOTAL					2	2	9	4	5			
TOTAL ALCANZADO				22	PROMEDIO		55%					
NIVEL DE ACEPTACIÓN				3	Bueno 41-60%							

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta, los ítems F4, F5 muestra deficiencias en los ámbitos que se relacionan con la oferta a los turistas; en esta área se identificaron los escasos letreros en diferentes idiomas y la falta de una zona destinada a eventos, por lo que el hotel debe de cerrar el restaurante al público

si desea realizar programas a clientes privados, el gerente administrativo también menciona el literal F1 y manifiesta que no se ha podido capacitar al personal, esto debido a que no se ha organizado adecuadamente estas actividades.

Tabla 36:

Dimensión de servicio al turista administrativa hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE		
F	Oferta	Servicio al turista	Capacitación Oferta organizada Calidad del servicio Información turista	F1	El personal recibió capacitaciones en el último año			3			
				F2	El personal posee títulos de tercer nivel acorde a cada puesto				4		
				F3	El local posee estrategias con otros locales para incentivar el comercio		2				
				F4	El hotel posee zona para eventos.				3		
				F5	El local posee señalética en diferentes idiomas			2			
				F6	El local posee instalaciones accesibles para las personas con discapacidad			2			
				F7	El local posee una caja de sugerencias						4
				F8	El local posee información turística en diferentes idiomas					3	
TOTAL					0	6	9	8	0		
TOTAL ALCANZADO				23	PROMEDIO		57,5%				
NIVEL DE ACEPTACIÓN				3	Bueno	41-60%					

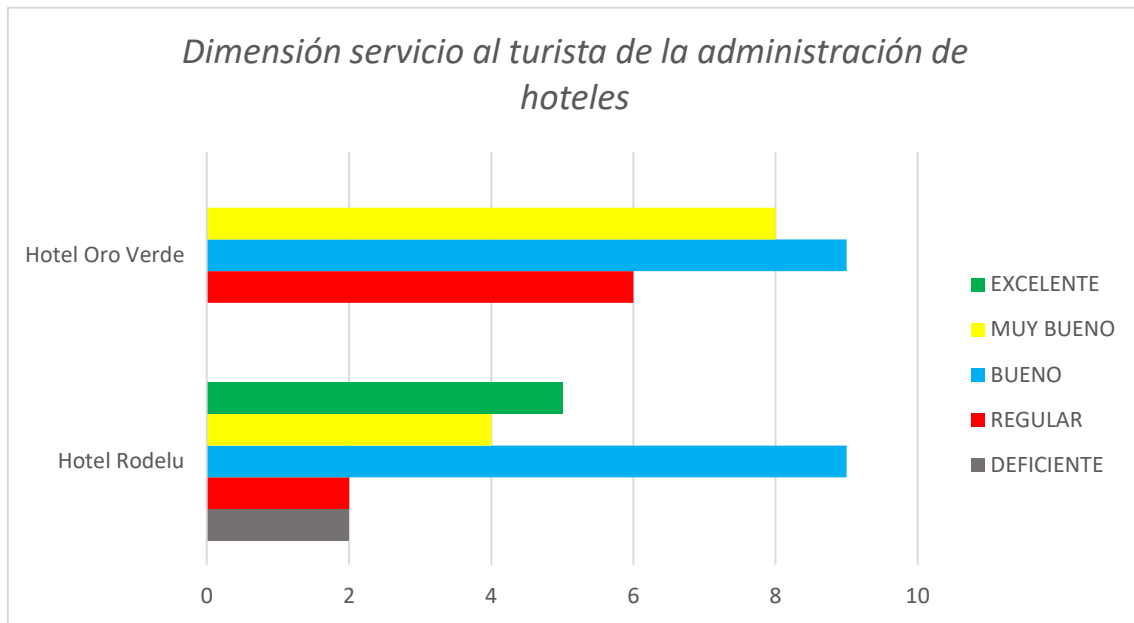
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta los ítems F3, F5, F6 se muestran que el hotel posee estrategias con otros locales para incentivar el comercio, como son los locales comerciales que se encuentran alrededor de la Plaza de Santo Domingo. Con respecto a la señalética se observan diferentes idiomas para los turistas extranjeros, señalética escrita en tres idiomas: inglés, francés y español; mientras

que el local posee instalaciones accesibles para las personas con discapacidad como lo es un asesor y rampa para silla de ruedas.

Figura 12:

Dimensión servicio al turista Administrativa



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 55% con el índice número 3 bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 57, 5% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, respecto al servicio al turista.

10.1.2 Análisis del Área Turística

Tabla 37:

Personas encuestadas en el hotel Rodelu

NOMBRE	EDAD	TIEMPO EN EL QUE SE QUEDÓ EN EL HOTEL
Cintia Serrano	32 años	2 días
Inés Medina	27 años	1 día
Marisol Molina	26 años	Almorzó en el local
Medardo Sánchez	46 años	3 días
Byron Sangacho	38 años	Almorzó en el local

Nota: Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

Tabla 38:

Turistas encuestados en el hotel Oro verde

NOMBRE	EDAD	TIEMPO EN EL QUE SE QUEDÓ EN EL HOTEL
Alexandra Vasco	35 años	Dos noches
Ignacio Tapia	38 años	Almorzó en el local
Lourdes Vallejo	30 años	Almorzó en el local
Patricio Vargas	48 años	3 días
Juan Caiza	41 años	2 días

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

10.1.2.1 Dimensión Económica del Área Turística

Tabla 39:

Dimensión económica hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
AA	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	AA1	Pudo pagar los gastos de su visita con tarjeta de crédito			16	5	21	84%
				AA2	Está de acuerdo con el índice de precios del alojamiento.			6	12	18	72%
				AA3	Son accesibles los precios correspondientes a la alimentación.			15		15	60%
				AA4	Cree que es accesible el índice de precios en el transporte público.			6	12	18	72%
				AA5	Le alcanzó el presupuesto establecido para su visita			15		15	60%
				AA6	Contrató un paquete turístico en su visita	5				5	20%
				AA7	Compro en locales aledaños a su alojamiento			15		15	60%
TOTAL					5	0	45	56	5	111	61%
NIVEL DE ACEPTACIÓN					4	Muy bueno	61-80%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta los ítems AA6 resultaron con un alto índice de deficiencia, esto analiza la contratación de paquetes turísticos, en este caso los turistas no adquieren este producto cuando visitan una localidad, esto debido a que varias agencias de viajes no cuentan con una lista de

los hoteles de la ciudad de Latacunga, esto muestra que para aumentar la competitividad se debe analizar la gestión de servicios turísticos de la localidad.

Tabla 40:

Dimensión económica hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO			
AA	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	AA1	Pudo pagar los gastos de su visita con tarjeta de crédito			15			15	60%		
				AA2	Está de acuerdo con el índice de precios del alojamiento		2	3	12			17	68%	
				AA3	Son accesibles los precios correspondientes a la alimentación.				15				15	60%
				AA4	Cree que es accesible el índice de precios en el transporte público.				15				15	60%
				AA5	Le alcanzó el presupuesto establecido para su visita				15				15	60%
				AA6	Contrató un paquete turístico en su visita		4	9					13	52%
				AA7	Compro en locales aledaños a su alojamiento				15				15	60%
TOTAL					0	6	87	12	0	105	60%			
NIVEL DE ACEPTACIÓN					3	Bueno	41-60%							

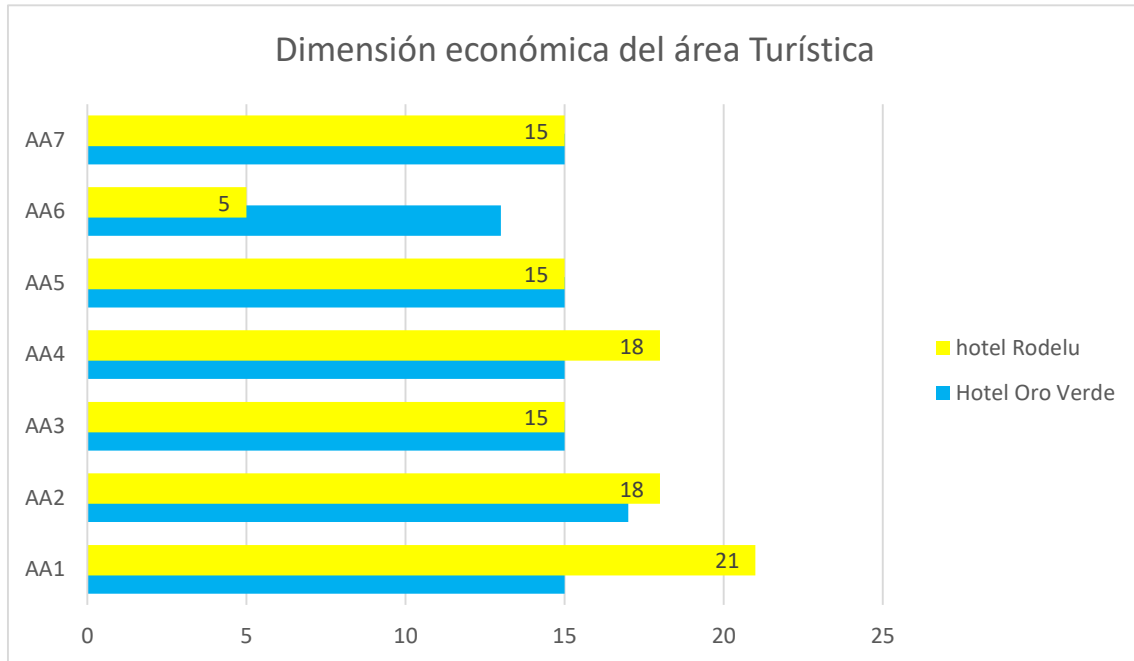
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta el nivel de aceptación es bueno y se puede ver reflejado eso en los resultados que por parte de los turistas. Esto muestra una alta competitividad económica, porque los

turistas han podido usar diferentes métodos de pago, además se inyectó capital a los locales aledaños, pues, los turistas, si compraron mercadería y el transporte público, se menciona que es útil y adecuado para los turistas.

