



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS
NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

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

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Turismo

Autora:

Calo Quisaguano Lida Gabriela

Tutor:

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio, Lcdo. Mg.

LATACUNGA-ECUADOR

Agosto - 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Lida Gabriela Calo Quisaguano, con cédula de ciudadanía No. 1724443302, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi”, siendo el Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 16 de agosto 2023



Lida Gabriela Calo Quisaguano
Estudiante
C.C. 1724443302



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.
Docente Tutor
C.C. 1103989669

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **CALO QUISAGUANO LIDA GABRIELA**, identificado con cédula de ciudadanía **1724443302**, de estado civil soltera y con domicilio en Latacunga, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora 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 Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi” la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad según las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la Carrera: Marzo 2019 – Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2022 – Marzo 2023

Aprobación de Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor. Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula

Tema: “Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi”

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

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **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.
- f) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **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 16 días del mes de agosto del 2023.



Lida Gabriela Calo Quisaguano
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema
LA CESIONARIA

AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

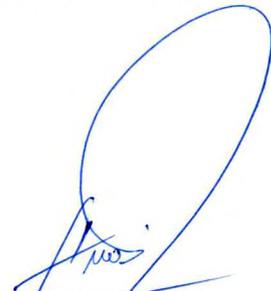
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Calo Quisaguano Lida Gabriela,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

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

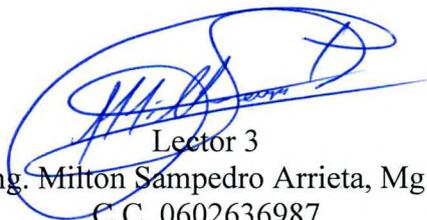
Latacunga, 16 de agosto del 2023



Lector 1 (Presidenta)
Ing. Sara Alejandra Armijos, M.Sc.
C.C.1803993995



Lector 2
Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.
C.C. 1712930328



Lector 3
Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
C.C. 0602636987

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN PANGUA, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Calo Quisaguano Lida Gabriela, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 16 de agosto del 2023



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

DOCENTE TUTOR

C.C.1103989669

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarme siempre a lo largo de mi vida universitaria, por brindarme sabiduría, entendimiento e inteligencia en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. También a mis padres por el apoyo económico incondicional durante esta etapa y como no mencionar mis hermanos con sus palabras de aliento fueron pieza clave para cumplir con mi meta.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por ser la institución que me brinda nuevo conocimiento a lo largo de mi preparación profesional y por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo gracias a mi tutor.

Lida Gabriela Calo Quisaguano

DEDICATORIA

El presente trabajo investigación lo dedico a mis padres Julio y Hortencia a mis hermanos y mi abuelito está en el cielo, por ser el pilar fundamental en mi vida profesional por apoyarme para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseado que me costó mucho sacrificio, especialmente por sus sabios consejos por estar a mi lado en los momentos difíciles y por el apoyo incondicional, en la vida misma por darme una nueva oportunidad para culminar una etapa y alcanzar un logro más mi vida.

Lida Gabriela Calo Quisaguano

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES
TITULO: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS
EMPRESAS TURÍSTICAS DE OCIO Y RECREACIÓN DEL CANTÓN PANGUA,
PROVINCIA DE COTOPAXI”

AUTORA: Calo Quisaguano Lida Gabriela

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo analizar la sostenibilidad y la competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi. Por lo tanto, se realizó tres objetivos para llegar a cumplir el trabajo de investigación. Para evaluar la variable de sostenibilidad se utilizó el método InnovaRSE (de Navarra), integrado por 30 indicadores divididos en tres dimensiones: económico, social y ambiental. Por otro lado, en el segundo objetivo se midió la variable de competitividad, se utilizó la metodología BID, que consistió de 103 preguntas a partir del castro turístico de las empresas del cantón Pangua, se identificaron 4 empresas que conformaron la población de estudio. Se llevó a cabo la sistematización de la información recolectada de las empresas utilizando una hoja en Excel con el fin de generar tablas estadísticas descriptivas con los siguientes resultados: en la variable de la sostenibilidad, 4 empresas en la categoría de proceso de mejora con puntuaciones entre 4 y 6 debido a los problemas en la dimensiones económico, social y ambiental. En cuanto a la variable de competitividad, 4 empresas se encuentran en un rango entre 21% y el 40% con una baja competitividad, debido a que presenta deficiencias en las áreas mencionadas. Por otro lado, se aplicó la prueba de correlación mediante el software SPSS, y se obtuvo resultado 4 esto indica que no existe correlación entre las dos variables de sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de ocio y recreación. En el tercer objetivo se realizó el análisis de FODA con las matrices MEFE, MEFI, cruzada, evaluación de impactos y estrategias, en donde se analizó y se propuso 16 estrategias de mejora y efectuar convenios, implementar sistemas, crear un programa de capacitación etc. En conclusión, al proponer las estrategias de mejora las empresas pueden llegar a competir y tener un mayor crecimiento a nivel local y nacional.

Palabras claves: Sostenibilidad, Competitividad, Metodología, Empresas, Población, Estrategias.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF LEISURE AND RECREATION TOURISM COMPANIES IN THE CANTON OF PANGUA, PROVINCE OF COTOPAXI”

AUTHOR: Calo Quisaguano Lida Gabriela

ABSTRACT

This research project aimed to analyze the sustainability and competitiveness of leisure and leisure tourism enterprises in the Canton of Pangua, Cotopaxi Province. Three objectives were therefore achieved in the research work. The sustainability variable was evaluated using the InnovaRSE (Navarre) method, which consists of 30 indicators divided into three dimensions: economic, social, and environmental. On the other hand, in the second objective, the competitiveness variable was measured using the BID methodology, consisting of 103 questions. From the tourist castrum of the companies of the Canton of Pangua, four companies were identified that formed the study population. The systematization of the information collected from companies was carried out using a sheet in Excel to generate descriptive statistical tables with the following results: In the variable of sustainability, there are four companies in the category of process improvement with scores between 4 and 6 due to problems in the economic, social, and environmental dimensions. About the competitiveness variable, four companies are in the range between 21% and 40% with low competitiveness because they have deficiencies in the areas mentioned. On the other hand, the correlation test was applied using the SPSS software, and result 4 was obtained. This indicates that there is no correlation between the two variables of sustainability and competitiveness in leisure and leisure tourism enterprises. In the third objective, the analysis of FODA with the matrices MEFE, MEFI, cross-cross, impact assessment, and strategies were carried out, where 16 improvement strategies were analyzed and proposed, agreements were made, systems were implemented, a training program was created, etc. In conclusion, by proposing improvement strategies, companies can compete and have greater growth at the local and national levels.

Keywords: sustainability, competitiveness, methodology, business, population, strategies.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
3.1. Beneficiarios directos	3
3.2. Beneficiarios indirectos	3
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	5
5.1. Objetivo General.....	5
5.2. Objetivo Específicos	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	6
7. FUNDAMENTACION CIENTÍFICA TÉCNICA.....	7
7.1. Marco Legal.....	7
7.2 La ley de turismo del Ecuador	7
7.3. Permiso funcionamiento de las empresas de turismo	9
7.3.1. Licencia anual de funcionamiento para las empresas de ocio y recreación.....	10
7.4. Turismo.....	12
7.5. Mercado turístico	13
7.5.1. La demanda turística.....	14
7.5.2. Empresas Turísticas en el Ecuador	14
7.5.2. Empresas de ocio y recreación.....	15
7.5.3. Clasificación empresa de turísticas de ocio y recreación.....	15
7.6. Sostenibilidad	16
7.6.1. Sostenibilidad Ambiental.....	16
7.6.2. Sostenibilidad social	16

7.6.3. Sostenibilidad económica	17
7.6.4. Sostenibilidad en empresas turísticas	17
7.6.5. Evaluación de la sostenibilidad.....	18
7.6.6. Indicadores de la sostenibilidad	18
7.6.7. Metodología para medir la sostenibilidad.....	18
7.6.8. Metodología por países	19
7.6.9. Metodología por empresa	19
7.6.10. Metodología de sostenibilidad InnovaRSE	26
7.7. Competitividad	28
7.7.1. Competitividad en las empresas turísticas	29
7.7.2. Medición de la competitividad	30
7.7.3. Indicadores de competitividad	30
7.7.4. Metodología para medir la competitividad	31
7.7.4. Metodología por países	31
7.7.5. Metodología por empresas	31
7.7.6. Metodología de competitividad BID	37
7.7.8. Software SPSS	38
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPÓTESIS	39
9. METODOLOGÍA.....	40
9.1. Descripción del área de estudio	40
9.2. Protocolo de la investigación	41
9.2. Población de estudio	41
9.3 Instrumentos de recolección de datos	43
9.3.1 Cuestionario	43
9.4. Investigación Bibliográfica	44
9.5. Investigación de campo	45
9.6. Mapeo de empresas.....	45
9.7. Cronograma de salida de campo	45
9.8. Aplicación de la encuesta.....	46
9.9. Sistematización de datos recolectados	46
9.10. Variable de sostenibilidad.....	47
9.11. Variable de competitividad	47
9.12. Análisis del FODA	47
9.12.1. Matriz de evaluación de factor interno y externo MEFI y MEFE	49

9.12.2. Estrategias de mejora	51
9.13. Prueba estadística de correlación	51
10. ANÁLISIS DE DISCUSIÓN DE RESULTADOS	51
10.1 Variable de Sostenibilidad	52
10.2 Variable de competitividad	54
10.3 Prueba estadística de correlación	62
10.4. FODA	62
10.4.1. Matriz de evaluación interna.....	63
10.4.2. Matriz de Evaluación Externa.....	68
10.4.3. Matriz FODA	72
10.4.4. Valoración de la Matriz EFI	74
10.4.5. Valoración de la Matriz EFE	76
10.4.6. Matriz Estratégico FODA	77
10.4.7. Matriz de Evaluación de Estratégico	82
10.5. Estrategias de Mejora	84
11. IMPACTOS	86
11.1. Impactos Social.....	86
11.2. Impacto Económico	86
11.3. Impacto Ambiental	86
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
12.1. Conclusiones	86
12.2. Recomendaciones	87
13. REFERENCIAS	89
14. APÉNDICE	100
Apéndice .1. Aval de traducción de idioma de ingles.....	100
Apéndice.2. Hoja de vida del equipo de investigación.....	101
Apéndices.3. Encuesta Innovarse	103
Apéndice. 4. Encuesta de la Metodología BID.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 beneficiarios directos.....	3
Tabla 2 beneficiarios indirectos.....	4
Tabla 3 Sistematización de tareas.....	6

Tabla 4 Metodología la sostenibilidad países	20
Tabla 5 Metodología la sostenibilidad empresas	24
Tabla 6 Resultado del Diagnostico	27
Tabla 7 Metodología de países	32
Tabla 8 Metodología de empresas	35
Tabla 9 Resultado mapa de competitividad.....	38
Tabla 10 empresas de ocio y recreación	42
Tabla 11 Empresas seleccionadas.....	43
Tabla 12 Cronograma	46
Tabla 13 Matriz MEFI factores	48
Tabla 14 Matriz MEFE de factores	48
Tabla 15 FODA cruzado.....	50
Tabla 16 Prueba estadística Spearman	62
Tabla 17 Matriz de evaluación interna	65
Tabla 18 Matriz de factor externo	69
Tabla 19 Matriz FODA.....	73
Tabla 20 Valoración de la Matriz EFI	75
Tabla 21 Valoración de la Matriz EFE	77
Tabla 22 Matriz de Estrategias FODA	79
Tabla 23 Análisis de Estrategias.....	82
Tabla 24 Matriz Resumen de Estrategias	85

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Mapa del áreas de estudio	40
Figura 2 Dimensión social.....	52
Figura 3 Dimensión económica.....	53
Figura 4 Dimensión ambiental	54
Figura 5 Planeamiento Estratégico	55
Figura 6 Cadena de Valor.....	55
Figura 7 Aseguramiento de Calidad	56
Figura 8 Merchandising.....	56
Figura 9 Contabilidad y Finanzas.....	57
Figura 10 Talento Humano.....	58
Figura 11 Gestión ambiental	58
Figura 12 Sistemas de información	59
Figura 13 Resultado de las dos variables de estudio	59

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

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

Lugar de ejecución

Cantón Pangua, provincia de Cotopaxi zona 3.

Institución

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Carrera

Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado:

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

Nombres de equipo de investigadores (Apéndice 2)

Tutor: Lcdo. Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

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

Número telefónico: 0991975168

Estudiante - Investigador: Lida Gabriela Calo Quisaguano

Correo electrónico institucional: lida.calo3302@utc.edu.ec

Número telefónico: 0997689095

Área de Conocimiento

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

Línea de investigación

Planificación y gestión del turístico sostenible

Sublínea de investigación

Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La importancia de la presente investigación, radica en realizar un análisis sobre la sostenibilidad y competitividad de las empresas de ocio y recreación del cantón Pangua con el objetivo de proponer estrategias de mejora que permitan a las empresas mantenerse en el mercado turístico.