Figura 13:

Dimensión económica del área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 47% con el índice número 3 bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 52% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, esto referente al área económica desde la perspectiva del turista.

10.1.2.2 Dimensión Sociocultural del Área Turística

Tabla 41:

Dimensión sociocultural hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO		
BB	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad Patrimonio Participación comunidad local	BB1	Sufrió o presencié algún tipo de robo o violencia.	5					5	20%	
				BB2	Cerca de su alojamiento existe seguridad policial o tiene servicio de seguridad		8	3				11	44%
				BB3	Pudo visitar sitios históricos en su visita		6	6				12	48%
				BB4	En su alojamiento recibió información del patrimonio histórico y local				12	4		16	64%
				BB5	Recibió en su establecimiento sugerencias para visitar sitios históricos					12	4	16	64%
				BB6	Pudo en su visita comprar gastronomía típica de la localidad					15		15	60%
				BB7	Pudo en su visita realizar turismo comunitario		2	6				8	32%
				BB8	En su visita pudo visitar museos o ferias artesanales.			8	3			11	44%
TOTAL					7	28	51	8	0	94	47%		
NIVEL DE ACEPTACIÓN					3	Bueno 41-60%							

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta dimensión sociocultural se puede apreciar que existen diferentes deficiencias y servicios regulares en el hotel, se evidenció por segunda vez la deficiencia en la seguridad, los turistas mencionan que el hotel se encuentra inseguro, sea por su ubicación o por la escasa contratación de seguridad. Otro factor es la escasa participación de los turistas con el turismo comunitario, la visita a museos y a la compra de artesanías, esto se aprecia en el literal BB1, Y BB7.

Tabla 42:

Dimensión sociocultural hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO	
BB	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad Patrimonio Participación comunidad local	BB1	Sufrió o presencié algún tipo de robo o violencia.	3		4	5	12	48%	
				BB2	Cerca de su alojamiento existe seguridad policial o tiene servicio de seguridad		6	6			12	48%
				BB3	Pudo visitar sitios históricos en su visita		2	12			14	56%
				BB4	En su alojamiento recibió información del patrimonio histórico y local		2	12			14	56%
				BB5	Recibió en su establecimiento sugerencias para visitar sitios históricos			12	4		16	64%
				BB6	Pudo en su visita comprar gastronomía típica de la localidad			12	4		16	64%
				BB7	Pudo en su visita realizar turismo comunitario		8	3			3	12%

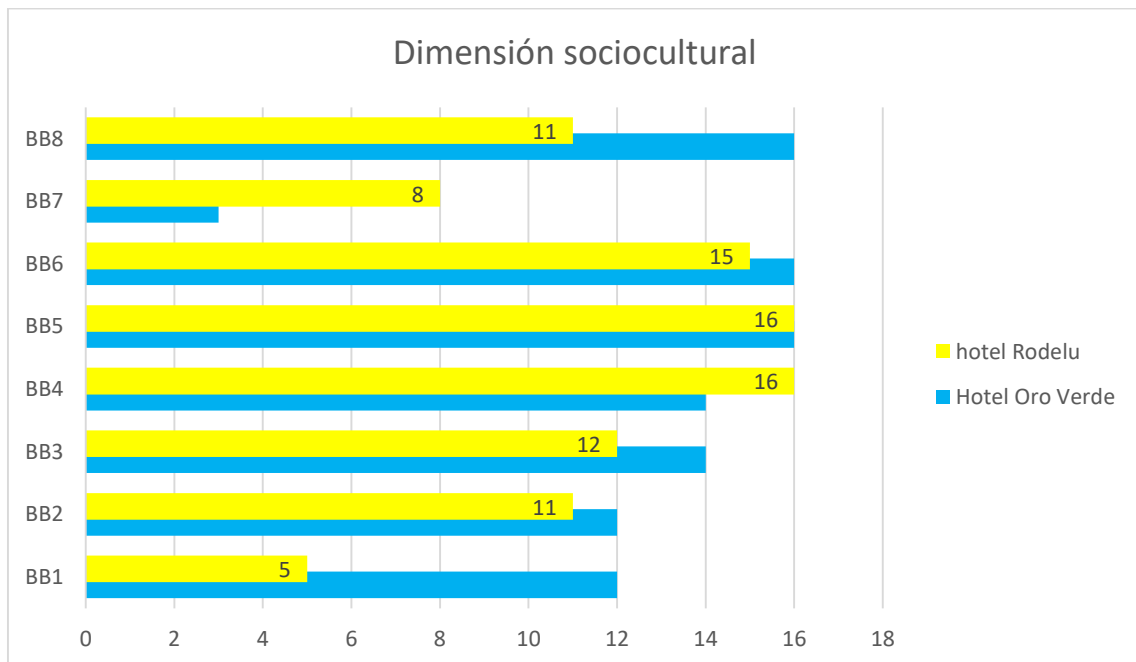
LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO	
				BB8	En su visita pudo visitar museos o ferias artesanales.		12	4		16	64%	
TOTAL						3	10	69	16	5	103	52%
NIVEL DE ACEPTACIÓN						3	Bueno	41-60%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta dimensión sociocultural, el literal B7, posee una deficiencia en cuanto a las visitas a lugares dedicados a visitas comunitarias, aunque el hotel si promociona estos lugares, se puede apreciar que estos no llegan a estos lugares; por ejemplo, en la página web del hotel Oro Verde en la sección guía de la zona se muestra un mapa con estos lugares turísticos.

Figura 14:

Dimensión sociocultural área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 47% con el índice número 3 bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 52% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, referente a la dimensión sociocultural.

10.1.2.3 Dimensión Ambiental del Área Turística

Tabla 43:

Dimensión ambiental hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
CC	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental Racionalización y consumo	CC1	En su visita en el alojamiento observo contenedores de basura y reciclaje		3	16		19	76
				CC2	Pudo visitar los atractivos naturales de la zona.	5				5	20
				CC3	En su visita pudo conocer sectores rurales o parques nacionales	6	6		12	48	
				CC4	En su visita pretende visitar Áreas protegidas		15		15	60	
				CC5	En su visita logro realizar	5			5	20	

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM						TOTAL	PROMEDIO	
					DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25			
				actividades laborales								
				CC6			15			15	60	
				CC7			15			15	60	
				CC8		6	6			12	48	
				CC9			15			15	60	
				CC10		10				10	40	
TOTAL						10	22	75	16	0	123	49
NIVEL DE ACEPTACIÓN						3	Bueno	41-60%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En la dimensión ambiental se aprecia que los turistas detectan falencias en los ítems CC2 y CC5 que mencionan tanto las visitas de los atractivos naturales de la zona y en las actividades laborales que pueden hacer los turistas en la provincia. En torno a la competitividad se puede

establecer que el transporte público y el comercio local tiene una buena aceptación por el público objetivo.

Tabla 44

Dimensión ambiental hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
CC	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental	CC1	En su visita en el alojamiento observo contenedores de basura y reciclaje		9	4		13	52
				CC2	Pudo visitar los atractivos naturales de la zona.	8				8	32
				CC3	Visitó sectores rurales o parques nacionales.	2	9		11	52	
				CC4	En su visita pretende visitar Áreas protegidas	2	9		11	32	
				CC5	En su visita logro realizar	6	3		9	44	

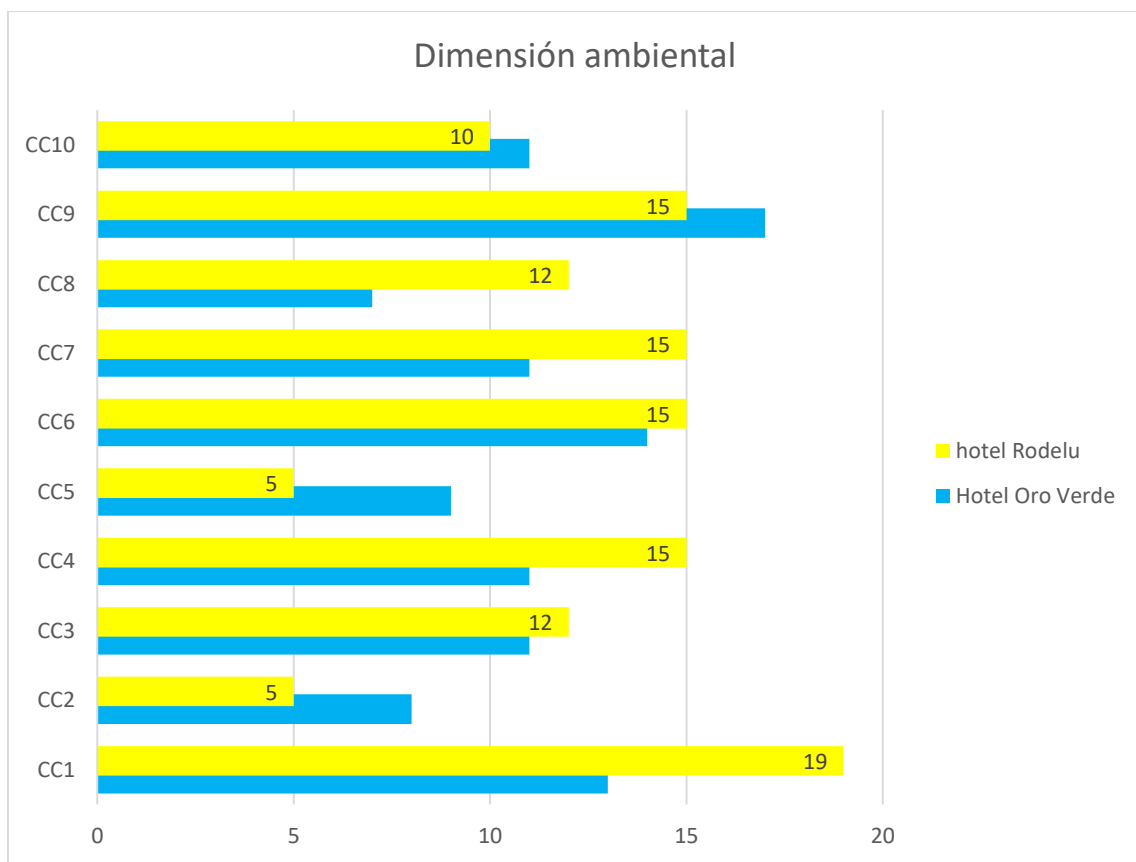
LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
				actividades laborales							
				Cómo calificaría el transporte público		2		12		14	44
				Pudo observar en la localidad un correcto uso de desechos		2	9			11	36
				Pudo observar patrulleros cerca de su alojamiento.	2	2	3			7	56
				Cómo calificaría el comercio del sector		2			15	17	44
				En su alojamiento observo folletos con información de la localidad		2	9			11	28
				TOTAL	2	28	51	16	15	112	45
				NIVEL DE ACEPTACIÓN	3	Bueno	41-60%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta dimensión se aprecia que los turistas detectan falencias en los ítems CC2 y CC5, CC8; estas se relacionan a la naturaleza y su visita a sectores emblemáticos, como lo serían parque nacional y reservas ecológicas; al patrullaje y la seguridad local, estas se relacionan con las falencias observadas en otras matrices, estas preguntas son de control para verificar que las respuestas sean fidedignas.

Figura 15:

Dimensión ambiental área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 49% con el índice número 3 bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 45% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno.

10.1.2.4 Dimensión Gestión del Destino del Área Turística

Tabla 45:

Dimensión gestión del destino hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
DD	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción-comercialización	DD1	Le gusto las promociones de los locales comerciales		15			15	60
				DD2	En su alojamiento le brindaron promociones en alimentación y bebida	2	9	4		15	60
				DD3	En su alojamiento encontré información de rutas turísticas de la localidad	2	12			14	56
				DD4	Le gusto la presentación de los platos y las bebidas.		3	12	5	20	80
				DD5	Disfruto de la zona comercial del sector		9	8		17	68
				DD6	Cómo califica la infraestructura de su alojamiento			12	10	22	88
TOTAL					0	4	48	36	15	103	69
NIVEL DE ACEPTACIÓN					4		Muy bueno		61-80%		

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En estos ítems se observa parte de la competitividad de la localidad, el uso de promociones en locales comerciales y sobre todo el servicio que brinda el hotel correspondiente a la

alimentación y bebidas; ya que al turista le gusta la presentación de los platos, las bebidas y la infraestructura de su alojamiento. Esto se debe a que en este caso el hotel Rodelu mantiene altos estándares de trato al cliente, por eso se ha convertido en un hotel con 50 años de trayectoria.

Tabla 46:

Dimensión gestión del destino hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
DD	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción-comercialización	DD1	Le gusto las promociones de los locales comerciales		15			15	60%
				DD2	En su alojamiento le brindaron promociones en alimentación y bebida	2	9			11	44%
				DD3	En su alojamiento encontré información de rutas turísticas de lo localidad	2	6	4		12	48%
				DD4	En su alojamiento le gusto la presentación de los platos y las bebidas		15			15	60%
				DD5	Disfruto de la zona comercial del sector	2		8	5	15	60%
				DD6	Cómo califica la infraestructura de su alojamiento			20		20	80%
				TOTAL					6	0	45
NIVEL DE ACEPTACIÓN					3 Bueno 41-60%						

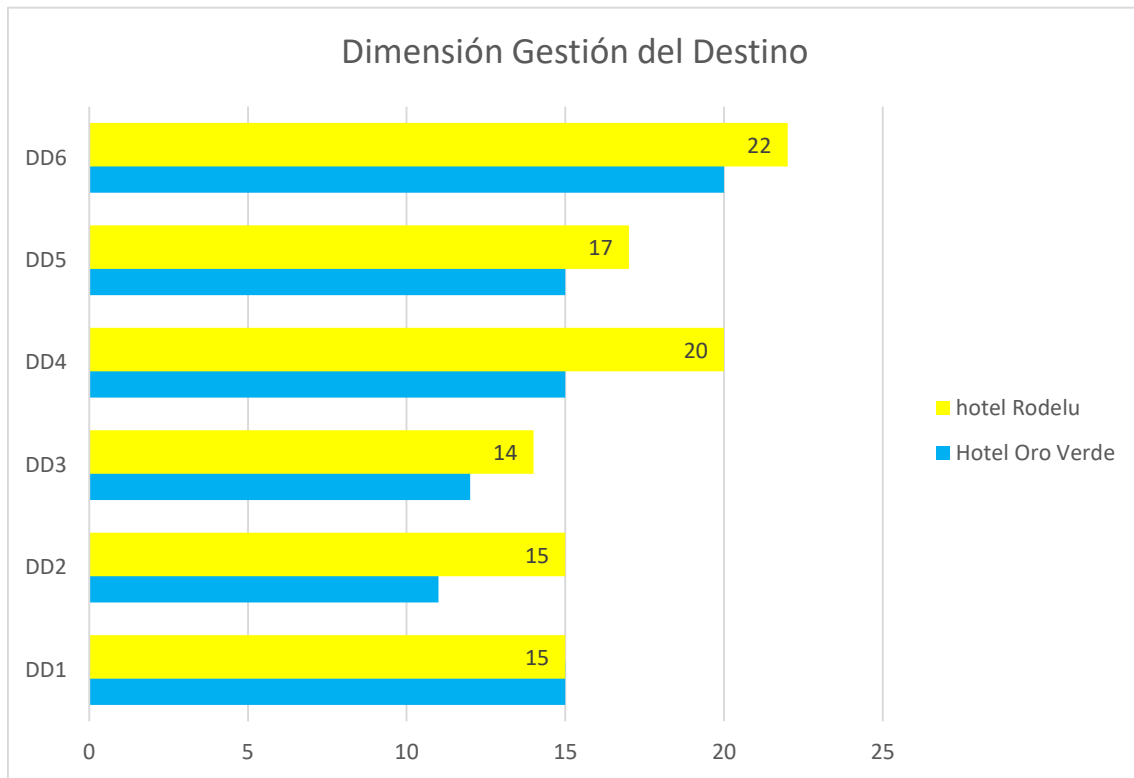
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En esta pregunta se analizan los ítems DD2. Debido a que el hotel maneja precios fijos en el alojamiento, no se ofrecen a los clientes promociones en alimentación y bebida, otro factor es que el hotel no brinda información a los turistas sobre las promociones de diferentes centros

comerciales que se encuentran alrededor de la ciudad, por lo que se determinan falencias en la promoción de productos y su comercialización.

Figura 16:

Dimensión gestión del destino área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 69% con el índice número 4 muy bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 59% con un nivel de aceptación del nivel 3 equivalentes a bueno, esos índices son los referentes a la gestión del destino.

10.1.2.5 Elementos de Soporte del Área Turística

Tabla 47:

Elementos de soporte hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
EE	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados	EE1	Su habitación conto con, wifi gratis, tv cable, teléfono.		3	8	10	21	84
				EE2	Encontró información del alojamiento en redes sociales			20		20	80
				EE3	Le gusto las instalaciones de su alojamiento			20		20	80
				EE4	Recibió un buen trato por parte de los empleados del local			4	20	24	96
				EE5	Recibió información de la preparación de alimentos		3	8	10	21	84
				EE6	Le gusto el menú de bebidas y comida			20		20	80
				EE7	Le gusto el menú de bebidas y comida		12	4	5	21	84
				EE8	El servicio de internet fue de calidad			8	15	23	92
				EE9	Su alojamiento conto con una habitación limpia			20		20	80
TOTAL					0	0	18	112	60	190	84%
NIVEL DE ACEPTACIÓN					5	Excelente	81-100%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En estos ítems se observa una buena competitividad de la empresa en los correspondientes a los cuidados de las instalaciones, pues se tiene cuidado con los servicios de wifi gratis, TV, cable, teléfono. Además, los soportes tecnológicos y la publicidad digital se encuentra un ítem con bajo nivel de aceptación, por lo que se debe mejorar las publicaciones de las redes sociales. Los turistas se sintieron conformes con el servicio de preparación de alimentos como lo son: platos a la carta y una habitación limpia.