La importancia del proyecto está planteada para determinar el nivel de sostenibilidad y competitividad en las empresas que se dedican actividades de ocio y recreación dentro del cantón Pangua, provincia de Cotopaxi, con el fin de generar estrategias de desarrollo para mejora y garantizando la calidad que optimicen los procesos de producción, control, ventas entre otros. Por lo tanto, es necesario entender que actualmente el sector turístico ha mostrado un crecimiento significativo que se ha convertido en las industrias que engloba la economía mundial, promueve empleos e impulsa la conservación de la biodiversidad.

El proyecto es enfocar a contribuir con las necesidades y dificultades que existan dentro de los establecimientos en el ámbito sostenible y competitivo, la aplicación de las estrategias permitiría que las empresas adquieran conocimiento en el manejo de buenas prácticas ambientales, laborales, mejorando la calidad.

El análisis de competitividad y sostenibilidad ya que el incumplimiento de las dos variables de estudio por parte de las empresas no les permite aprovechar la demanda turística, por esta razón es necesario que se realice un análisis con las metodologías BID e InnovaRSE para examinar los puntos positivos y negativos de cada empresa, que pueden cumplir con servicios de calidad y crezcan a nivel nacional.

La finalidad de crear estrategias que aportan al manejo adecuado de los recursos con bases y principios de manera sostenibilidad y competitiva en donde los beneficiarios sean la población residente, los turistas nacionales como extranjeros y

propietarios de los negocios que ofrecen el servicio de ocio y recreación, potenciando la actividad turística dentro del cantón.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos son los propietarios de las empresas turísticas de ocio y recreación clasificados en discotecas, bares, casinos, cines y teatro, por otra parte, al transcurso de la ejecución del proyecto se trabajó con 4 establecimientos identificados para posteriormente determinar acciones que mejoren la calidad en los servicios y ser rentables en el mercado turístico.

Tabla 1

Beneficiarios directos

Beneficiarios	Cantidad
D: Propietarios de establecimientos de ocio y recreación.	12 Establecimiento Registradas en el Plan de Desarrollo turístico del Cantón Pangua. 4 Empresas formaron parte del levantamiento de información

Nota: Información tomada (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN PANGUA, 2020)

3.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos, es la población del cantón Pangua distribuidos en cuatro parroquias rurales El Corazón, Pinllopata, Ramón Campaña, Moraspungo, y los turistas nacionales y extranjeros obtendrá beneficios de manera indirecta, ya que podrán conocer y disfrutar los servicios que ofrezca cada establecimiento, de igual manera en la conocerá la oferta turística que se maneja dentro del cantón Pangua.

Tabla 2*Beneficiarios indirectos*

Beneficiarios	Cantidad
Población de Mujeres en Pangua	10.625
Población de Hombres en el cantón Pangua	11.340
Turistas nacionales y extranjeros	200

Nota: Información tomada(INEC, 2010)

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel mundial, en el año 2019, se mostró los resultados del índice de competitividad que muestra los países que lideran en el crecimiento turístico por sus prácticas de gestión sostenible, en el cual se menciona que España es el país número 1 en el ranking. Sin embargo, Ecuador se posiciona en el puesto 70 del ranking de competitividad de viajes y turismo con un puntaje de 3.9/7, esto quiere decir que el país ha mejorado a nivel de competitividad por su infraestructura y sostenibilidad, pero a la vez no cumplió varios pilares dando un resultado negativo comparado con otros países.(Ministerio de Turismo, 2019)

La competitividad es considerada una actividad económica ligada a una organización pública o privada en donde se evalúan las ventajas y estrategias para un mayor desarrollo de producción garantizando la calidad en los servicios o bienes que genera una empresa, el fin es obtener ganancias tanto en mercados internos como externos.(Arboleda, 2016)

Por otro lado, el índice de sostenibilidad del cantón Latacunga es medio porque en el eje económico 5,111 personas se dedican a actividades comerciales, artesanales y agrícolas, y los pobladores aseguran que existe una degradación ambiental, sin embargo, en el eje social el aspecto educativo tiene un 80% de deficiencia y un 30% de la población no tiene un empleo seguro.(Gad Latacunga, 2022)

El principal problema con respecto a los ejes de la sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de ocio y recreación, es que no existe interés por parte de los propietarios de los establecimientos y autoridades el cumplimiento de los indicadores de sostenibilidad y competitividad, por este motivo las empresas no compiten entre sí porque muchos proveedores de servicios turísticos ofrecen los mismos productos lo que dificulta destacarse en un mercado altamente competitivo.

La visión de esta investigación es que el cantón Pangua tenga empresas sostenibles y competitivas, para ello es importante que pongan en práctica las estrategias propuestas, con el fin de mejorar la calidad de sus productos y servicios.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Analizar la sostenibilidad y la competitividad, a través de la estadística inferencial para proponer estrategias de mejora en las empresas de ocio y recreación en el cantón Pangua.

5.2. Objetivo Específicos

- Evaluar la sostenibilidad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua.
- Medir la competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua.
- Proponer estrategias de mejorar para las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua.

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

Tabla 3

Sistematización de tareas

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

7. FUNDAMENTACION CIENTÍFICA TÉCNICA

7.1. Marco Legal

El sector turístico abarca todas las empresas que tienen como prioridad la atención al cliente, y se encuentran dentro de un marco legal que puntualiza el manejo, la gestión y la ejecución de las leyes y reglamentos para las distintas actividades de los establecimientos.

7.2 La ley de turismo del Ecuador

El presente proyecto de investigativo está basado en fundamentaciones científico técnicas para su ejecución.

Según el autor (LEY DE TURISMO, 2014) Menciona que el reglamentos de la ley de turismo del Ecuador en el artículo número 1 menciona que tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios, y el artículo 2 de la ley de turismo del Ecuador, turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintitos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Según lo expuesto en el artículo 3 de la Ley Turismo del Ecuador, son principio de las actividades turísticas, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

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

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

El artículo 10 de la ley de turismo, El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento;

lo que les permitirá:

- A) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- b) Dar publicidad a su categoría.
- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

7.3. Permiso funcionamiento de las empresas de turismo

Art. 1.- Establecer el procedimiento de coordinación de las competencias atribuidas al Ministerio de Turismo y los entes con competencias descentralizadas y a las intendencias generales de Policía, en materia de otorgamiento de autorizaciones administrativas de funcionamiento y el control correspondiente, en los términos contenidos en este acuerdo.

Art.2. Le corresponde al Ministerio de Turismo otorgar la "licencia única de funcionamiento" para el ejercicio de las actividades turísticas previstas en el Art. 5 de la Ley de Turismo, en concordancia con los artículos 41 y siguientes del reglamento general de aplicación de dicha ley. Es competencia de las intendencias generales de Policía otorgar los "permisos de funcionamientos" a todos aquellos establecimientos en los que se consuman alimentos y bebidas alcohólicas que no se consideren turísticos, de conformidad con la Ley de Turismo

Art.3. Cuando hubiere duda respecto a la naturaleza o el carácter de las actividades desarrolladas en un local o establecimiento, los intendentes generales de

Policía, con el propósito de determinar la naturaleza de la actividad y su calificación, podrá requerir de los titulares del establecimiento una certificación otorgada por el Ministerio de Turismo de la que conste que no ejerce actividades turísticas o en su defecto, la licencia única de funcionamiento y el registro único de turismo correspondiente. Los intendentes generales de Policía otorgarán el permiso anual de funcionamiento, sólo en el caso de que el titular del establecimiento no hubiere obtenido la licencia única de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo. (Martínez, 2005)

7.3.1. Licencia anual de funcionamiento para las empresas de ocio y recreación

La licencia única anual de funcionamiento es un documento requerido por las autoridades sanitarias para garantizar y cumplan las empresas de ocio y recreación con las regulaciones de seguridad de salud pública. La licencia permite a las empresas operar durante un año y estén sujetas a inspecciones regulares para asegurarse de que se cumplan los estándares de calidad y seguridad.

Art.8. Requisitos para obtención del Registro de Turismo. - Las personas jurídicas, previo a iniciar el proceso de registro de las agencias de servicios turísticos, deberán cumplir con los siguientes

Requisitos:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas;
- c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil; y,
- d) Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo.

Art.11. Del procedimiento y requisitos de la Licencia Anual de Funcionamiento.

- Para el proceso de licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo o el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido esta competencia, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de Registro de Turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso. El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la autoridad nacional de turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda. Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, a parte del Registro de Turismo serán los siguientes:

a) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico; b) Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia Única Anual de Funcionamiento, de ser el caso; y,

c) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo. Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el cliente. En el caso de que el gobierno autónomo descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo otorgará un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en el presente reglamento. En caso de que el gobierno autónomo descentralizado cuente con una herramienta informática, el mismo deberá enlazarlo con el de la autoridad nacional de turismo.

Art.12.De la identificación de la agencia de servicios turísticos. - La agencia de servicios turísticos deberá contar con un letrero visible en la parte exterior del mismo, que incluya su clasificación, por lo cual no podrá ostentar una clasificación que pueda engañar a los clientes, turistas, autoridades y público en general, sobre las condiciones y calidad del establecimiento. El incumplimiento de la presente disposición, dará lugar a las sanciones establecidas en la normativa correspondiente.(MINISTERIO DE TURISMO, 2016)

7.4. Turismo

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio.(World Tourism Organization (UNWTO), 2010)

Según esta definición al turismo se le comprende como el conjunto de las actividades que realiza los individuos o grupos de personas con motivo de viaje y descanso, salud por un determinado tiempo, ya sea por fines de ocio, por negocios.

La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras.(Moreno & Coromoto, 2011)

Para entender a profundidad, el turismo se remonta desde el origen del hombre debido a que este se trasladó a distintos lugares para realizar actividades como la caza, comercio,ocio entre otras. De igual manera en los años 50 hasta los años 80 los viajes internacionales se hicieron más regulares y así poco a poco el turismo a través de los años se ha convertido en uno de los principales motores de ingresos más grandes

y potenciales a nivel mundial, por lo que este se ha transformado en una fuente de desarrollo social, ambiental y económico.(Jacqueline del Pilar Hurtado-Yugcha & Hernán Mauricio Quisimalin-Santamaría, 2021)

Es fundamental que el turismo desde las practicas humanas por medio de la historia desde la creación de la primera excursión hasta la actualidad con viajes nacionales e internacionales, que los turistas recorren de forma grupal o individual convirtiéndose en un fenómeno de masas por el incremento de viajeros en la actualidad, por ello el turismo fermenta la conservación del patrimonio cultural y natural.

7.5. Mercado turístico

El mercado turístico oferta productos y servicios de diferentes empresas, por ende, para encontrar la demanda se debe realizar una segmentación geográfica y demográfica, una vez realizada la segmentación se lleva un proceso de ofertar el producto al turista.(Vallejo, 2018)

El Plan de Turismo 2030 se enfoca e incremento turistas, generar divisas y crecer en lo económico, debido a que el mercado turístico tiene como prioridad a los viajeros que llegan de los siguientes países: Estado Unidos, Canadá, Alemania, Reino Unido y Francia. La razón de tomar a todos los países antes mencionados es porque en el año 2017 las cifras se incrementaron. Por otro lado, el mercado estratégico lo conforman países como: México, Perú, España, Colombia y Brasil porque son países que superan a Ecuador en el registro de turistas, mientras que Colombia tiene visitas de varios países y Costa Rica recibe turistas de Estado Unidos y Canadá. (Ministerio de Turismo, 2019)

De esta manera, se establece que el turismo se estructura en un mercado en donde existen cuatro elementos: la oferta, la demanda, el precio y la competencia. Por esta razón, el mercado turístico es el sector económico más importante que engloba a las

empresas que adquieren, producen y comercializan productos y servicios relacionados al turismo.

7.5.1. La demanda turística

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen.(Boullon, Roberto, 1999)

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

7.5.2. Empresas Turísticas en el Ecuador

Las empresas turísticas del Ecuador se dividen en las empresas públicas y privadas. El Ministerio de Turismo se encarga de elaborar, facilitar y ejecutar proyectos turísticos que se fomentan por medio de canales de difusión para atraer la demanda de otros países con la finalidad de posicionar al Ecuador como destino turístico. Por otra parte, las empresas privadas ofrecen servicios con el objetivo de satisfacer a los turistas nacionales y extranjeros; es más, en el año 2015 se registró 21,574 empresas turísticas en el Ministerio de Turismo, en la actualidad se encuentran registradas 21,930 empresas que se clasifican en: Restaurantes, Alojamiento, Transporte, Ocio y recreación.(Ministerio de Turismo, 2019)

Los establecimientos turísticos son encargados de favorecer y fomentar el turismo más sostenible mediante el aprovechamiento y la promoción. De igual manera, utilizan recursos necesarios sin causar un impacto negativo con la finalidad de concientizar a las empresas sobre la Protección del Patrimonio Natural.

7.5.2. Empresas de ocio y recreación

Entendemos pues que las cuestiones relacionadas al ocio y al uso del tiempo libre están asociadas al estilo de vida de las personas. Así, las actitudes saludables en la forma de trabajar y en las vivencias de ocio sitúan las responsabilidades de la calidad de vida y de la salud también en los individuos y no solamente en las instituciones.(Tovar & Jurado, 2013)

El turismo deportivo es un mercado en expansión y representa grandes beneficios económicos a nivel local, nacional e internacional. En este tipo de turismo la actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, pues, cada vez más, el turista desea participar activamente en sus vacaciones.(Gallegos, 2007)

7.5.3. Clasificación empresa de turísticas de ocio y recreación

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos "planta turística", que está integrado por dos elementos.(Boullon,Roberto, 1999)

- 1.-Discotecas
- 2.- Bares
- 3.- Casinos y otros juegos de azar
- 4.- Cines y teatros
- 5.- Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, etc.)
- 6.- Clubes deportivos

7.- Parques temáticos

7.6. Sostenibilidad

El eje principal de la sostenibilidad se basa en la satisfacción a la civilización mediante el uso de los recursos naturales sin causar un colapso ambiental, centrándose en impedir los desbalances ecológicos para que en el futuro estos recursos puedan garantizar un equilibrio en el ambiente, la economía y el bienestar social. Es importante destacar que se han implementado objetivos de desarrollo sostenible hasta el año 2030, porque cada año la ONU analiza los objetivos, con la finalidad de preservar los recursos y mejorar la economía del mundo. (Domínguez et al., 2019)

Sostenibilidad del sistema humano únicamente. Llevado al extremo, si los recursos naturales y los servicios pudieran sustituirse íntegramente, este punto de vista podría llevar a que la Tierra se convirtiera en un planeta totalmente artificial. Por ejemplo, de acuerdo con la concepción economicista clásica, el sistema que importa es la economía, y la naturaleza se relega a la función de proveedora de recursos y servicios naturales y a sumidero de los desechos producidos por la actividad humana. (Gallopín, 2003)

7.6.1. Sostenibilidad Ambiental

La estabilidad ambiental es una forma de vida en equilibrio con nuestro entorno y la prevención de una deficiencia que puede someter a la humanidad al riesgo, lo que hace que este problema sea necesario para cada persona, organización en el planeta.

7.6.2. Sostenibilidad social

La sostenibilidad social se ha enfocado esencialmente, pero no siempre conscientemente, desde el punto de vista de la geografía, como una búsqueda de la

equidad espacial.(Puentes-Ramírez et al., 2021)

Para las empresas turísticas la sostenibilidad es para conseguir un buen desarrollo, que cumple las necesidades de los turistas sin dejar a lado los tres ámbitos esenciales.

7.6.3. Sostenibilidad económica

Analizar dicha sostenibilidad en términos de los efectos económicos de la intervención con respecto a las partes interesadas, en el sentido de que los beneficios perduren en el largo plazo.(Barroso, 2021)

7.6.4. Sostenibilidad en empresas turísticas

Esto ayudará a priorizar las prácticas sustentables, maximizando la calidad y sustentabilidad de los productos dirigidos a los clientes, en donde los empleados y proveedores se capacitan y se alinean a dichas prácticas, con la concientización del cuidado ambiental, social y económico y la población se beneficia al tener la oportunidad de realizar actividades turísticas que los pone en contacto con otras personas y que les ayuda a tener una mayor calidad de vida.(Nava-Rogel & Demuner-Flores, 2020)

Las sostenibilidades turísticas es la que cumple y llega a generar ingresos y bienestar social, asegurando la conservación de los recursos naturales, lo que es satisfactorio para las empresas.

Para las empresas turísticas la sostenibilidad es primordial para conseguir un buen desarrollo, por esta razón, cumple las necesidades de los turistas sin dejar de lado a los tres ejes esenciales social, económico, ambiental.

7.6.5. Evaluación de la sostenibilidad

evaluaron las percepciones de turistas y proveedores de servicios turísticos bajo las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y acceso, en una comunidad del medio oeste americano, cuyos resultados indicaron que los turistas evalúan los servicios turísticos en función de quién ofrece en contraposición a la naturaleza de los servicios.(Contreras Castañeda, 2021)

Al evaluar la sostenibilidad turística se consideran por varios factores del medio ambiente, la sociedad, la eficiencia, la innovación y los ingresos generados en las empresas. El propósito que cumplan con los criterios para llevar a cabo con el análisis, en donde se verá las deficiencias de cada factor y método para corregir los problemas.

7.6.6. Indicadores de la sostenibilidad

Estos instrumentos de planificación turística, no obstante, necesitan de un seguimiento y una evaluación continua para ser efectivos utilizando para ello indicadores de sostenibilidad que proporcionen no sólo información cuantitativa y estadística, si no también cualitativa, con el objeto de conocer de manera integral la realidad y dinámica del desarrollo turístico de cada destino.(Mendoza et al., 2021)

Por otro lado, los criterios propuestos por los autores, los indicadores básicos y complementarios son relevantes para una correcta gestión turística y se define políticas adecuadas en la sostenibilidad. Para obtener un indicador se puede consultar de diferentes fuentes de información y pueden ser comparadas con otro tipo de indicadores de un periodo de tiempo.

7.6.7. Metodología para medir la sostenibilidad

Para seleccionar la metodología InnovaRSE se analizó que las empresas desean

integrar la responsabilidad social, económico, ambiental en sus estrategias y operaciones, lo que permite mejorar su reputación, atraer a clientes y colaboradores comprometidos con la sostenibilidad y aumentar su rentabilidad a largo plazo.

7.6.8. Metodología por países

El primer paso para elaborar la investigación bibliográfica de la metodología propuestas por diferentes autores, Rico, Quiroga, Martínez, Pérez, Oliveira entre otros.

7.6.9. Metodología por empresa

El primer paso para elaborar la investigación bibliográfica de la metodología propuestas por diferentes autores.

Debido a que existen varias propuestas por países y alrededor del mundo sobre los indicadores de sostenibilidad basados en varios autores, se debe estudiar a profundidad las metodologías para llegar a elaborar un instrumento que cumple con los objetivos de la presente investigación, se planteó 30 metodologías de sostenibilidad.

Para continuar con el estudio debe implementar varios métodos, para medir la sostenibilidad se analizó 30 metodologías que se encuentra dividida en países y empresas. (Tabla 4 y 5)

Tabla 4

Metodología la sostenibilidad países

Metodología y Autor	Detalle	Ámbito	Indicadores
Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo (Rico, 1998)	La sostenibilidad se tasa a partir de criterios contextuales, ubicación, tiempo – espacio, vinculación	Criterios contextuales	1.1. Matriz en la que se insertan tanto la cotidianidad de las personas como las definiciones de políticas.
Índice de desarrollo sustentable(Quiroga Martínez, 2001)	El proceso alternativa en las prácticas de gestión de consumo durante la construcción el sistema de gestión ambiental.	1. Natural 2. Social 3. económico	1.1. Calidad ambiental, calidad y cantidad de recurso natural. 2.1. Calidad de agua y consumo de energía 3.1. Peso de residuos transportados.
Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México (Pérez, 2010)	Evalúa la sostenibilidad mediante tres factores, medio ambiente, socioeconómico, y turismo.	1. Medio ambiente 2. Entorno socioeconómico 3. Turismo	1.1. Consumo de agua y energía, generación de basura. 2.1. Nivel de desempleo, contribución a la economía local, presión demográfica y seguridad. 3.1. Derrama turística y certificación.
Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba)(Pérez Albert & Nel-lo Endreu, 2013)	Las sostenibilidades de las actividades turística mediante la aplicación del sistema indicador para mejora la sostenibilidad en las actividades turística.	1. Estructura territorial económica 2. Presión Humana 3. Cambios del uso ambiental	1.1. Accesibilidad interna y externa, transporte público, ingresos generados por la actividad turística. 2.1. Distribución temporal y variación interanual de la presión humana. 3.1. Consumo de energías renovables y no renovables y generación de residuos.
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis (de Oliveira, 2013)	Menciona sobre el individuo como principal beneficiario, el potencial productivo de la sociedad, y el desarrollo turístico.	1. Social 2. Ambiental 3. Político	1.1. Porcentaje de habitantes que acreditan que el turismo ha ayudado a traer nuevos servicios de infraestructura. 2.1. Porcentaje de empresas que participan en la conservación de energía. 3.1. Nivel de participación local en las acciones de desarrollo del turismo local.

Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón (Díaz & Peláez, 2015)	La propuesta de un sistema de indicadores para el análisis del desarrollo turístico sostenible de destinos turístico sostenible.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impacto medioambiente 2. Impacto social y cultural 3. Gestión del destino 4. Valor económico 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Establecimientos de alojamiento colectivo que cuentan con recogida selectiva de basuras 2.1. Lugar de interés histórico - cultural más visitados 3.1. Establecimientos de alojamiento colectivo con certificados de calidad. 4.1. Resultados de las empresas turísticas (%).
Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza (Medrano Aranda & Lardiés Bosque, 2015)	Ámbito ambiental del desarrollo sostenible es importante el crecimiento turístico en los sostenibilidad.	Modelo PER (Presión, Estado, Respuesta)	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Volumen de turistas en la ciudad, emisiones de CO2/día por turista alojado en un establecimiento, demanda hídrica de los turistas por día.
Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México (Pacheco, 2015)	Estudio de sostenibilidad en áreas naturales. Estudios PIB y PEA Aporte al desarrollo de recursos naturales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicadores del MESMIS 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Ingreso promedio anual, normas del gobierno para el manejo de los recursos naturales y número de talleres de capacitación y las inversión o financiamiento.
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo (Márquez, Gustavo, 2015)	Proponen analizar la sostenibilidad de manera eficaz, maximizando los beneficios sociales, a comunidades, visitantes, maximizando.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sección A 2. Sección B 3. Sección C 4. Sección D 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Gestión de la estacionalidad turística, inventario del patrimonio. 2.1. Oportunidades locales de trabajo y apoyo para empresarios locales. 3.1. Protección del patrimonio cultural e interpretación del sitio. 4.1. Protección de vida silvestre, abastecimiento de agua potable y reducción de los residuos sólidos.
Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México 20 (Branly Olivier Salomé, 2América L. Rodríguez Herrera, 3Rocío López Velasco, 4Roberto & Cañedo Villareal y 5Miguel Ángel Valera Pérez, 2015)	Proponen el análisis de estado, presión, y respuesta son claves para la evaluación sostenible de una empresa.	Representación esquemática del modelo conceptual PER	Modelo económico neoliberal e Impactos socio-ambientales y deterioro de territorio, comisión nacional del agua, secretaria de agua, Secretaria de Educación.
Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México (Castillo Villanueva et al., 2016)	La evaluación y el monitoreo del desarrollo sustentable para determinar las estrategias que se deben implementarse	<ol style="list-style-type: none"> 1. Económico 2. Social 3. Ambiental 4. Institucional 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Servicio turístico y actividades turísticas, recreativas. 2.1. Tasa de crecimiento poblacional. 3.1. Atractivos naturales y especie de corales duros. 4.1. Mejoramiento de carreteras y caminos

Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores (Fábregas et al., 2017)	La implementación de un sistema de indicadores de la sostenibilidad en el ámbito turístico que se implementado a nivel.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ambiental 2. Sociocultural 3. Económico 4. Político 5. Administrativo 	Bienestar Ecosistema (En estas herramientas, se relacionaron documentos como: Esquema de Ordenamiento Territorial, Plan de Desarrollo y el Plan de Manejo Integral de Residuos Sólidos).
Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local (Hernández Martín & Mendoza Jiménez, 2017)	La sostenibilidad se evalúa a partir de dimensiones: económico, local, empleo, social, satisfacción, control de entrada, bienes de la comunidad, riqueza.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Temas de sostenibilidad – UNEP/UNWTO 2005 	Número de pernoctaciones por mes, estancia media de los visitantes (noches) y rentabilidad hotelera (REVPAR).
Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia. (Oliveros Ocampo & Beltrán Vargas, 2018)	Los modelo de evaluación de sustentabilidad de los prestadores de	<ol style="list-style-type: none"> 1. Índice por categoría 2. Transformación y Normalización 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Cálculo del Índice por Categoría. 2.1. Normalización de los datos en un rango entre 0-1
Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores (Ibáñez Pérez, 2018)	La sostenibilidad se mide por el turismo: socio – económico, desarrollo urbano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medio ambiente 2. Socioeconómico 3. Turismo 4. Desarrollo urbano 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Tratamiento de agua y consumo de energía. 2.1. Impacto en la población. 3.1. Desempeño y calidad de la oferta. 4.1. Cobertura de servicios básicos.
Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos (Ibáñez Pérez, 2018)	Medir el grado de sustentabilidad de los servicios turísticos locales y la calidad de servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Componente social o humano 2. Componente ambiental o ecológico 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Aptitud de los servicios turísticos locales. 2.1. Uso responsable y vulnerabilidad ambiental.
Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos (Ibáñez Pérez, 2018)	Medir el grado de sustentabilidad de los servicios turísticos locales y la calidad de servicio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Componente social o humano 2. Componente ambiental o ecológico 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Aptitud de los servicios turísticos locales. 2.1. Uso responsable y vulnerabilidad ambiental.

Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación(Badii, M.H., A, 2018)	Los indicadores sostenibles han mostrado una tendencia a procurar mejorar su calidad de vida.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bienestar Humano 2. Bienestar ecológico 3. Interacciones 	<p>1.1. Salud, educación, vivienda y seguridad.</p> <p>2.1. Aire, suelos y agua</p> <p>3.1. Población y desarrollo económico.</p>
Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative para evaluar la gestión de los agentes comercializadores y distribuidores de energía en Colombia(Cortés V. et al., 2018)	Los indicadores permite evidenciar la visión de la empresa y los derechos humanos, la seguridad debido a la naturaleza sin comprometer a llegar comprometer los derechos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Derecho humanos 2. Sociedad 3. Practicas laboral y trabajo 	<p>1.1 Casos de discriminación y medida correctivas</p> <p>2.1. Casos violación del derecho de los pueblos indígenas</p> <p>3.1. Programas de desarrollo evaluación de impactos por la participación comunidad local.</p>
Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos para la evaluación integrada de los destinos turísticos (Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez, Ciego de Ávila, Cuba et al., 2019)	la sostenibilidad de los destinos turísticos se ha convertido en una constante preocupación, así como los índices y formas más convenientes para su evaluación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fase 1 Preparación para la evaluación de la sostenibilidad. 2. Fase 2: Diagnóstico del área de evaluación de la sostenibilidad. 	<p>1.1. Identificar y aprobar los límites espaciales de la evaluación.</p> <p>2.1. Las dimensiones económica, social y ambiental en el destino turístico.</p> <p>3.1. Los indicadores se agruparán para cada dimensión en turísticos y locales.</p>
Sistema productivo turístico y desarrollo local(Clarke Bloomfield et al., 2021)	Las dimensión económica del análisis del turismo social, cultural, económica,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistema conceptual 2. Sistema productivo local 3. Sistema económico 4. Sistema político 	<p>1.1. Coordinación mediante el Sistema Organizativo e Institucional que tenga el territorio.</p> <p>2.1. Proceso localizado de cambio socio - económico continuado.</p> <p>3.1. Espacio de interacción definido por las relaciones con empresas.</p> <p>4.1. La escasez de instrumentos teóricos y metodológicos propios.</p>

Nota: Adaptado de la base de datos sistematizada expuesta en capacitación sobre las metodologías para la sostenibilidad de 30 autores (2022)

Tabla 5

Metodología la sostenibilidad empresas

Metodología y Autor	Detalle	Ámbito	Indicadores
Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio(NACIONES UNIDAS et al., 2004)	Los planes de servicios ambientales ecológicos que se enfocan en el valor del mercado.	Servicios y potencialidades ambientales del recurso natural (VET)	1.1. Cambios en el ingreso o enfoque de función de producción.
Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial (Barcellos, 2011)	El modelo de la gestión sostenibilidad del establecimiento, mantener el equilibrio tres factores económica, social y ambiental.	1. Económico 2. Medio ambiente 3. Social	1.1. Gestión de recursos humanos y de proveedores. 2.1. Informes de sostenibilidad GRI. 3.1. Iniciativas voluntarias que van más allá de lo requerido por la ley.
Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol (Mihaela,Damian, 2016)	Valora la sostenibilidad con un criterio más siendo el financiero cómo parte de su evaluación.	1. Medio ambiental 2. Económicos 3. Financieros 4. Sociales	1.1. Residuos de vidrios recogidos y porcentaje de suelo urbano. 2.1. Tasa de paro y n° de vehículos por habitante. 3.1. Renta neta e ingresos corrientes. 4.1. Mortalidad infantil, enseñanza obligatoria en centros educativos.
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible (Torres ,Paúl, 2017)	El desarrollo sostenible ayuda al turismo a concientizar frente a los modelos productivos de bienes y servicios que se han venido desarrollando.	1. Ambiental 2. Social 3. Económico	1.1. Preservación del medio ambiente 2.1. Calidad de vida 3.1. Generación de empleo
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. revisión bibliográfica(Torres ,Paúl, 2017)	Se analiza la sostenibilidad cuidando los recursos, inclusión social, generación de empleo, entre otros.	1. Ambiental 2. Social 3. Económico	1.1. Preservación del medio ambiente 2.1 Calidad de vida 3.1.Distribución equitativa
Administración de la planta turística y el desarrollo del turismo sostenible (Zambrano-Mieles et al., 2017)	El desarrollo de turismo sostenible con la capacidad de innovación a la planificación de estrategias.	1. Productividad 2. Integridad 3. Bienestar social	1.1. El concepto urbano de strategic. 2.1. El desarrollo abstracto de la idea de ambiente. 3.1. Social watching: participando del control, y la gestión urbana.

Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica (Aguar López, 2018)	La metodología aplicada cuantitativa, de diseño, los indicadores sostenibilidad adecuado para los hoteles con mejor categoría.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ambientales 2. Social 3. Cultural 4. Económico 5. Político 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La organización utiliza insumos biodegradables en áreas públicas. 2.1. Incluye en su staff de trabajo a personas con discapacidad y de distintas razas. 3.1. Respeto el entorno del patrimonio y oportuna a sus huéspedes en relación con el entorno cultural. 4.1. Compras de insumos y suministros se realizan considerando.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nota: Adaptado de la base de datos sistematizada expuesta en capacitación sobre las metodologías para la sostenibilidad de 30 autores (2022)

7.6.10. Metodología de sostenibilidad InnovaRSE

La metodología InnovaRSE tiene un enfoque directo con la sostenibilidad y sirve como un instrumento para el levantamiento de información en las pequeñas y medianas de empresas con el objetivo de apoyar a los establecimientos con diferentes estrategias para que puedan posicionarse en el mercado turístico presentado los principios básicos de la responsabilidad social, económico, ambiental empresas (RSE). Por lo tanto, para aplicarla primero se realizará enunciados detallados sobre los aspectos de RSE que pueden tener las empresas (Navarra, 2020).

La valoración de la metodología ya que varía en una escala de 1 al 10 por ende, la persona que realiza la encuestas debe basarse en documentos existentes y en las evidencias presentadas por la empresa (Navarra, 2020).

De esta manera, se evalúa la capacidad de mejora en un sistema de calidad que se aplica con regularidad a las empresas y permite identificar como se encuentra las empresas para poder utilizar los enunciados propuestos dentro del ciclo de mejora.

El método de PDCA indica que todo lo que se desarrolla o ejecuta ser planificado con anterioridad.

Planificación (P): Las áreas descritas en la frase abierta se planifican en mayor o menor medida.

Desarrollo (D): Lo planificado está implantado en mayor o menor medida.

Chequeo(C): Se miden los resultados de las acciones llevadas a cabo y se analizan.

Ajustes(A): Se revisa y mejora lo planificado como consecuencia del análisis y del aprendizaje.

La valoración global de cada dimensión incluye tres apartados que muestran detalladamente como plantear mejoras en cada una de ellas, se dividen en:

Dificultades: Se detallan los problemas encontrados en cada dimensión.

Apoyos: Se señala para poner en marcha las prácticas de gestión es necesario conocer los aspectos favorables de cada dimensión.

Necesidad: Se toma en cuenta todo lo que necesita la empresa para cumplir con su objetivo.

De esta forma, las tres dimensiones son de utilidad al momento de detectar las prácticas de responsabilidad social de la empresa metodología (RSE) que están ejecutando en los establecimientos. Los datos obtenidos por las evidencias que son suma importancia para poder analizar si las empresas cumplen o no con los enunciados, sin embargo, si la opción no aplica es utilizada importante documentar con criterio propio.

En el siguiente cuadro es necesario de recolectar información de las tablas de cada dimensión y que aparezcan 10 apartados en filas y columnas las tres dimensiones que deben ser valoradas.

Tabla 6

Resultado Sostenibilidad

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

Nota: Información tomada de (Navarra, 2020)

Para establecer un criterio final en el diagnóstico es importante identificar 3 subcapítulo que son:

Buenas Prácticas

Para que las empresas tengan buenas prácticas deben ser valoradas en el diagnóstico de la siguiente forma:

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

Procesos de mejora

Para identificar a las empresas como procesos de mejora durante el diagnóstico, debengenerar los siguientes resultados:

- Una valoración en la escala de percepción cualitativa de 4 a 6 (en la escala 1-10).
- Están asignadas a la fase A (Ajustes) dentro del modelo PDCA.

Áreas de mejora

Para determinar a las empresas como áreas de mejora durante el diagnóstico, deben tenerlos siguientes resultados:

- Una valoración en la escala de percepción cualitativa de 3 o inferior (en la escala 1-10).
- Están asignadas a la fase P (Planificación) o inferior dentro del modelo PDCA.
- En definitiva, la metodología InnovaRSE indica que no existe un modelo ideal de una empresa socialmente responsable, por ello es necesario entender que la responsabilidad social.

7.7. Competitividad

La competitividad en los países a nivel mundial, es importante para el crecimiento económico de las empresas, por ende, es necesario analizar los indicadores de la competitividad turística en donde existen errores y se pueda implementar estrategias para obtener resultados positivos.(Rivas,Carrillo,&Robinso., 2022)

Dentro de los estudios encontrados se evidencia que para ser competitivos en este sector se tienen que involucrar factores como la sostenibilidad, calidad del servicio y estrategias de marketing, con áreas de mejorar la prestación de los servicios

turísticos.(A.-M. Serrano-Amado et al., 2018)

El segundo aspecto de la competitividad es generar calidad de vida, mientras más profesional sea la empresa habrá más oportunidades para que las personas desarrollen sus capacidades en cualquier sector, ya que competitividad es sinónimo de productividad.(Sandoval Cabrera, 2019)

Por esta razón la competitividad en generalmente implementa aspectos de calidad de innovación con la finalidad de que cada empresa se identifica diferenciar y tenga su propio enfoque para tener mayor rentabilidad en el mercado.

7.7.1. Competitividad en las empresas turísticas

La competitividad se ha convertido en una herramienta eficaz para las empresas porque con el paso del tiempo se ha transformado en un componente de crecimiento y desarrollo para cada establecimiento.(Díaz Muñoz et al., 2021)

Además, sirve para crecer en nuevos productos al mercado con la finalidad de ser rentable, utilizando herramientas como la publicidad y marketing turístico, la inversión directa en la política públicas. De igual manera, los destinos turísticos que implementan la competitividad en crear un valor nuevo en agregar un modelo económico y social.

Por otro lado, se establece como competitividad turística 2 ejes importantes: interno y externo. La competitividad interna emplea los recursos disponibles de las sociedades en su totalidad para sacar el mejor provecho de los bienes o servicios turísticos. Mientras que la competitividad externa se centra en las organizaciones y territorios para mantenerse prolongadamente generando logros, además de conservar activamente la competitividad en los distintos tipos de mercados turísticos.(Mercado Covo et al., 2022)

Por lo tanto, las empresas turísticas deben generar buen servicio, de mejorar la

calidad, en tener precio accesible de innovar castamente, en convierte al establecimiento se un lugar competitivo sin olvidar la experiencia causada en el turista.

7.7.2. Medición de la competitividad

Por lo tanto, los indicadores de competitividad son de suma importancia para poder implementar acciones para el desarrollo o crecimiento de algún sitio y son una herramienta esencial para realizar una evaluación de índices en establecimientos o destinos turísticos.(A. M. Serrano-Amado et al., 2021)

Ahora bien, para evaluar la capacidad competitiva de un destino turístico es necesario analizar una serie de factores que se pueden cuantificar mediante indicadores, dentro de los cuales están: la dotación de recursos del destino, los recursos creados, la infraestructura de soporte, la gestión del destino, las condiciones coyunturales, las condiciones de demanda y la competitividad turística del destino propiamente dicho.(Narváez & Fernández, 2009)

La competitividad efectuando vario tipo de indicadores, en lo que se necesita comprender que la competitividad ayuda al bienestar económico de la población, a tener una fuente de ingreso en el turismo.

7.7.3. Indicadores de competitividad

En los últimos años organismos internacionales y nacionales han implementado monitores para medir la competitividad y ciertos países han creado su propio monitor, además las instituciones se encargan de controlar la competitividad junto todas las empresas públicas y privadas.(Ruiz & Miki, 2019)

Por otro lado, basado en el modelo de Crouch y Ritchie, se elaboró una propuesta para el análisis de indicadores de Competitividad, el puntaje 1 y 2 es débil, 3 es medio, 4 es bueno y 5 es superior, además es importante describir cada variable para

calificar el indicador.(A. M. Serrano-Amado et al., 2020)

En definitiva, los indicadores de competitividad son importantes para implementar cierta estrategia a corto o largo plazo, con la finalidad de mejorar los destinos a las empresas turísticas.

7.7.4. Metodología para medir la competitividad

De esta manera el estudio es importante de implementar varias técnicas, por lo tanto, para medir la competitividad se analizó 30 metodologías que se encuentran divididas en empresas y países.

Por la siguiente razón se seleccionó la metodología BID porque permite a las empresas establecer prioridades y alinear sus recursos con una dirección estratégica clara y definida. Esto mejorará su capacidad para hacer frente a desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado, lo que se traducirá en una mayor competitividad y rentabilidad a largo plazo.

7.7.4. Metodología por países

De acuerdo al estudio realizado en la investigación bibliográfica de la metodología en países propuesta por diferentes autores, Sanos, García, Narváez, Leal, de distintos está en la siguiente tabla (7)

7.7.5. Metodología por empresas

De acuerdo al estudio realizado en la investigación bibliográfica de la metodología propuesta por diferentes autores, en la siguiente tabla (8).