Tabla 48:

Elementos de soporte hotel Oro Verde

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO	
EE	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura	EE 1	Su habitación conto con, wifi gratis, tv cable, teléfono.			16	5	21	84	
				EE 2	Encontró información turística de la localidad en redes sociales		12	4		16	64	
				EE 3	Le gusto las instalaciones de su alojamiento			16	5	21	84	
				EE 4	Recibió un buen trato por parte de los empleados del local					25	25	100
				EE 5	Recibió información de la	2	6	8		16	64	

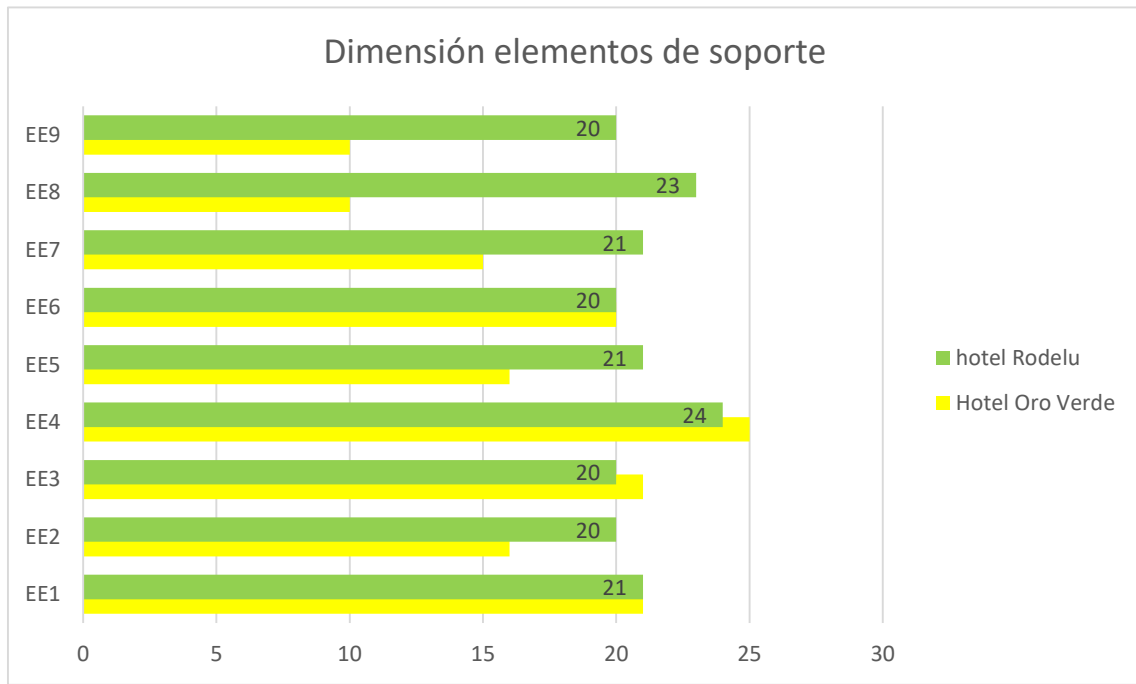
LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
				preparación de alimentos							
				EE 6 Le gusto el menú de bebidas y comida			15		5	20	80
				EE 7 Le gusto el menú de bebidas y comida			15			15	60
				EE 8 El servicio de internet fue de calidad		10				10	40
				EE 9 Su alojamiento conto con una habitación limpia		10				10	40
TOTAL					0	22	48	44	40	171	68
NIVEL DE ACEPTACIÓN					4	Muy bueno			61-80%		

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En estos ítems se observa falencias en tres, los literales EE3, EE6, EE8 Y EE9, donde se identificaron que los turistas no disfrutaron de forma completa los platos a la carta, y que observaron falencias en el servicio de internet del local, como algunas complicaciones en la información que el hotel sube en las redes sociales.

Figura 17:

Dimensión elementos de soporte área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación de 84% con el índice número 5 excelente, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 68% con un nivel de aceptación del nivel 4 equivalentes a muy bueno, referente a los elementos de soporte, desde el punto de vista del turista.

10.1.2.6 Servicio al Turista del Área Turística

Tabla 49:

Servicio al turista hotel Rodelu

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
FF	Oferta	Servicio al	Capacitación	FF1 ¿Cómo califica el nivel de				4	20	24	96%

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
			Oferta organizada	responsabilidad de los empleados del alojamiento?							
			Calidad del servicio								
			Información turista	FF2 ¿Cómo califica el nivel de las instalaciones de du alojamiento?				4	20	24	96%
				FF3 ¿Cómo califica la información que se brinda al turista?	3	4				7	28%
				FF4 ¿Cómo califica la atención recibida por los empleados?	3	4				7	28%
				FF5 ¿Cómo califica la seguridad de su alojamiento?	1	2	6			9	36%
				FF6 ¿Cómo califica la gastronomía de la localidad?			6	4	5	15	60%
TOTAL					6	10	15	12	45	88	57,%
NIVEL DE ACEPTACIÓN					3	Bueno	41-60%				

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En estos ítems se observa una buena competitividad de la empresa en los correspondientes a los cuidados de las instalaciones, pues se tiene cuidado con los servicios de wifi gratis, TV, cable, teléfono. Además, los soportes tecnológicos y la publicidad digital se encuentra un ítem con bajo nivel de aceptación, por lo que se debe mejorar las publicaciones de las redes sociales. Los turistas se sintieron conformes con el servicio de preparación de alimentos como lo son platos a la carta y una habitación limpia, esto se analiza en los literales FF3, FF4, FF5.

Tabla 50:*Servicio al turista hotel Oro Verde*

LITERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	ÍTEM	DEFICIENTE 1-5	REGULAR 6-10	BUENO 11-15	MUY BUENO 16-20	EXCELENTE 21-25	TOTAL	PROMEDIO
FF	Oferta	Servicio al turista	Capacitación Oferta organizada Calidad del servicio Información turista	FF1	¿Cómo califica el nivel de responsabilidad de los empleados del alojamiento?			3	16	19	76
				FF2	¿Cómo califica el nivel de las instalaciones de su alojamiento?				20	20	80
				FF3	¿Cómo califica la información que se brinda al turista?			3	16	19	76
				FF4	¿Cómo califica la atención recibida por los empleados?			3	16	19	76
				FF5	¿Cómo califica la seguridad de su alojamiento?	5			5	20	
				FF6	¿Cómo califica la gastronomía de la localidad?	3		16	19	76	
TOTAL					0	5	21	84	0	101	67%
NIVEL DE ACEPTACIÓN					4	Muy bueno		61-80%			

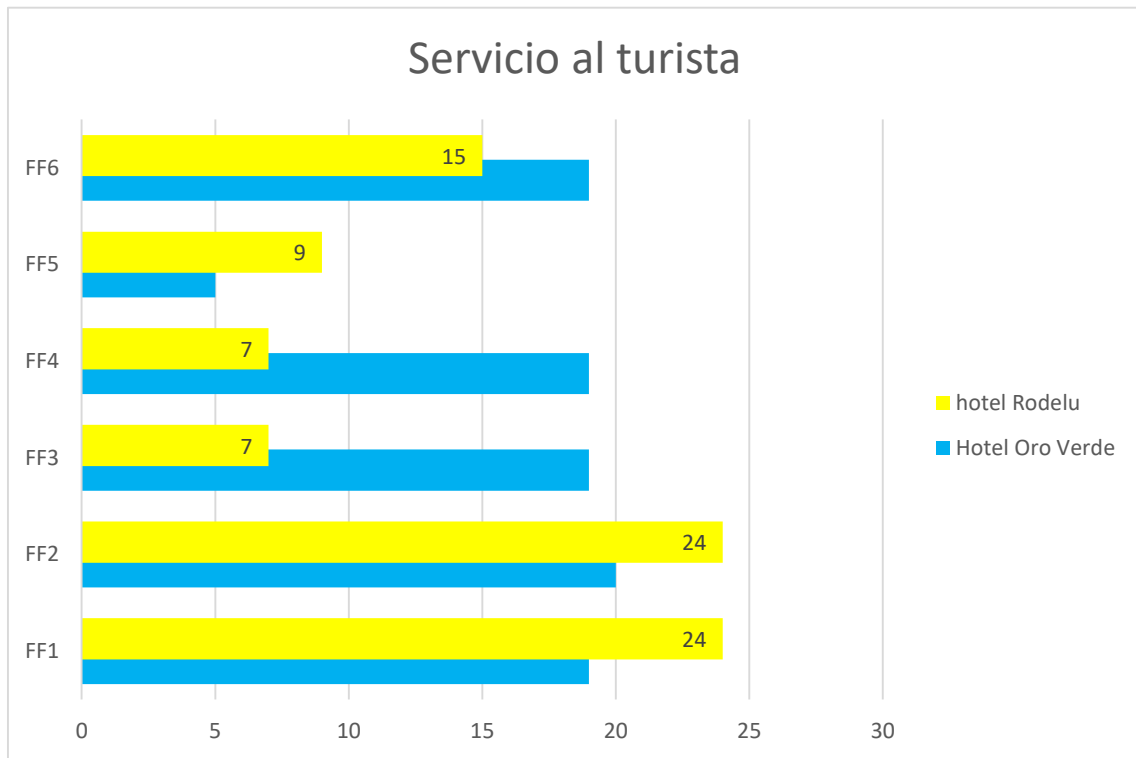
Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En estos ítems se observa los turistas no se encuentran totalmente satisfechos por la seguridad de su alojamiento, esto también se evidenció al analizar a seguridad de la empresa y esta pregunta ratifica las deficiencias de la información turística que se brinda no solo en los hoteles,

sino a nivel provincial por parte del GAD municipal y de la promoción de distintas agencias turísticas.

Figura 18:

Servicio al turista área turística



Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

En el hotel Rodelu posee un nivel de aceptación del 57% con el índice número 4 muy bueno, mientras que el hotel Oro Verde posee un índice de aceptación del 67% con un nivel de aceptación del nivel 4 equivalentes a muy bueno, referente al Servicio al turista.

10.2 Fase 4: Difusión de los Resultados

10.2.1 Conclusiones de los Casos 1 y 2 Análisis Administrativo

Tabla 51:

Conclusión Caso 1 y 2

Literales	Dimensiones	Niveles de Sostenibilidad y Competitividad Oro verde	Niveles de Sostenibilidad y Competitividad Rodelu	Totales Oro verde	Totales Rodelu
A	Dimensión económica	B	M	57,14%	62,9%
B	Dimensión Sociocultural	B	B	57,8%	57,8%
C	Dimensión Ambiental	E	E	82,22%	91,1%
D	Dimensión gestión del destino	M	M	66,7%	73,3%
E	Elementos de soporte	M	M	72,3%	81,5%
F	Servicio al turista	B	B	57,5%	55%
PROMEDIO GENERAL				67,90%	
Nivel de aceptación de competitividad y sostenibilidad turística		4	Muy bueno	61-80%	

Nota: Elaborado por **Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth**

Este indicador se colocan las dimensiones económicas, sociales e institucionales de la sostenibilidad con aquellas de carácter ambiental. En este indicador se logró identificar que la empresa Oro Verde y hotel Rodelu tienen similares rangos de aceptación, logrando un 67,90% este nivel se encuentra en el rango amarillo que representa una muy buena administración. Sin embargo, se encontraron algunas falencias, en las dimensiones de servicio al turista y sociocultural; estas se mitigarán por medio de un plan de acción.