Tabla 7

Metodología de países

Metodologías & Autores	Descripción General	Ámbitos	Indicadores
Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano. (Santos, 2011)	La metodología de gestión de las empresa en el enfoque competitivo mediante el análisis de desempeño competencia.	Gestión del desempeño por competencias.	1.1. Identificación de las competencias organizacionales e identificación de las competencias de procesos de trabajo.
Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme Latinoamericana (García, 2012)	Metodología que permita medir el nivel de competitividad, identificando por áreas de criterios tanto internos y externos.	1. Factores de la competitividad 2. Factores internos 3. Factores externos	1.1. Rentabilidad y productividad. 2.1. Seguridad de saber cómo hacer las cosas. 3.1. La seguridad de cumplir con las normas técnicas.
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. (García, 2012)	El desarrollo de la competitividad en la practicas en lo comercialización, el sector metodológico al sector turístico.	1. Competitividad 2. Competitividad por tamaño 3. Competitividad por sector	1.1. Prácticas de comercialización. 2.1. Prácticas de comercialización. 3.1. Prácticas de comercialización.
Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. (Narváez Castro et al., 2013)	Proponen una metodología en donde se analice desde el nivel micro, infraestructura, satisfacción, calidad, servicio, procesos, e infraestructura.	1. Recursos e Infraestructura 2. Actividades y Procesos 3. Calidad de servicio 4. Satisfacción del cliente	1.1. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente. 2.1. La empresa dispone de información sobre el desempeño. 3.1. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios. 4.1. La empresa proporciona a sus clientes además de lo que necesita otros beneficios o servicios.
Estudios de Competitividad. (Leal et al., 2015)	Evalúa la competitividad en el turismo desde la capacidad de operación, y administrativa.	Recursos humanos, culturales y naturales.	1.1. Educación, capacitación del personal, apertura del turismo y protección de bioma terrestre y número de reuniones de asociaciones internacionales.
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales.	La metodología de medición de la organizaciones empresariales en la evaluación de competitividad en base de	1. Factor 2. Procesos internos 3. Aprendizaje y crecimiento	1.1. Se planean los recursos necesarios para la operación del negocio. 2.1. Renovación de equipos y

(De La Hoz et al., 2016)	factores económico y el crecimiento de la empresa y dimensiones de mercado.	4. Clientes 5. Mercado	maquinarias (en los últimos cinco años) 3.1. La organización cuenta con sistemas para la comunicación externa. 4.1. Se acuerdan con los proveedores planes de suministro. 5.1. Se hace seguimiento a la competencia, sus clientes y estrategias de mercado
Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. (Ibarra Cisneros et al., 2017)	La metodología se entiende que es el manejo con anterioridad estudia todo el proceso de funcionamiento, producción y comercialización.	Dimensiones de la competitividad empresarial.	1.1. Procesos de producción. Desarrollo de nuevo producto y proceso. Planeación de materiales insumas.
Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014 (Cadena, 2017)	La competitividad de los métodos revisados se seleccionó el del foro económico mundial, el análisis competitivo a través del marco regulatorio, ambiente negocios, seguridad, políticas públicas.	Marco regulatorio Ambiente de negocios e infraestructura	Regulatorio ambiente de negocios e infraestructura.
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. (Medeiros et al., 2020)	El análisis comparativo y econométrico de la competitividad en las empresas de desarrollo.	Factores determinantes de la competitividad.	1.1. Infraestructura, macroeconómico, legal, configuración de la industria, regímenes de incentivo y métodos de organización.
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. (Ponce,Janina M, 2020)	Modelo de gestión empresarial de productos artesanales, en pequeñas y medianas empresas que proponen estudiar la competitividad Pyme, a través de la inteligencia.	1. Estudio entorno internacional 2. Inteligencia de mercado 3. Logística 4. Análisis de mercado 5. Análisis financiero	1.1. Seleccionar, priorizar estudios en mercados potenciales. 2.1. Requisitos legales, barreros de importación país meta, licencias exigidas. 3.1. Caracterización consumo mercado meta. 4.1. Promoción pertinente según tendencias de país meta. 5.1. Cálculos utilidades, Flujo de caja
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo(Perú). (Benites Gutierrez et al., 2020)	El nivel de competitividad para alcanzar el desarrollo de la empresa en la situación económico.	1. Factores Capital Humano 2. Factores finanzas 3. Factores Calidad y Organización 4. Factores de tecnología de	1.1. Ha existido Capacitación en los últimos años. 2.1. Finalidad solicita un financiamiento. 3.1. Existe Departamento de Recursos

		información	Humanos. 4.1. Posee correo electrónico o corporativo.
Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México. (Mares, Oscar, 2021)	El modelo para gestionar proyecto de tecnológica digital al sector social y productivo en las fases de la empresa constitución empresarial el proceso de la solución y entregar los servicios de calidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fase I Referente a la constitución del equipo de trabajo. 2. Fase II Referente a los procesos de construcción. 3. Fase III Referente a los casos de uso. 4. Fase IV Referente a los casos de uso 5. Fase V Referente a los casos de uso 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Se listan y describen las áreas del conocimiento a tratar. 2.1. Se realizan reuniones de miembros del sector social y productivo seleccionado a manera de gremios. 3.1. La solución se plantea en un documento estandarizado conocido como caso de uso. 4.1. Se transparenta el proceso de atención y de la implementación de las soluciones.
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. (Álvarez Barragán & Morales Sierra, 2021)	El mercado de aspecto más relevantes en el productivo de la competitividad a través de codificaciones e indicadores que parten su análisis desde la innovación.	Dimensiones codificadas del instrumento.	1.1. Cultura de innovación, competitividad, innovación en los productos y procesos.

Nota: Adaptado de la base de datos sistematizada expuesta en capacitación sobre las metodologías para la competitividad de 30 autores (2022).

Tabla 8

Metodología de empresas

Metodologías & Autores	Descripción General	Ámbitos	Indicadores
El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. (Bañuls & Rodríguez, 2007)	El análisis la competitividad desde la apertura del turismo, su desarrollo social, y entorno al que se desarrolla para brindar la actividad turística.	Motor de competitividad turística	1.1. Índice de participación turística, instalaciones sanitarias, emisiones de CO2 y tasas en comercio internacional.
Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria. (Estarelles & Sagula, 2007)	La competitividad ha estado en el centro de los debates de políticas económicas.	1. Capacidad administrativa 2. Capacidad de operación	1.1. Planificación de Compra de Materia Prima. 2.1. Rapidez para detectar nuevas tendencias en el mercado.
Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. (González & Mendieta, 2009)	La competitividad destino turístico, los servicios, calidad, ubicación, seguridad, los servicios y atractivos que existen, la publicidad.	1. Determinantes restrictivos. 2. Dirección del destino 3. Factores de atracción 4. Factores de soporte y recursos	1.1. Localización y seguridad. 2.1. Rentabilidad, marketing e información. 3.1. Acontecimientos superestructura. 4.1. Infraestructura, accesibilidad y recursos facilitadores.
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) (Her & Herna, 2015)	El desarrollo un esquema analítico para ampliar la conexión del entorno local-global en la visión gerencial, de manera que las metas de internacionalización.	1. Meta (nivel micro) 2. Social (nivel macro) 3. Nivel (nivel meso)	1.1. Educación superior, Eficiencia mercado laboral. 2.1. Instituciones, Infraestructura, Salud y educación. 3.1. Sofisticación en negocios, Innovación, I&D.
Innovación y Competitividad Empresarial. (Bernasconi & Icart, 2015)	El modelo de innovación al desarrollo económico ante el creciente competitiva, en el aspecto de atracción que promueva la visita de los turistas.	1. Por su naturaleza 2. Por su aportación o grado de novedad	1.1. Innovaciones de producto. 2.1. Apertura de un nuevo mercado
Factores e indicadores de competitividad hotelera. (Millán-García, 2018)	La competitividad se ha convertido en el nuevo paradigma que persiguen las empresas, incluidas las turísticas.	1. Características y vocación turística 2. Gestión de rutinas y procesos 3. Gestión de mejora continua 4. Gestión de capital humano 5. Gestión de mercado cliente 6. Evaluación de beneficios	1.1. Evalúa la definición de la filosofía de la empresa por parte del propietario y la comunicación. 2.1. Enfatiza la estandarización de los procesos como base de la calidad. 3.1. Capacidad de la empresa en aprender y mejorar.

			4.1. Gestiona la motivación de su personal a través de políticas retributivas. 5.1. Se refiere a su atención, servicio y al conocimiento del entorno. 6.1. Se trata de conocer la rentabilidad de la empresa.
Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. (Mejía et al., 2019)	En evaluar las micro empresa en la aplicación del instrumento de la competitividad.	1. Procesos de dirección 2. Procesos operativos 3. Procesos de apoyo	1.1. Plan estratégico en conjunto. 2.1. Planificación del servicio. 3.1. Desarrollo del talento humano.
Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. (Reyes & Fernández, 2020)	Dimensiones de negocios cada vez más cortos a nivel internacional y la actualización del modelo económico.	1. Competitividad empresarial	1.1. Cliente, proveedores, satisfacción del cliente, nivel de inconformidad.
Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos. (Clavijo, 2020)	Valoran sobre los factores de capacidad, y eficiencia, esta metodología se aplicó en Xalapa, México.	Factores de la competitividad empresarial	1.1. Capacidad directiva, relación entre calidad y precio, recursos tecnológicos y recursos financieros.
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. (García Monsalve et al., 2021)	Estudian la competitividad desde el nivel de predominación e innovación Mypes.	Nivel de predominancia de la innovación organizacional en las mypes del sector comercial del distrito de Moyobamba.	1.1. Infraestructura, capital humano, conocimiento y tecnología, creatividad, gestión empresarial, productividad desempeño financiero, factores de éxito, desempeño de la producción y grado de innovación.

Nota: Adaptado de la base de datos sistematizada expuesta en capacitación sobre las metodologías para la competitividad de 30 autores (2022).

7.7.6. Metodología de competitividad BID

La metodología BID fue creada por el Banco Interamericano de Desarrollo, con el objetivo de ser utilizada en la competitividad, tecnología e innovación.

Según los autores (Saavedra-García et al., 2020) la metodología BID es considerada una herramienta de diagnóstico fundamental para conocer la situación de los establecimientos de identificar los problemas de cada área, Por lo tanto, la metodología BID tiene la finalidad en contribuir al desarrollo social, económico de cada empresa, además de generar cierto puntos de vista para realizar un diagnóstico real.

Por lo tanto, la calificación en la metodología BID va en una escala de cero a cinco para poder analizar en qué nivel se encuentra el establecimiento, para ello será necesario marcar la calificación en cada pregunta.

Por lo tanto, los resultados requeridos de los establecimientos sean verídicos es necesario comprobar el cumplimiento de las áreas y sub áreas, con su respectiva documentación. En este proceso mediante la encuesta que se encuentra dirigida en 8 áreas y 29 sub áreas calificación cada enunciado de la pregunta.

- 0 - no existe
- 1 - existe; sin presentar las evidencias
- 2 - proceso de documentación
- 3 - documentado
- 4 - documentado y difundido
- 5 - documentado, difundido y actualizado

Una vez realizadas las encuestas a las empresas se ejecuta una evaluación del nivel de competitividad global por áreas, ponderando sobre el 100% la nota inicial de acuerdo a los resultados obtenidos.

Tabla 9*Resultado mapa de competitividad*

ÁREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACIÓN	NOTA PONDERADA
Planeación Estratégica		10	100%	0
Aseguramiento De Calidad		7	100%	0
Cadena De Valor		26	100%	0
Merchandising		16	100%	0
Contabilidad Y Finanzas		11	100%	0
Talento Humano		14	100%	0
Gestión Ambiental		9	100%	0
Sistemas De Inversión		10	100%	0
			TOTAL	0

Nota: Información tomada del proyecto de investigación por (Saavedra García M. L., 2012)

- De 0-20%: Muy baja competitividad
- De 21%-40%: Baja competitividad
- De 41%-60%: Mediana competitividad
- De 61% a 80%: Alta competitividad
- De 81% a 100%: Muy alta competitividad

Por lo tanto, al momento de sistematizar los datos de los establecimientos, se obtiene el porcentaje de las empresas para saber si tienen o no competitividad. es importante para elaborar un diagnóstico de las empresas que sea de ayuda para conocer las fortaleza y debilidades de cada empresa.

7.7.8. Software SPSS

En lo referente a los análisis de datos, el programa SPSS cuenta con opciones de menú que permite analizar los tratamientos de datos de acuerdo con los requerimientos que los investigadores y /o estudiantes necesitan al momento de elaborar sus trabajos estadísticos, usando las opciones para manipular datos dentro del menú (Datos y Transformar), y analizarlos (Analizar y Gráficos). Dentro de los resultados de estas

actividades se pueden generar tablas, gráficos y anotaciones textuales, las mismas que tendrán su aparición en el Visor de Resultados. Dentro de lo que respecta a análisis de datos se puede mostrar las técnicas a continuación.(Pacheco & Argüello, 2020)

De esta manera, el programa de software SPSS para obtener datos estadísticos de forma sencilla y puede ser utilizado por varios tipos de investigación, siendo un programa con alta veracidad.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS E HIPÓTESIS

¿Cuál es el índice de la sostenibilidad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua?