10.2.2 Conclusiones de los Casos 1 y 2 Análisis Turístico

Tabla 52:

Conclusión Caso 1 y 2

Literales	Dimensiones	Niveles de	Niveles de	Totales Oro verde	Totales Rodelu
		Sostenibilidad y Competitividad Oro verde	Sostenibilidad y Competitividad Rodelu		
AA	Dimensión económica	B	M	61,00%	60,00%
BB	Dimensión Sociocultural	B	B	47,00%	52,00%
CC	Dimensión Ambiental	B	B	49,00%	45,00%
DD	Dimensión gestión del destino	B	M	69%	59%
EE	Elementos de soporte	M	E	84%	68%
FF	Servicio al turista	M	B	57%	67%
PROMEDIO GENERAL				59,8	
Nivel de aceptación de competitividad y sostenibilidad turística		3 Bueno 41-60%			

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

La actividad turística está experimentando importantes cambios, esta información abre nuevas posibilidades para la investigación y supone más variables a considerar en la planificación y en la gestión de los destinos turísticos, además permite establecer que parámetros una empresa dedicada al turismo debe modificar, por ejemplo; se encontraron distintas falencias en el hotel Oro Verde y Rodelu de la ciudad de Latacunga, el tema de la delincuencia, y la falta de seguridad es un factor que se destaca en los dos casos analizados, esto hace que el nivel de aceptación se encuentre en el nivel 3 con el nivel de aceptación de Bueno con un 59,8%.

10.3 Fase 5: Mantenimiento del Instrumento de Evaluación

10.3.1 Plan de Mitigación para la Mejora de la Sostenibilidad y Competitividad

Este plan contempla los ítems que se deben mejorar en cuanto a los niveles de aceptación bajos.

Tabla 53:

Plan de mitigación de sostenibilidad y competitividad administrativa

LITERALES	ÍTEMS	DIMENSIONES	ACCIÓN DE CONTROL	RESPONSABLES DE LA EVALUACIÓN	COSTOS	PERIODO DE EJECUCIÓN
A3	Recibió capital de alguna institución gubernamental (Fomento al emprendimiento turístico)	Dimensión económica	Investigar y participar en el Mipymes Turísticas de la TEA. (Actividad emprendedora temprana) del 2018 generada por el Ministerio del Turismo	Gerente general	100\$	Tres meses
A4	A podido incrementar el sueldo y dar bonos a sus trabajadores		Revisar el presupuesto anual y realizar ajustes a los gastos para incrementar o bonificar a los empleados	Contador general	150\$	Dos meses
A7	Incremento el número de turistas locales y extranjeros que visitaron en el último año en su local u hotel.		Desarrollar planes de marketing en redes sociales para impulsar el la llegada de nuevos turistas.	Publicista	200\$	Un mes
B2	Se encuentra su establecimiento cerca de un UPC	Dimensión Sociocultural	Realizar charlas de socialización con la policía nacional para que se desarrolle patrullaje en la zona	Policía Nacional	120\$	15 días
B3	Recibe su establecimiento servicio de seguridad privada		Establecer en el presupuesto general gastos de seguridad privada para el resguardo del turista.	Contador general	130\$	1 mes

LITERALES	ÍTEMS	DIMENSIONES	ACCIÓN DE CONTROL	RESPONSABLES DE LA EVALUACIÓN	COSTOS	PERIODO DE EJECUCIÓN
B7	Posee su local un programa de sostenibilidad y responsabilidad social		Desarrollar un programa sostenibilidad y responsabilidad social	Gerente general	120\$	Dos meses
C2	El hotel cuenta con áreas destinadas a jardines endémicos.	Dimensión ambiental	Desarrollar un área verde por medio de jardines colgantes o empotrados en paredes con plantas endémicas de la zona.	Conserje	360\$	Un mes
D4	Ha participado en un evento o festividad de la provincia	Dimensión gestión del destino	Desarrollar proyectos que permiten participar en las festividades de la provincia, como las degustaciones y planes de turismo.	Gerente general y Municipalidad	178\$	Dos meses
D2	El municipio ha ejecutado programas de mejora del espacio público en su sector.	Dimensión gestión del destino	Establecer reuniones con las instituciones municipales para mejorar el espacio público del sector, como el incremento de recolección de basura, veredas y luminarias	Municipalidad	100\$	Un mes
E8	Su local cuenta con un guía turístico	Elementos de soporte	Realizar planes de turismo con guías turísticos de la zona para incentivar el turismo comunitario.	Jefe de recursos humanos	50\$	15 días
E10	Su local posee piscina y áreas de recreación	Elementos de soporte	Planificar el incremento de áreas de recreación si no se cuenta con el espacio, se puede generar recreaciones interiores como áreas de billar, bar, cine, juegos infantiles y gim.	Gerente general	120\$	15 días

LITERALES	ÍTEMS	DIMENSIONES	ACCIÓN DE CONTROL	RESPONSABLES DE LA EVALUACIÓN	COSTOS	PERIODO DE EJECUCIÓN
E11	Su local pertenece a una cadena hotelera		Planificar y estructurar la posibilidad de obtener inversionistas que inyecten capital para la generación de cadenas hoteleras iniciando en sucursales.	Gerente general e Inversionistas	200\$	Dos meses
F4	El hotel posee zona para eventos	Servicio al turista	Realizar un estudio a la infraestructura para determinar si es factible a distribución de una zona ara eventos.	Gerente general e Inversionistas	200\$	Dos meses
F5	El local posee señalética en diferentes idiomas		Elaborar una renovación completa de la señalética del hotel con la variante de diferentes idiomas	Publicista	130\$	Dos meses
Total					2158\$	

Nota: Elaborado por Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth

11 IMPACTOS

Impactos ambientales: El indicador de competitividad y sostenibilidad contribuye significativamente al aprovechamiento sostenible y sustentable de los recursos renovables y no renovables que un hotel maneja. Poseen un impacto ambiental, pues, califican si la empresa destinada al turismo, específicamente a la hotelería, alimentación y bares, realiza su trabajo de forma ecológica, logrando mitigar los impactos de contaminación visual, auditiva, ahorro de energía y agua.

Impactos económicos: Se desenvuelven los indicadores al buscar el benéfico de la colectividad, pues, se pretende incrementar con el instrumento la competitividad, turística, generar empleo, incremento de sueldo y nuevos puestos de trabajo. El instrumento también establece índices, promuevan el turismo local y comunitario, y el incremento de ventas en locales aledaños, de esa maneja mejorar la vida de los moradores de la ciudad de Latacunga.

Impactos Técnicos: El proyecto plantea la elaboración de un indicador que entrelaza las variables de la sostenibilidad y competitividad, este modelo analiza por medio de diferentes dimensiones como se encuentra la situación actual de la empresa, esta se convierte en un referente de futuras investigaciones a gran escala que desean medir estos factores, ya que el instrumento es sencillo y útil.

12 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 Conclusiones:

- Para realizar un esquema de medición de la competitividad y sostenibilidad turística se debe identificar todos los conceptos relacionados con esta problemática; por medio de libros, revistas, artículos científicos actualizados, esto se logró por medio de la investigación bibliográfica y una matriz que sintetizó los conceptos de diferentes modelos empresariales y teóricos; se logró identificar sus ventajas, desventajas y se sintetizó en seis variables que evalúan la competitividad y sostenibilidad turística; estas son: económico, cultural, ambiental, desarrollo de las tic, infraestructura, oferta.
- Se aplicó la guía para el desarrollo de un instrumento de evaluación por medio de cinco fases primero se sintetizó variables por medio de un análisis comparativo de autores donde se unificó la competitividad y la sostenibilidad por medio de fichas que permitieron identificar y desarrollar ítems. Y se elaboraron fichas separadas de administradores y turistas pensando en las necesidades de cada individuo a investigar.
- Al aplicar un estudio piloto se decidió analizar la competitividad y la sostenibilidad de dos hoteles prestigiosos de la ciudad de Latacunga, el hotel Oro verde y el hotel Rodelu, como resultado en la administración se determinó que el nivel de aceptación se encuentra en el cuarto nivel (muy bueno), sin embargo, en el nivel de competitividad y sostenibilidad que el turista aprecia del sector, el hotel y la comunidad descendió al nivel 3 (bueno) por lo que se planea un plan de mitigación de estos problemas.

12.2 Recomendaciones:

- Evaluar no solo factores internos de las empresas hoteleras, sino también los externos; los relacionados con la municipalidad, comercio e infraestructura. Por lo que debe sintetizar las políticas y factores que intervienen en la productividad del país e incluirlos en los ítems de evaluación, por lo que se sugiere realizar un FODA enfocado en la industria hotelera.
- Aplicar los instrumentos de evaluación de expertos no solo a docentes especializados, sino también a expertos gubernamentales como las autoridades municipales, al ministerio del ambiente, policía del ambiente, guías de parques nacionales, gerente de la casa de la cultura, entre otros. De esa forma, los ítems evaluados serán multidisciplinarios.
- Al realizar evaluaciones de competitividad y sostenibilidad es necesario marcar los colores de los indicadores de la escala de Likert de forma automatizada, para esto se debe elaborar una base de datos en Excel esto facilitará el análisis de datos, la puntuación y su nivel de sostenibilidad y competitividad.