El índice de sostenibilidad que tiene las empresas turísticas de ocio y recreación se encuentra una categoría que no existe sostenibilidad en 1 empresa y 3 empresas están en medianamente sostenibilidad, se significa que las empresas tienen problemas en las dimensiones social, económico y ambiental, porque desconoce cómo pueden utilizar la sostenibilidad a favor en sus negocios.

¿Cuál es el índice de la competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua?

El índice de competitividad que tiene las empresas turísticas de ocio y recreación, se basa en los resultados obtenidos con los resultados de la encuesta teniendo un valor de un rango de 35% a 39% tiene una baja competitividad porque no cumple lo requerido o no les interesa implementar nuevas herramientas para el mercado turístico.

¿Qué estrategias se deben proponer para mejorar de la sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua?

Las estrategias que se proponen en la matriz de FODA son las estrategias se

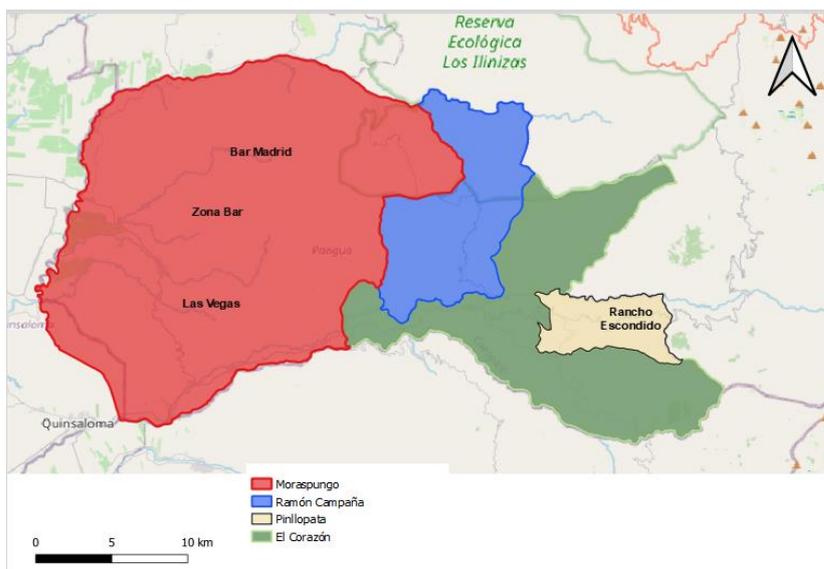
derivan en las dimensiones de social, ambiental y económico en los factores interno y externo con el resultado se obtendrá un mejoramiento en las áreas de las empresas turísticas. Con el propósito de mejorar la calidad de servicios y un desarrollo turístico en las empresas de ocio y recreación del cantón Pangua.

9. METODOLOGÍA

9.1. Descripción del área de estudio

Figura 1

Mapa del área de estudio



Nota: El grafico representa el mapa del cantón Pangua de las Empresas Turísticas de ocio y recreación.

El cantón Pangua está ubicado al sur occidente de la provincia de Cotopaxi. Se extiende desde los $0^{\circ}59'$ de latitud sur, $1^{\circ}13'$ en la parte septentrional y desde los $78^{\circ}67'$ de longitud occidental hasta los $79^{\circ}29'W$ en la zona oriental, fue declarada como cantón mediante decreto supremo del 31 de mayo del 1938, publicado el 02 de junio 1938 mediante Registro Oficial N°179; Pangua limita por el norte con los cantones: Cantones La Mana y Pujili; y, por el oeste el cantón Quinsaloma de la provincia de Los

Ríos. El Cantón Pangua es uno de los más pequeños de siete que conforman la provincia de Cotopaxi, y fue establecido como cantón en el registro oficial #179 el día jueves 2 de junio de 1938, en la actualidad posee 723 kilómetros en su extensión territorial. Está dividido en 4 parroquias, parroquia Urbana El corazón que es la cabecera cantonal, y las parroquias rurales Moraspungo, Ramón Campaña y Pinllopata. (PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DEL GAD MUNICIPAL DE PANGUA, 2021)

Por lo tanto, el área de estudio del proyecto de investigación se enfoca en la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación. La población de estudio se compone de 12 empresas, de las cuales se seleccionaron 4 establecimientos. El proyecto busca analizar y comparar el desempeño sostenible y competitivo de las empresas a través de una encuesta aplicada a cada una de ellas.

9.2. Protocolo de la investigación

El presente proyecto de investigación es transversal, dado que ambas variables de la investigación se midieron una sola vez, obteniendo un alcance relacional de la correlación entre las variables de sostenibilidad y competitividad. De esta forma el trabajo de investigación se realizó con enfoque cuantitativo que en aplicar la técnica de la encuesta con el fin de recolectar los datos y analizar cada empresa turística, también se utilizó el método deductivo que permitió inferir y concluir en los indicadores de sostenibilidad y competitividad para determinar si existe o no existe correlación entre las dos variables.

9.2. Población de estudio

La presente investigación estuvo por una población de estudio de 12 empresas turísticas de ocio y recreación, que fueron obtenidas de la base de datos del PDOT cantón Pangua.

Tabla 10*Empresas de ocio y recreación*

UBICACIÓN	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
Pangua	Caña Brava (El Corazón / Solo en épocas festivas)
Pangua	Athila Bar (El Corazón / Solo en épocas festivas)
Pangua	Cumbres bar (El Corazón / Solo en épocas festivas)
Pangua	La Molienda (El Corazón / Solo en épocas festivas)
Pangua	Escape bar (El Corazón / Solo en épocas festivas)
Pangua	Villa bar Misok (Moraspungo)
Pangua	Bar Madrid (Moraspungo)
Pangua	Zona bar (Moraspungo)
Pangua	Disco bar Las Vegas (Moraspungo)
Pangua	Complejos turísticos Maravillas de Calope (Moraspungo)
Pangua	Complejos turísticos Rancho Escondido (Pinllopata)
Pangua	Cascada del Zapanal (Moraspungo)

Nota: Información tomada del PDOT (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN PANGUA, 2020)

Para obtener una muestra se tomó en cuenta dos características representativas: la primera fue calcular el tamaño muestral y la segunda seleccionar los datos de forma aleatoria para lograr un estudio correcto.

Para continuar con la investigación se calculó el tamaño de la muestra utilizando la población de estudio, ya que el número de los establecimientos al ser mayor a 30 es una muestra grande y cuando es menor de 30 es una mínima.

El presente proyecto de investigación por ser una población pequeña de estudio, de 12 establecimiento inventariados dentro del PDOT del cantón Pangua, al ser una población de estudio que no supera los parámetros de la investigación, no existe la necesidad de calcular una técnica de muestreo para obtener la muestra de estudio, ya que se determinó. De los 12 establecimientos se contó con la ayuda de 4 empresas turísticas de ocio y recreación, 5 establecimientos solo funcionan en épocas festiva, 1 establecimiento se cerró por la pandemia covid, 2 empresas no deseaban ser encuestados por varias circunstancia y motivos personales.

Tabla 11*Empresas seleccionadas*

1.-Bar Madrid	3.-Disco Bar las Vegas
2.-Disco Zona Bar	4.-Complejos turísticos Rancho Escondido

9.3 Instrumentos de recolección de datos**9.3.1 Cuestionario**

El cuestionario se utilizó como instrumento primordial en la investigación para evaluar y medir la sostenibilidad y la competitividad en cada empresa de ocio y recreación en el cantón Pangua. Por lo tanto, este instrumento fue elaborado con base en los dos métodos descritos a continuación.

A través del análisis las dos variables las 30 metodologías de sostenibilidad y 30 metodologías de competitividad esta divididas por países y por empresas. Como conclusión para medir la variable de sostenibilidad InnovaRSE que cumple lo necesario para evaluar la variable de competitividad se usó la metodología BID, porque cumple lo necesario para la investigación.

El instrumento para evaluar la sostenibilidad se basó en la metodología Innova RSE que tiene 30 enunciado, 10 por la dimensión social, 10 por la dimensión ambiental y 10 por la dimensión económica, siendo calificadas por áreas de mejora, proceso de mejora y buenas prácticas en una escala de 1 al 10.

De esta manera, se elaboró una tabla con las 3 dimensiones de la sostenibilidad para realizar la valoración de cada empresa y sus medias en una escala del 1 al 10, después se procedió a realizar un diagnóstico por categorización, siendo la categoría de áreas de mejora con una valoración inferior a 3.

El instrumento para evaluar la competitividad se basó en la metodología BID tiene 103 preguntas se dividen en 8 áreas que son: planeación estratégica, producción y compras, aseguramiento de calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información.

Dentro de las 8 áreas consistieron 29 sub áreas se divididas en: procesos, implementación, planificación, capacidad, mantenimiento, investigación, aprovisionamiento, manejo de inventario, ubicación de infraestructura, aspectos generales, sistemas, mercado nacional y ventas, servicios, distribución, monitoreo de costo, administración, financiera, norma legal, aspectos generales, capacidad, cultural organizacional, salud y seguridad industrial, políticas, estrategias para proteger el medio ambiente, concientización, administración del desperdicio, planeación, entradas, proceso y salidas.

Por los tanto, las áreas y la sub áreas fueron evaluadas en una escala de 0 a 5, donde 0 significa que no existe, 1 existe; sin presentar las evidencias, 2 en proceso de documentos, 3 documentos, 4 documento y difundido y 5 documento difundido, después se analizó los datos recolectados de la competitividad.

9.4. Investigación Bibliográfica

Para dar inicio a la investigación se utilizó la investigación bibliográfica que fue primordial para el análisis de sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua, ya que, por medio de las referencias, artículos científicos, libros, tesis y páginas oficiales se sustentó la investigación de una manera adecuada.

De esta manera, para marco teórico se usó varias fuentes bibliográficas en el ámbito legal, social, turístico, ambiental y económico con el propósito de obtener una investigación sólida, de igual manera 60 metodología que se dividieron en 30 de

sostenibilidad y 30 de competitividad se recolecto la información de páginas oficiales. Por lo tanto, con todas estas referencias se cumplió con los objetivos de la investigación.

9.5. Investigación de campo

Para cumplir la actividad de recolectar los datos reales que fueron importante para cumplir los objetivos planteados con la finalidad de estudiar el campo de información para aplicar el análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas de ocio y recreación del cantón Pangua.

9.6. Mapeo de empresas

Para continuar con el desarrollo del primer objetivo se elaboró un mapeo de todos los establecimientos de ocio y recreación, que se obtuvo la población de estudio se utilizando la aplicación de Google Maps, en primer lugar, se ubicó los puntos del recorrido para después observar la distancia en transporte, el tiempo, las condiciones de las vías al recorrido trazado.

9.7. Cronograma de salida de campo

Para conseguir los datos a través de las salidas de campo se elaboró un cronograma con las fechas de visita a los distintos establecimientos de ocio y recreación del cantón Pangua, se encuentran detalladas en la siguiente tabla. La fecha establecida del recorrido fue.

Tabla 12*Cronograma*

	FECHA	UBICACIÓN	ESTABLECIMIENTO	DUEÑO O GERENTE	OBSERVACIONES
1	13/12/2022	Pangua	Bar Madrid	José Llomitoa	Aprueba la entrevista
2	13/12/2022	Pangua	Las vegas	Thomas Portilla	Aprueba la entrevista
3	03/05/2023	Pangua	Zona Bar Discoteca	Danny Andachi	Aprueba la entrevista
4	04/05/2023	Pangua	Rancho Escondido	Víctor	Aprueba la entrevista

9.8. Aplicación de la encuesta

Por ello, la técnica que se utilizó de la encuesta que aplicó los cuestionarios basados en la metodología InnovaRSE que consta de 30 preguntas con enunciado 10 por cada eje: social, ambiental, económico. De igual manera se usó la metodología BID que consta de 103 preguntas se divide en área y sub áreas para las empresas turísticas de ocio y recreación que forma parte de la muestra de población.

Por esta razón, se realizó el cronograma se procedió a realizar las encuestas a las empresas turísticas. Además de que colaboraron al momento de tomarse las fotografías, pero no todas mostraban evidencias, solo decía que tenían lo que les pedía en la encuesta con respuestas cortas.

El estudio presentado tanto un aspecto positivo como negativo. Por un lado, las empresas mostraron un interés en aprender más sobre la sostenibilidad y cómo implementar en sus negocios la estrategia propuesta. Por el contrario, la mayoría de las empresas no mostraron interés a la sostenibilidad y competitividad, una vez realizadas las encuestas se procedió a sistematizar los datos recolectados.

9.9. Sistematización de datos recolectados

Por lo tanto, una vez recopiladas las 4 encuestas de sostenibilidad y las 4 de

competitividad validas, se ingresó los datos al programa de Excel, se realizó una matriz por cada variable, la sostenibilidad fue dividida en tres ejes sociales, económicos, ambientales y la variable de competitividad fue dividida en 8 áreas y sub áreas.

De esta manera, se realizó la sumatoria de las 30 preguntas de sostenibilidad por cada empresa luego se ingresos los datos a la matriz de individual para obtener el resultado final. De igual forma, para la variable la competitividad se hizo la sumatoria de las 103 preguntas por cada empresa así ver el porcentaje ingresadas de las empresas se procedió a tabular los resultados finales del análisis de las dos variables.