13 REFERENCIAS

- Álvarez Medina, M. (2003) “*Competencias centrales y ventajas competitivas*”. Revista de Contaduría. y Administración, UNAM, 209: 5-22
- Acsehrad, H. (1999). *Sustentabilidad y ciudad*. Santiago: EURE 25(74), 36–46.
- Ávila Fernández, V. R. (2020). *La medición de la competitividad turística. Insumos para estructurar una propuesta subnacional, en función del caso colombiano. (Tesis de maestría)*. Universidad Nacional de Quilmes,. Argentina: Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto.
- Ávila, F. V. (2006). *Apuntes sobre la competitividad turística*. Colombia: Ministerio de Comercio.
- Barton, J. R. (2006). *Sustentabilidad urbana como planificación estratégica*. Santiago: EURE 32(96), 27–45.
- Barrera Fernández, D., & Hernández Escampa, M. (2016). *El impacto de la política urbanística en la gestión de la ciudad histórico -turística: un estudio comparativo*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 705-724.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.
- Cann, O. (23 de abril de 2020). *¿Qué es la competitividad?* Obtenido de Foro Económico Mundial. : <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- Castellanos, C. H. (2014). *La competitividad del destino turístico Villa Clara, Cuba: Identificación de sus factores determinantes mediante análisis estructural. (MIC-MAC)*. Dialnet. , <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5118232>.
- Cabero Almenara, Julio y Llórente Cejudo, María del Carmen. (2013). *La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC)*. Eduweb. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación, vol. 7, núm. 2, pp.11-22. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v7n2/art01.pdf>. [Links]

- Cides, I. (13 de junio de 2019). *Sostenibilidad y Accesibilidad del Turismo*. Obtenido de Lies: <https://www.iies.es/single-post/2019/06/13/sostenibilidad-y-accesibilidad-del-turismo>
- Consejo Global de Turismo Sostenible. (2012). *Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos*. Chile.
- Fernández Ávila, V. R. (2020). *La medición de la competitividad turística. Insumos para estructurar una propuesta subnacional, en función del caso colombiano. (Tesis de maestría)*. Universidad Nacional de Quilmes,. Argentina: Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto.
- Galicia Alarcón, L. A. (2017). *Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual*. Guadalajara: Apert. (Guadalaj., Jal.) vol.9 no.2.
- García, E. y. (2019). *Diseño de instrumento de medición para identificar el nivel de competitividad del sector restaurantero en Tepic, Nayarit*. Universo de la tecnología.
- García Hernández, M., & de la Calle Vaquero, M. (2012). Capacidad de carga en grandes recursos turístico-culturales. *Anales de Geografía*, 253-274.
- Guerra-López, I. (2007). *Evaluación y mejora continua. Conceptos y herramientas para la medición y mejora del desempeño*. Bloomington, Indiana: AuthorHouse.
- INEE. Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (2005, septiembre). *Manual técnico. Construcción de reactivos. Excale*. Recuperado de: www.inee.edu.mx
- INEE. (Primera edición, 2019). *Guía para la elaboración de instrumentos de evaluación*. México: Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación.
- Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. (2019). *Guía para la elaboración de instrumentos de evaluación*. México: INEE.
- ITM., I. T. (2012). *Índice de Competitividad Turística de los Estados*. Monterrey: ITM.
- Lillo Bañuls, A. (2009), “El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas”, *Cuadernos de Turismo*, número 24, Universidad de Murcia, pp. 53–64.

- López Gómez, E. (2020). *El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica*. 17-40.: Educación XX1
<https://www.redalyc.org/pdf/706/70653466002.pdf>.
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). *Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. RAC, Curitiba, v. 12, n. 3, p. 789-809, Jul./Set. 2008.
 Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rac/a/QP7YxJrNqkcLLMfZ3h8m68H/?lang=es>
- Mercado, C. T., Vilorio, S., & Mercado, C. L. (2019). *Competitividad de los recursos turísticos: una propuesta de indicadores para su medición en la región Caribe colombiana*. El Caribe: Revista de Economía del Caribe n°. 24, págs. 95-113.
- Ministerio de Comercio, I. y.-C. (2014). *Sistema de indicadores de Colombia*. Colombia. : M. Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) y Basque Culinary Center (BCC). (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Madrid, España: World Tourism Organization (UNWTO).
- Organización Mundial del Turismo (2017c). *La innovación en el turismo acercamiento entre teoría y práctica*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418503>.
- Organización Mundial del Turismo (2017). *Plan de acción de la gastronomía 2016–2017*
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_ action_plan_print_2_es_web](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_action_plan_print_2_es_web), OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Affiliate Members Global Reports, Volume fourteen – The Transformative Power of Tourism: A Paradigm Shift Towards a More Responsible Traveller*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2022).
- Organización Mundial del Turismo, O. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Madrid, España.
- Organization, W. T. (2014). *Indicators of sustainable development for tourism destinations*.

- Otero, A. (2006). *La formación de los recursos humanos en turismo y recreación para la competitividad regional de la Patagonia argentino chilena*. Argentina: Neuquén.
- Panosso, N. A. (2007). *Filosofía del turismo: una propuesta epistemológica. Estudio y perspectivas en turismo*. 16(4), 389–402.
- Pérez, Contreras, & Amaral, J. (2017). *Evolución de la Sustentabilidad para el Turismo*. 4, 19–33.
- Porter, M. (1994). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Herrero Hermanos.
- Porter, M. (1980) “Competitive strategy”. Free Press, New York.
- Porter, M. (1985) “*Competitive advantage*”. Free Press, New York.
- Porter E. M. (1990) “*The competitive advantage of nations*”. The Free Press, Nueva York.
- Posner, M. (1961) “*International trade & technical change*”. Oxford Economic Papers 13(3): 323-324.
- Pedrosa, Ignacio; Suárez-Álvarez, Javier; García-Cueto, Eduardo. (2013). *Evidencias sobre la validez de contenido: avances teóricos y métodos para su estimación*. Acción Psicológica, vol. 10, núm. 2, pp. 3-18. <http://dx.doi.org/10.5944/ap.10.2.11820>
- Ramírez, R. (2006). *Definición del turismo*. Venezuela: Conciencia, turismo y desarrollo.
- Revfine.com. (2022). *Sustainable Tourism Guide: What is, Why Important, Examples and More*. Obtenido de Guía de turismo sostenible: qué es, por qué es importante: <https://www.revfine.com/es/el-turismo-sostenible/>
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination: Cabi: A sustainable tourism, perspective*.
- Robles, G., & Rojas, M. d. (2019). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. Sapienza Università di Roma: <https://www.nebrija.com/revista-linguistica/la-validacion-por-juicio-de-expertos-dos-investigaciones-cualitativas-en-linguistica-aplicada.html>.

- Rodríguez, I. (2010): “Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano” en *Cuadernos de Turismo*, n°. 25, 125-146.
- Ruíz, A. (2012): *Guanajuato (México): dinámica y estructura de un destino turístico patrimonio de la humanidad*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Tesis online: <http://eprints.ucm.es/14661/1/T33630.pdf>
- Ruiz, E. C., Reyes, A. C., Paradela, T. M., & Medinilla. (2015). *Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México*: México: Directory of Open Access Journals. DOAJ. <https://doi.org/10.2536/liminar.v14i1.429>.
- Sánchez, B. (2015). *Implantación de un sistema de gestión de turismo responsable en el destino Asturias - Biosphere*. Gijón: Universidad de Oviedo.
- Sandoval, P. (2016). *Matriz de competitividad sustentable para los destinos turísticos. una propuesta inicial para su conceptualización y evaluación*. pp. 1979-199.
- Serrano, A. A., Montoya, R. L., & Cazares, I. (2018). *Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia*. Colombia: Gestión y Ambiente, 21(1), 99-109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>.
- Solano Solano, I. A., Pérez, E. M., & Uzcátegui Sánchez, C. d. (2000). *Metodologías de Medición de la Competitividad*.
- Soto, José (2013) “Cómo validar un instrumento – La guía para validar un instrumento en 10 pasos” Biblioteca Nacional del Perú.
- Tejo, D. (2016). *La nueva pirámide de Maslow: el cambio en las necesidades básicas en el siglo XXI y su influencia en el lifestyle actual*.
- Torres García, G. (2013) “Diseño de un Observatorio Turístico Cultural para la Planificación y Gestión del Turismo Sostenible del cantón Riobamba.” Tesis doctoral <http://hdl.handle.net/123456789/2233>
- Turismo Sostenible, Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. (2020). Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/turismo-sostenible>

Um Flores, E. (2019). *Competitividad de destinos turísticos culturales como complemento al turismo sol y playa*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad las Palmas de Gran Canaria.

Velázquez, & Flores. (2017). *Gestión de la innovación para la sustentabilidad en turismo: una revisión teórica para el sector hotelero*. Revista espacios.

Wolleter, E. A. (2016). *Manual de destinos, Elementos para la gestión de Destinos Turísticos*. Santiago - Chile: Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR.

Zúñiga, L., & Pérez, R. (2013). Los recursos contruidos de valor patrimonial en un modelo de gestión ambiental urbana. Scielo, 69-90.

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: **“PROPUESTA DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE EMPRESAS TURÍSTICAS”** presentado por: **Atiaja Jiménez Viviana Lisbeth**, egresada 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 a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero del 2023.