9.10. Variable de sostenibilidad

Para obtener los datos finales de la sostenibilidad se elaboraron tablas por cada empresa, que se derivadas dela metodología que se encuentran divididas en tres dimensiones de la sostenibilidad que son el eje social, económico y ambiental, siendo calificadas con la media que es obtenida de la matriz general de resultados, una vez obtenida la calificación se suma y se divide para el número de dimensiones.

9.11. Variable de competitividad

A través de los datos obtenidos de la variable de la competitividad se elaboraron tablas por cada empresa, que se dividió en áreas, notas iniciales dándonos el resultado que fue sumado y dividido por las áreas de esta manera se obtuvo los datos finales con el porcentaje de competitividad de cada empresa.

9.12. Análisis del FODA

El análisis FODA es una evaluación de factores que se encuentras dividido en fortaleza, debilidades, oportunidades y amenazas en la cuales se deben priorizar mediante el análisis de FODA es una herramienta para planificara estratégicas de mejoras a las empresas turísticas de ocio y recreación.

- **Fortaleza:** Factores interno que desarrollan correcta que tiene un valor a las empresas.
- **Debilidades:** Son las causas o deficiencias en las empresas ante sus competidores.
- **Oportunidades:** Factores externo es de buen impacto en las empresas.
- **Amenazas:** Son los riesgos que tiene las empresas por falta de información necesaria.

El proyecto de investigación se utilizó la matriz FODA para crear estrategias de mejora en base a los resultados obtenidos de las dos variables de estudio, para continuar con la investigación se realizó el análisis que nos sirvió para evaluar el desempeño que tienen los establecimientos de ocio y recreación.

De esta manera, fue elaborar una matriz de valoración interna dividida en 6 planeación estratégica, producción y compra, comercialización, talento humano, gestión ambiental y sistema de tecnológico, fueron clasificados por fortaleza, debilidades midiendo su impacto.

Para continuar con el análisis FODA fue realizar una matriz de evolución externa, se enlisto en los factores político, económico, social, tecnológico, ecológico ambiental y competitivo, que consistió en analizar las oportunidades, manazas midiendo su impacto.

Tabla 13

Matriz MEFI factores

FACTORES
 Planeación estratégico
 Producción y compra
 Comercialización
 Talento humano
 Gestión ambiental

Nota: Adaptado de: Jorge Cañar. Fecha: 28 diciembre del 2022.

Tabla 14*Matriz MEFE de factores*

FACTOR	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
Político			
Económico			
Social			
Tecnológico			
Ecológico			
Competitivo			

Nota: Adaptado de: Jorge Cañar. Fecha: 28 diciembre del 2022.

9.12.1. Matriz de evaluación de factor interno y externo MEFI y MEFE

Una vez divididas las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se procedieron a realizar las matrices de valoración MEFI y MEFE.

Primero para hacer la Matriz MEFI se enlistó todos los factores que intervienen en el interior de las empresas, aquí se evaluó el peso de las fortalezas sobre el 60% y de las debilidades sobre el 40%, dándonos como resultado de la sumatoria 1 entre las dos. Por lo tanto, se valoró las fortalezas del 1 al 4 y las debilidades del 1 al 2, para posteriormente multiplicar el peso por el valor de cada factor, con el objetivo de sumar las calificaciones ponderadas y obtener el resultado final para comparar el peso y observar cuál influye más en los establecimientos.

Para realizar la matriz MEFE, fue necesario analizar los factores externos de las empresas, por ello, para continuar con la evaluación primero se enlistó las oportunidades y las amenazas, después se calificó el peso de las oportunidades sobre el 50% y de las amenazas sobre el 50%, dando como resultado de la sumatoria el valor de 1. Por lo tanto, las oportunidades y las amenazas fueron calificadas del 1 al 4, siendo 4 la puntuación superior y 1 la inferior, una vez obtenidos los resultados se optó por multiplicar el peso por el valor, para finalmente sumar todos los factores ponderados y conseguir el resultado final.

Después de completar las matrices previamente mencionadas, se creó un FODA

cruzado, que es una herramienta esencial para los administradores. Este proceso permitió la formulación de estrategias basadas en el FODA principal al dividir la interacción entre factores internos y externos. De esta forma, se establecieron estrategias de mejora y se identificaron los puntos críticos de las empresas de alimentos y bebidas con el objetivo de permitir que utilicen la sostenibilidad y la competitividad para tener éxito en el mercado turístico.

Tabla 15

FODA cruzado

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

Nota: información tomada de (Talancón, 2007)

De esta forma, se realizó la matriz de evaluación de estrategias que consistió en recopilar todas las estrategias diseñadas en la matriz FODA cruzada, donde se midió cada estrategia entre alto, medio y bajo, para después escoger 4 estrategias por fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, con el objetivo de abordar los desafíos internos y externos en base a los resultados obtenidos de las evaluaciones de sostenibilidad y competitividad, teniendo en cuenta las características de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua.

Tras completar el proceso mencionado anteriormente, se identificaron 16 estrategias organizadas en los tres aspectos: social, económico y ambiental, con el objetivo de que los dueños de las empresas puedan seleccionarlas y utilizarlas para su

beneficio. Además, se incluyeron estrategias para mejorar la calidad de sus servicios y productos, con el fin de aumentar su competitividad en el mercado turístico.

9.12.2. Estrategias de mejora

La estrategia se desarrollará para las empresas turísticas en mejorar la administración tanto en la atención al cliente, además los beneficiarios indirectos se involucren en las actividades turísticas así tener un alcance social, ambiental y económico.

9.13. Prueba estadística de correlación

SPSS permite efectuar tanto análisis estadísticos básicos como avanzados. En la mayor parte de las ocasiones, las organizaciones necesitan reportes descriptivos del proyecto. (Castañeda et al., 2010)

Por lo tanto, se aplicó la prueba estadística de correlación no paramétrica de Spearman con las variables de sostenibilidad y competitividad, utilizando el software SPSS que permitió medir el nivel de dependencia mediante el coeficiente de correlación de Spearman, es una medida no paramétrica, debido a que mide la fuerza y la dirección que tienen las dos variables, además para que la correlación sea significativa no debe sobrepasar el valor de significancia de 0.05

10. ANÁLISIS DE DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para determinar la variable de sostenibilidad los resultados se presentarán por las tres dimensiones sociales, económicas y ambientales, mientras que, en la variable de competitividad, se interpretarán por las áreas de planeación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de la información. Además, se detalla el análisis FODA realizado mediante la matriz MEFE y MEFI, con el fin de obtener estrategias de

mejora a través del FODA Cruzado, y se menciona la aplicación de la prueba de correlación estadística con el software SPSS.

10.1 Variable de Sostenibilidad

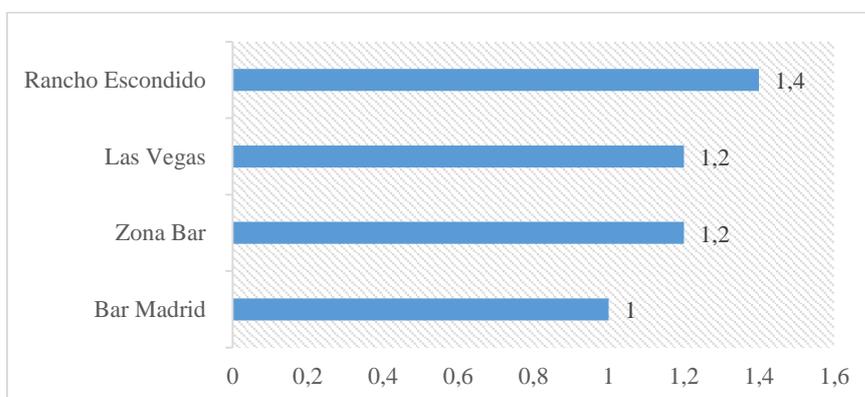
En la siguiente se presentan tres gráficos estadísticos que incluyen las dimensiones social, económica y ambiental, con los resultados que se reflejan a través de la metodología InnovaRSE.

Por lo tanto, este análisis ha brindado una evaluación detallada de la sostenibilidad que tiene cada empresa y ha identificado si se encuentran en las diferentes categorías: áreas de mejora en 3 a inferior, procesos de mejora de 4 a 6 y buenas prácticas sostenibles de 7 a 10, en una escala del 1 al 10.

La sistematización los datos se obtuvo como resultado de las empresas turísticas de ocio y recreación, que no tienen una comprensión de la sostenibilidad en los establecimientos que presenta una deficiencias en las tres dimensiones económico, ambiental y social, pero aun así se esfuerzan por efectuar herramientas positivas para reducir el impacto ambiental que generan, con el eje económico que deben cumplir con las obligaciones legales y con el social se trata de brindar apoyo social en las empresas.

Figura 2

Dimensión social

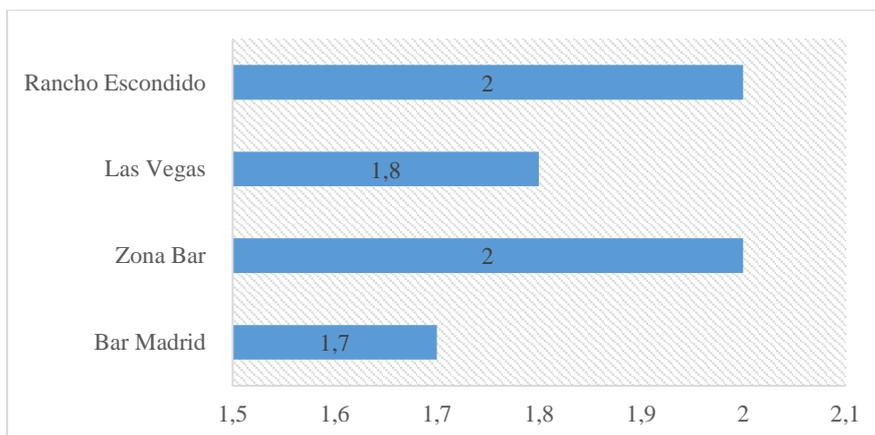


Acorde a los resultado previos se puede observar que en la dimensión social las

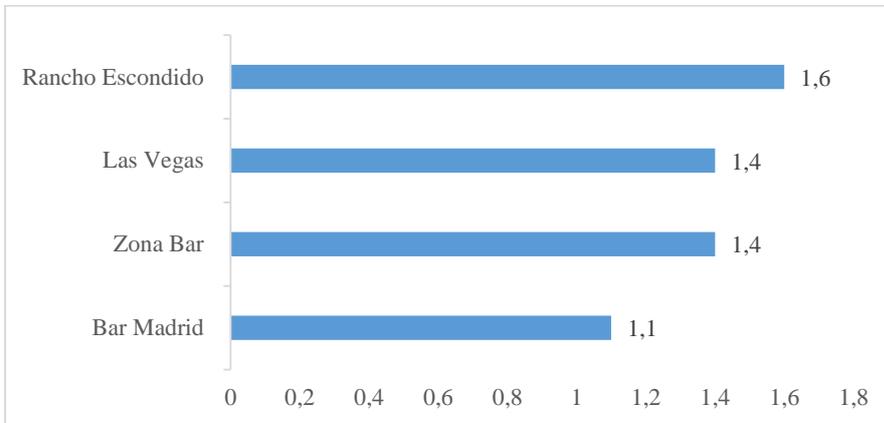
empresas existe un rango que no existen sostenibilidad posicionando en la categoría de proceso de control demostrado de que no cuentan con políticas laborales, en muchos establecimientos trabajan por temporadas que no genera una relación entre empleador y empleados, ni políticas salariales además de que no cuentan con un seguro como empresa ni las personas son aseguradas y por la falta de en algunos factores mencionados con el Rancho Escondido 1,4 , Las Vegas 1,2 y Zona Bar 1,2 y las empresa restante cuenta con un valor de 1, que se encuentra en áreas de mejora.

Figura 3

Dimensión económica



Acorde a los resultados previos se puede observar en el gráfico de la dimensión económica, la empresa turística Rancho Escondido y Zona Bar tiene el valor menor de 2 que encontrándose en un valor áreas de mejora porque no cumple con las obligaciones permisos, planificación de inversiones, utiliza practicas socialmente responsable mientras que las empresas disco las Vegas y Bar Madrid que tiene un valor 1,8, a 1,7 debido que son más negocios familiares por no cumplir con varios parámetros en los permiso que están en proceso de mejora que debe implementar ciertos factores como practicas socialmente para mejorar sus productos con el fin de crecer el mercado para atraer turistas nacionales y extranjeros.

Figura 4*Dimensión ambiental*

En la dimensión ambiental como se puede observar en el gráfico a las 4 empresas con el Rancho Escondido, las Vegas, Zona Bar y Bar Madrid tiene un valor menor 1,6 a 1,1 que se encuentran áreas de mejora a pesar de tener interés no cumple o desconocen cómo pueden implementar indicadores de sostenibilidad en los negocios como el correcto manejo de los residuos que puede ocasionar un impacto al ambiente. Tal forma, que ningunas empresas presento las políticas ambientales, carecen de herramientas de mitigación para determinar sobre la sostenibilidad en el proceso del control ambiental.