Atentamente,



**CENTRO
DE IDIOMAS**

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

Apéndice 2:*Hoja de vida del equipo de investigadores***UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES****APELLIDOS:** Andrade Ayala**NOMBRES:** Andrea Isabel**ESTADO CIVIL:** Casada**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1719291468**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 1**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 16/01/1986**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Calle E30, Conjunto Portón de Cádiz, Casa 319**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 023455320**TELÉFONO CELULAR:** 0984255539**EMAIL INSTITUCIONAL:** andrea.andrade@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	Ingeniera en Empresas Turísticas y Áreas Naturales	11-08-2009	1032-09-940453
CUARTO	Master of Forest Ecosystem Science	10-03-2015	7057 R-15-21991

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	ISSN	Fecha de la publicación
Autor	Test psicofísico para clasificar turistas de alta, media y baja montaña: Una propuesta metodológica	European Scientific Journal	1857-7431	Abril 2020

HISTORIAL PROFESIONAL**FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA:** Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Ecoturismo**ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA:** Servicios: 81 Servicios personales, 85 Protección del medio ambiente**PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC:** Abril – Agosto 2015

FIRMA

Apéndice 3:*Hoja de vida del equipo de investigadores***DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**

DATOS PERSONALES**APELLIDOS:** Atiaja Jiménez**NOMBRES:** Viviana Lisbeth**ESTADO CIVIL:** Soltera**NACIONALIDAD:** ecuatoriana**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1600562704**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:** 0**FECHA DE NACIMIENTO:** 03/12/1999**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Salcedo**TELÉFONO CONVENCIONAL:** 03-2705-407**TELÉFONO CELULAR:** 0984926514**EMAIL INSTITUCIONAL:**viviana.ataiaja6273@utc.edu.ec**TIPO DE DISCAPACIDAD:** N/A**# DE CARNET CONADIS:** N/A**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS:****Primaria:** Escuela “Doctor Camilo Gallegos”**Secundaria:** Unidad Educativa “Emilio Teran**Tercer Nivel:** Universidad Técnica de Cotopaxi**SEMINARIOS**

- I Seminario de Guianza y Ecoturismo.
- Las primeras Jornadas Internacionales de Turismo Sostenible
- II Seminario de Guianza y Excursionismo – Aprender, Viajar y Coexistir 2019



FIRMA

Apéndice 4:*Evaluación de expertos***TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Nombre y Apellido del experto:			
Título:			
Institución donde labora:			
Cargo que ocupa:			
Fecha:			
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN			
Tema: “Instrumentos de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas”			
<p>Objetivo de la investigación: Identificar los instrumentos de evaluación de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas, definiendo un instrumento aplicable en la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Objetivo del juicio de expertos: Analizar y evaluar cada uno de los indicadores las dimensiones e ítems que corresponden a sostenibilidad y competitividad turística enfocada en hoteles y restaurantes.</p> <p>Objetivo de la prueba: Identificar si cada uno de los indicadores, las dimensiones e ítems se encuentran correctamente estructurados y son suficientes para la evaluación de la competitividad turística.</p> <p>Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada uno de los indicadores a evaluar, estos indicadores permitirán medir la sostenibilidad y competitividad de una empresa turística especialmente para hoteles y restaurantes, según los porcentajes puede colocar su evaluación, observación y sugerencias</p>			
Puntaje a colocar: Muy bueno:4; Bueno:3; regular:2; Malo:1			
N	CARACTERÍSTICAS	CALIFICACIÓN	OBSERVACIÓN
1	¿El instrumento de medición cumple con el diseño adecuado?		
2	¿El instrumento de evaluación hace referencia a la competitividad y sostenibilidad de un proyecto?		
3	¿La redacción de los ítems es la correcta?		
4	¿El número de indicadores es el correcto?		
5	¿Cree que el instrumento está diseñado de forma ordenada?		
6	¿El instrumento permite medir hechos observables?		
7	¿La estrategia responde al propósito de diagnóstico?		
8	¿El indicador es útil para la investigación?		
9	¿Los indicadores tiene relación lógica con la dimensión y los indicador que se están midiendo?		
10	¿El instrumento de medición se encuentra correctamente organizado?		
11	¿El instrumento se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas o coherentes?		
Promedio de valoración			

Apéndice 5:*Formulario de aprobación*

Estimada Ing. Mg. Andrea Andrade Ayala

DIRECTORA DE CARRERA DE TURISMO

De mi consideración reciba un saludo cordial a nombre de Ing. Jorge Cañar, Docente Investigador de la UTC.

En primer lugar, expreso mis sinceras felicitaciones por la iniciativa del proyecto de "Evaluación de Sostenibilidad y Competitividad de las empresas del sector turístico, mediante procesos investigativos, al mismo tiempo agradezco la referencia por ser considerado como Juez Experto para revisar el contenido del cuestionario que serán aplicados

Una vez revisados los documentos pertinentes, manifiesto mi conformidad y pertinencia en los instrumentos, ya que intentan buscar información relacionada con cada una de las variables de estudio.

Adjunto documentos correspondientes.

POR LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON EL PUEBLO

Atentamente:



Ing. Jorge Cañar

0502608227

Apéndice 6:

Cuadro síntesis del índice de competitividad de viajes y turismo del foro económico mundial 2017

FORO ECONOMICO MUNDIAL				
SUBINDICE	PILAR	C-PP	INDICADOR	C-IP*
1. ENABLING ENVIRONMENT	1. Business environment (12 indicators)	111	1.01 Property rights	80
			1.02 Impact of rules on FDI	76
			1.03 Efficiency of legal framework in settling disputes	109
			1.04 Efficiency of legal framework in challenging regulations	103
			1.05 Time required to deal with construction permits	12
			1.06 Cost to deal with construction permits	114
			1.07 Extent of market dominance	95
			1.08 Time required to start a business	53
			1.09 Cost to start a business	71
			1.10 Extent and effect of taxation on incentives to work	105
			1.11 Extent and effect of taxation on incentives to invest	128
			1.12 Total tax rate	133
	2. Safety and security (5 indicators)	136	2.01 Business costs of crime and violence	125
			2.02 Reliability of police services	111
			2.03 Business costs of terrorism	131
			2.04 Index of terrorism incidence	126
			2.05 Homicide rate	129
	2. Health and hygiene (6 indicators)	86	3.01 Physician density	75
			3.02 Access to improved sanitation	83
			3.03 Access to improved drinking water	92
			3.04 Hospital beds	94
			3.05 HIV prevalence	76
			3.06 Malaria incidence	101
	4. Human resources and labour market (9 indicators)	66	4.01 Primary education enrolment rate	97
			4.02 Secondary education enrolment rate	56
			4.03 Extent of staff training	96
			4.04 Treatment of customers	35

TRAVEL & TOURISM POLICY AND ENABLING CONDITIONS	6. Prioritization of travel and tourism (6 indicators)	97	6.01 Government prioritization of the T&T industry	96
			6.02 T&T government expenditure	104
			6.03 Effectiveness of marketing to attract tourists	57
			6.04 Comprehensiveness of annual T&T data	95
			6.05 Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data	53
			6.06 Country Brand Strategy rating	110
	7. International openness (3 indicators)	4	7.01 Visa requirements	14
			7.02 Openness of bilateral Air Service Agreements	19
			7.03 Number of regional trade agreements in force	42
	8. Price competitiveness (4 indicators)	103	8.01 Ticket taxes and airport charges	134
			8.02 Hotel price index	22
			8.03 Purchasing power parity	62
			8.04 Fuel price levels	46
	9. Environmental sustainability (10 indicators)	62	9.01 Stringency of environmental regulations	75
			9.02 Enforcement of environmental regulations	81
			9.03 Sustainability of travel and tourism industry development	94
			9.04 Particulate matter (2.5) concentration	19
			9.05 Number of environmental treaty ratifications	107
			9.06 Baseline water stress	19
			9.07 Threatened species	124
9.08 Forest cover change			42	
9.09 Wastewater treatment			66	
9.10 Coastal shelf fishing pressure			11	
INFRASTRUCTURE	10. Air transport infrastructure (6 indicators)	60	10.01 Quality of air transport infrastructure	76
			10.02 Available seat kilometres, domestic	23
			10.03 Available seat kilometres, international	45
			10.04 Aircraft departures	43
			10.05 Airport density	49
			10.06 Number of operating airlines	59
		116	11.01 Quality of roads	118

Fuente: elaboración propia a partir del Índice (WTTCD) del FEM 2017. La columna C-IP contiene las posiciones ocupadas por Colombia

Apéndice 7:*Cuestionario para los turistas***CUESTIONARIO PARA LOS TURISTAS DEL SECTOR**

Tema de investigación: “Instrumentos de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas

Objetivo de la investigación: Identificar los instrumentos de evaluación de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas, definiendo un instrumento aplicable en la provincia de Cotopaxi.

NOMBRE:

EDAD:

NOMBRE DEL HOTEL EN EL QUE SE ALOJO:

La siguiente ficha se realiza para indagar como se encuentra la competitividad y sostenibilidad turística de hoteles con servicio de restaurante y bar, los siguientes Ítems serán para turistas que visitaron dichas instalaciones, esto permitirá analizar cómo percibe la clientela el lugar turístico y sus alrededores.

SEÑALE CON UNA X LA OPCIÓN QUE MAS SE ACERQUE A SU EXPERIENCIA

FACTOR	ÍNDICE
1	Deficiente
2	Regular
3	Bueno
4	Muy bueno
5	Excelente

Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item		DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
AA	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	AA1	Pudo pagar los gastos de su visita con tarjeta de crédito					
				AA2	Está de acuerdo con el índice de precios del establecimiento alojamiento.					
				AA3	Cree que es accesible el índice de precios correspondientes a la alimentación					
				AA4	Cree que es accesible el índice de precios en el transporte público.					

Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item		DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
BB	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad Patrimonio Participación comunidad local	AA5	Le alcanzó el presupuesto establecido para su visita					
				AA6	Contrató un paquete turístico en su visita					
				AA7	Compro en locales aledaños a su alojamiento					
				BB1	Sufrió algún tipo de robo o violencia					
				BB2	Cerca de su alojamiento existe seguridad policial o tiene servicio de seguridad					
				BB3	Pudo visitar sitios históricos en su visita					
				BB4	En su alojamiento recibió información del patrimonio histórico y local					
				BB5	Recibió en su establecimiento sugerencias para visitar sitios históricos					
				BB6	Pudo en su visita comprar gastronomía típica de la localidad					
				BB7	Pudo en su visita realizar turismo comunitario					
CC	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental Racionalización y consumo	CC1	En su visita en el alojamiento observo contenedores de basura y reciclaje					
				CC2	En su visita en la localidad pudo visitar los atractivos naturales de la zona					
				CC3	En su visita pudo conocer sectores rurales o parques nacionales					

Líteral	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
				CC4	En su visita pretende visitar Áreas protegidas				
				CC5	En su visita logro realizar actividades laborales				
				CC6	Cómo calificaría el transporte publico				
				CC7	Pudo observar en la localidad un correcto uso de desechos				
				CC8	Pudo observar en su visita seguridad policial cerca de su alojamiento				
				CC9	Cómo calificaría el comercio del sector				
				CC10	En su alojamiento observo folletos con información de la localidad				
DD	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción- comercialización	DD1	En su visita observo promociones en locales comerciales				
				DD2	En su alojamiento le brindaron promociones en alimentación y bebida				
				DD3	En su alojamiento encontré información de rutas turísticas de lo localidad				
				DD4	En su alojamiento le gusto la presentación de los platos y las bebidas				
				DD5	Disfruto de la zona comercial del sector				
				DD6	Cómo califica la infraestructura de su alojamiento				
EE	Infraestruct	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados	EE1	En su habitación conto con, wifi gratis, tv cable, teléfono.				
				EE2	Encontré información del alojamiento en redes sociales				

Líteral	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
				EE3	Le gusto las instalaciones de su alojamiento				
				EE4	Recibió un buen trato por parte de los empleados del local				
				EE5	Recibió información de la preparación de alimentos				
				EE6	Le gusto el menú de bebidas y comida				
				EE7	Pudo disfrutar de platos a la carta				
				EE8	El servicio de internet fue de calidad				
				EE9	Su alojamiento contó con una habitación limpia				
FF	Oferta	Servicio al turista	Capacitación Oferta organizada Calidad del servicio Información turista	FF1	¿Cómo califica el nivel de responsabilidad de los empleados del alojamiento?				
				FF2	¿Cómo califica el nivel de las instalaciones de su alojamiento?				
				FF3	¿Cómo califica la información que se brinda al turista?				
				FF4	¿Cómo califica la atención recibida por los empleados locales?				
				FF5	¿Cómo califica la seguridad de su alojamiento?				
				FF6	¿Cómo califica la gastronomía de la localidad?				

Apéndice 8:

Evaluación de competitividad y sostenibilidad de Gerentes

CUESTIONARIOS PARA LOS GERENTES O ADMINISTRADORES DE HOTELES

Tema de investigación: “Instrumentos de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas

Objetivo de la investigación: Identificar los instrumentos de evaluación de la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas, definiendo un instrumento aplicable en la provincia de Cotopaxi.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL GERENTE:

AÑOS EN EL CARGO:

NOMBRE DEL HOTEL:

La siguiente ficha se realiza para indagar como se encuentra la competitividad y sostenibilidad turística de hoteles con servicio de restaurante y bar, los siguientes Ítems serán para turistas que visitaron dichas instalaciones, esto permitirá analizar cómo percibe la clientela el lugar turístico y sus alrededores.

SEÑALE CON UNA X LA OPCIÓN QUE MAS SE ACERQUE A SU EXPERIENCIA

FACTOR	ÍNDICE
1	Deficiente
2	Regular
3	Bueno
4	Muy bueno
5	Excelente

Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE	
A	Económico	Dimensión económica	Inversión Recursos Salarios Empleo Productividad	A1	Posee inversiones o capital propio, que retornan de forma anual, mensual o semestral.					
				A2	Posee capital para la promoción (campañas de publicidad) del sitio.					
				A3	Recibió capital de alguna institución gubernamental (Fomento al emprendimiento turístico)					
				A4	A podido incrementar el sueldo y dar bonos a sus trabajadores					
				A5	A podido incrementar el número de trabajadores en el último año					
				A6	A generado ganancias y margen de utilidad en el último año					


Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
				A7	Incremento el número de turistas locales y extranjeros que visitaron en el último año en su local u hotel.				
B	Cultural	Dimensión Sociocultural	Seguridad Patrimonio Participación comunidad local	B1	Existió un número de denuncias a la policía por robo o asalto cerca de su establecimiento en el último año				
				B2	Se encuentra su establecimiento cerca de un UPC				
				B3	Recibe su establecimiento servicio de seguridad privada				
				B4	Se encuentra su establecimiento cerca de un centro histórico				
				B5	Posee su establecimiento características coloniales que deben ser conservadas. (fachada del establecimiento)				
				B6	Se encuentra su local considerado como un sector de destino turístico por parte del municipio.				
				B7	Posee su local un programa de sostenibilidad y responsabilidad social				
				B8	El local realiza actividades que promuevan la participación de la comunidad.				
				B9	El local posee una buena relación con las autoridades de la comunidad				
C	Ambiental	Dimensión ambiental	Contaminación y Protección Ambiental Racionalización y consumo	C1	El local posee un permiso de funcionamiento actualizado				
				C2	El local posee áreas destinadas a la protección al cuidado del ambiente como el uso de jardines endémicos.				
				C3	El local posee áreas libres de humo				
				C4	El local contribuye al cuidado ambiental destinado áreas para el reciclaje.				
				C5	El local realiza una correcta administración de los desechos.				
				C6	Con respecto a su distribución de elementos, el local toma en cuenta la contaminación auditiva y visual. (correcto uso de letreros y música)				
				C7	El local adoptan medidas para reducir el consumo de agua				
				C8	La empresa turística adopta medidas para reducir el consumo de energía.				
				C9	El local usa recursos gastronómicos propios de la zona				

Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE		
D	Desarrollo de las Tics	Dimensión gestión del destino	Conocimiento tendencias Planificación Diseño producto Promoción- comercialización	D1	Está al tanto de las nuevas tendencias y comportamientos del consumidor.						
				D2	El municipio ha ejecutado programas de mejora del espacio público en su sector.						
				D3	Realiza campañas promocionales de marca destino en su localidad						
				D4	Ha participado en un evento o festividad de la provincia						
				D5	Posee un producto emblemática que lo identifica del resto						
				D6	El personal atiende los pedidos de los clientes en un corto tiempo						
				D7	El local efectúa promociones temporales acorde al calendario.						
				D8	El local posee redes sociales actualizadas						
				D9	El local posee señalética nueva, visible y legible						
E	Infraestructura	Elementos de soporte	Infraestructura Planta turística Atractivos valorados	E1	Posee su local conectividad, wifi gratis, tv cable, teléfono.						
				E2	Posee su local redes sociales donde expone su producto						
				E3	Posee su local servicio de facturación electrónica						
				E4	Posee su local servicio de pago con tarjetas de crédito						
				E5	En su local se brinda servicio de alojamiento						
				E6	En su local se brinda servicio de catering y bar						
				E7	Su local cuenta con guías de diferentes lugares turísticos de la localidad						
				E8	Su local cuenta con un guía turístico						
				E9	Su local ofrece servicio de lavandería						
				E10	Su local posee piscina y áreas de recreación						
				E11	Su local pertenece a una cadena hotelera						
				E12	Sus empleados poseen uniforme y credenciales de identificación						
				E13	Posee variedad de bebidas y alimentos correctamente procesados						
F	Of	Se rvi	Capacitación	F1	El personal recibió capacitaciones en el último año						

Literal	Variable	Dimensión	Sub dimensiones	Item	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
			Oferta organizada Calidad del servicio Información turista	F2	El personal posee títulos de tercer nivel acorde a cada puesto				
				F3	El local posee estrategias con otros locales para incentivar el comercio				
				F4	Posee el local una zona destinada para eventos				
				F5	El local posee señalética en diferentes idiomas				
				F6	El local posee instalaciones accesibles para las personas con discapacidad				
				F7	El local posee una caja de sugerencias				
				F8	El local posee información turística en diferentes idiomas				

Apéndice 9:

Solicitud al Administrador del Hotel Rodelu



Latacunga 23 de Enero 2023

Sr:

Juan Rocha

ADMINISTRADOR DEL HOTEL RODELU

Presente. -

De mi consideración


Extiendo un cordial y atento saludo, a la vez deseando éxitos en sus actividades acertadamente desempeñadas. Nos permitimos por medio del presente de la manera más comedida solicitar su colaboración en el desarrollo del proyecto de investigación titulado **"Instrumento de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas"**. Que tienen como finalidad aplicar el instrumento para evaluar la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas.

Su establecimiento ha sido seleccionado de manera aleatoria y garantizamos que de aceptar su participación en el proceso todos los datos previos serán de uso exclusivo para el proyecto antes mencionado. En representación del grupo de investigación se encuentra la Srta. **Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez**, con C.C 0504576273 estudiante de octavo ciclo de la Carrera de Licenciatura en Turismo


Agradeciendo la atención prestada al presente y a la espera de una respuesta favorable, suscribo.

"POR LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON EL PUEBLO"

Atentamente



Dra. Andrea Andrade
Directora de la carrera
Contacto: 0984255539



Lisbeth Atiaja Jiménez
0504576273

Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez
Estudiante responsable
Contacto: 0984926514

Apéndice 10:*Solicitud al administrador del hotel Oro Verde*

Latacunga 23 de Enero 2023

Sr:

Henry Soto

ADMINISTRADOR DEL HOTEL ORO VERDE

Presente. -

De mi consideración

Extiendo un cordial y atento saludo, a la vez deseando éxitos en sus actividades acertadamente desempeñadas. Nos permitimos por medio del presente de la manera más comedida solicitar su colaboración en el desarrollo del proyecto de investigación titulado **"Instrumento de evaluación de sostenibilidad y competitividad de empresas turísticas"**. Que tienen como finalidad aplicar el instrumento para evaluar la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas.

Su establecimiento ha sido seleccionado de manera aleatoria y garantizamos que de aceptar su participación en el proceso todos los datos previos serán de uso exclusivo para el proyecto antes mencionado. En representación del grupo de investigación se encuentra la Srta. **Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez**, con C.C 0504576273 estudiante de octavo ciclo de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Agradeciendo la atención prestada al presente y a la espera de una respuesta favorable, suscribo.

"POR LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON EL PUEBLO"

Atentamente

Dra. Andrea Andrade
Directora de la carrera
Contacto: 0984255539

ORO VERDE
MANAGEMENT S.A
RUC: 0913968990001
Viviana Lisbeth Atiaja Jiménez
Estudiante responsable
Contacto: 0984926514

25/01/2023