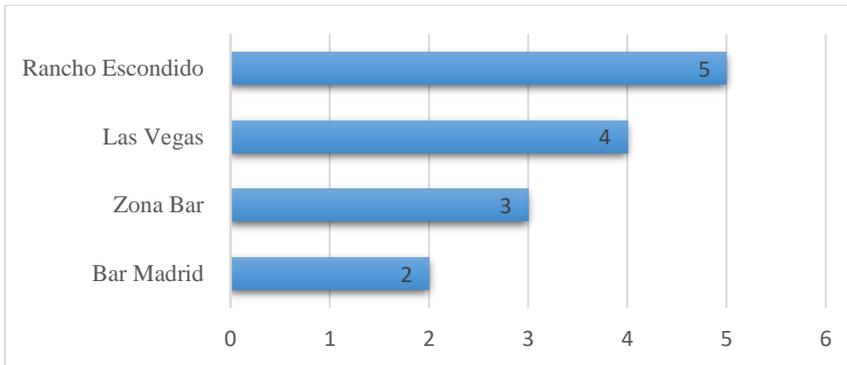
10.2 Variable de competitividad

Se presenta ocho gráficos estadísticos que las áreas y sus respectivas subáreas con sus datos finales. Las figuras se muestran los resultados por cada empresa, identificando los problemas específicos de cada subáreas. Al sumar los totales de cada empresa en relación a las 29 subáreas divididas en sus 8 áreas correspondientes, se obtuvo el porcentaje y se situó en los rangos de 0% a 20% y 21% a 40%, los cuales se clasifican como baja competitividad debido a la falta de evidencia presentada. Además, se destacan los problemas internos que enfrenta la empresa al implementar estrategias ambientales, financieras y otros planes, los cuales pueden afectar la correlación con la

sostenibilidad.

Figura 5

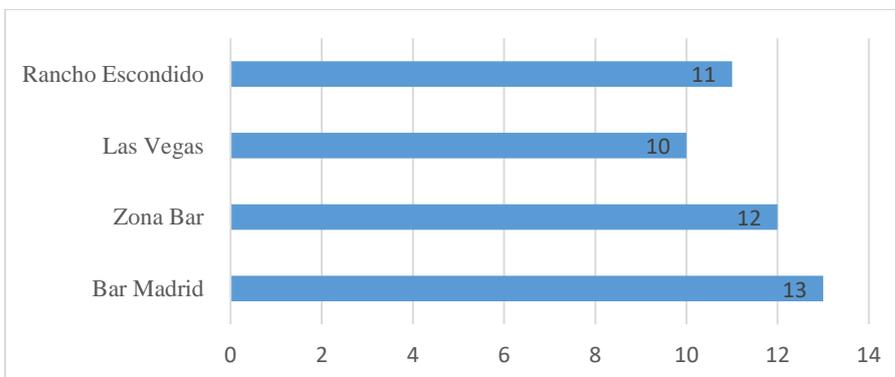
Planeamiento Estratégico



Las empresas turísticas que se puede observar el grafico no han realizado un planeamiento estratégico no se realizado un análisis de factores interno que perjudicando el desempeño de los establecimientos. De esta manera, las empresas tienen un menor cumplimiento en las sub áreas de planeación estratégico que debe incorporarse al mercado y no tener un conocimiento sobre el área. Las empresas tienen una baja competitividad ya que carece de planificación no cuenta con planes de manejo que permita dinamizar actividades productivas de la empresa.

Figura 6

Cadena de Valor

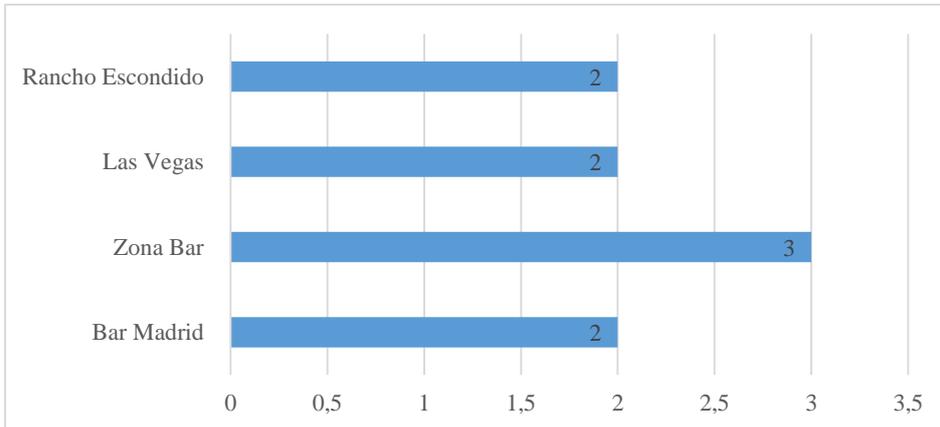


Las empresas turísticas no cumplen con los objetivos en las áreas de cadena de valor como la compra de materia prima, producción del producto y posterior su comercialización, no lleva los registros de inventarios, carecen de planes de

mantenimiento, no disponen insumos, la implementación de tecnología para ofrecer unos servicios diferentes a sus clientes.

Figura 7

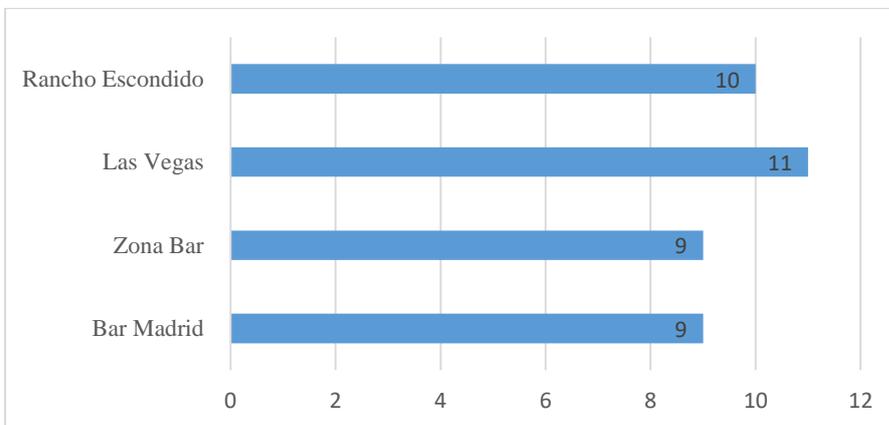
Aseguramiento de Calidad



Las empresas turísticas no cumplen con las sub áreas de aseguramiento de calidad por varios motivos como falta de interés, falta de conocimiento o tras la pandemia siendo empresas que se encuentran en una categoría baja competitividad siendo la empresa por la infraestructura no es adecuada, no maneja planes de atención al cliente, no maneja otros idiomas, no conocen la materia prima y que no cuenta con una categoría que les permita distinguir en la posesión en su target.

Figura 8

Merchandising

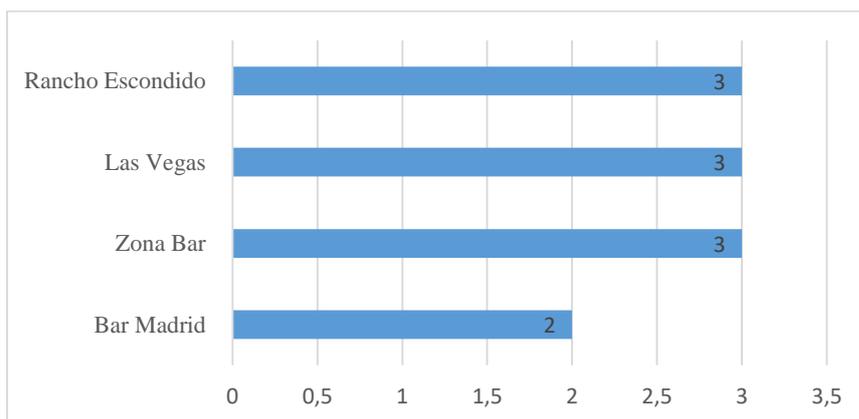


Las empresas tienen un puntaje siendo 11 con un valor por falta de

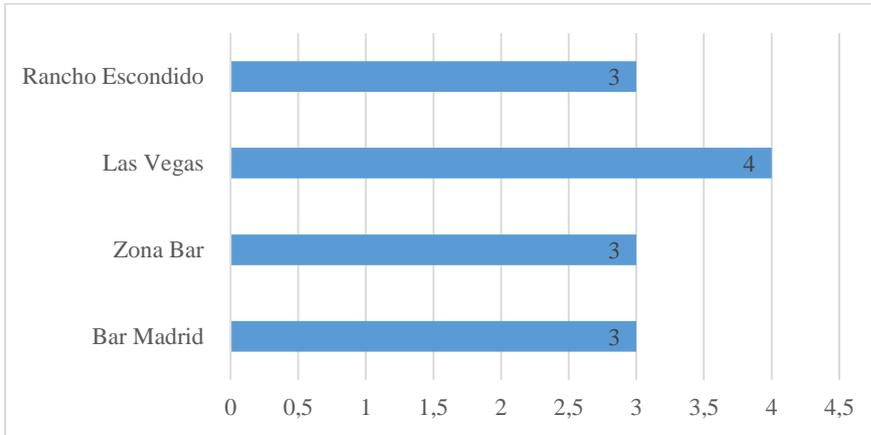
implementación y uso de los factores en las sub área de mercadeo, ventas, servicios y distribución de un rango de baja competitividad por la falta de conocimiento en establecer estrategias, segmentar el mercado, evaluar los mecanismos de promoción en implementar los sistemas de información. La cual tiene una idea de posicionamiento por tener una temática diferente, maneja redes sociales, sin embargo, todos los establecimientos se encuentran en categoría baja competitividad que no presentan un análisis de mercado, además tiene escasos de servicios complementarios, información turística.

Figura 9

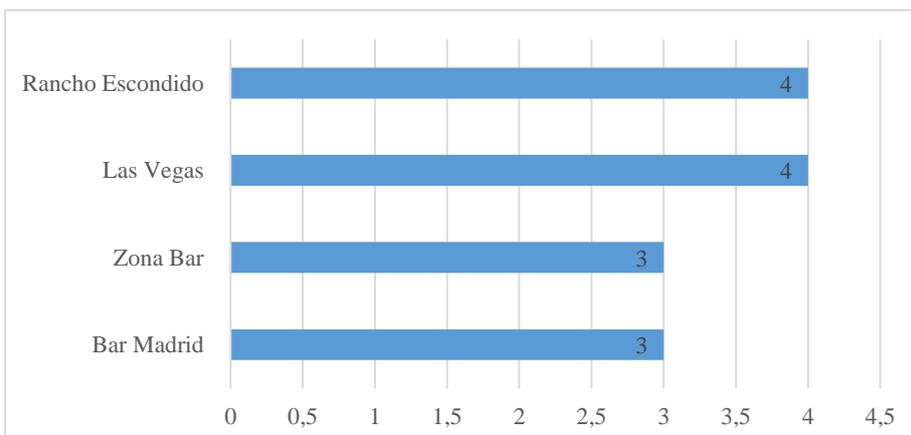
Contabilidad y Finanzas



Las empresas que se pueden observar en el grafica con valor menor que no cumple sub áreas, pero la mayoría prefiere no basarse en la contabilidad para la toma correcta, porque tiene falencias en la administración no tiene un sistema de planeación financiera. Tiene un nivel bajo competitividad debido que no existen registro contable, seguimiento de cambio de mercado, y que no presenta acciones tributarias, que poseen poco conocimiento en el proceso de documento de balances de ventas, ingresos, egresos, mediante la estadística de ventas.

Figura 10*Talento Humano*

Acorde a los resultados previos de talento humano las empresas con un valor bajo 4 a 3 que no efectúan las sub áreas como los aspectos generales que no cuenta buenas prácticas en la atención al cliente, capacitación y cultura organizacional por la falta de conocimiento por los propietarios que se encuentra una categoría baja competitividad debido que los establecimientos son emprendimientos familiares y no tienen interés.

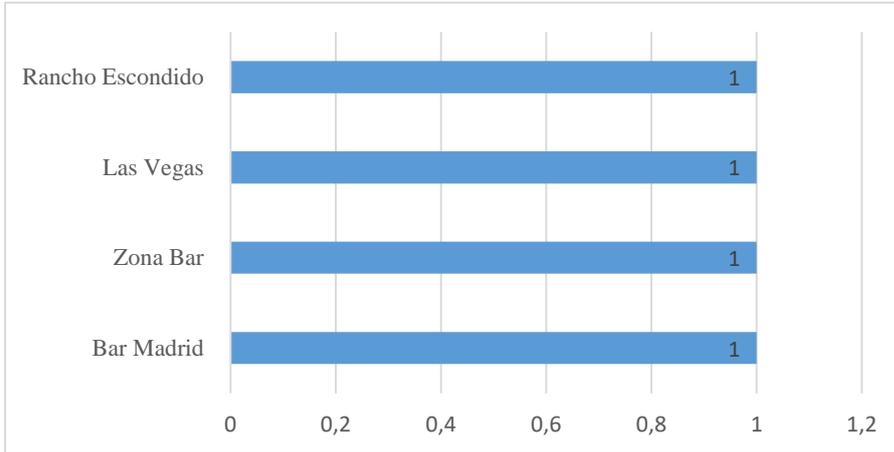
Figura 11*Gestión ambiental*

Las empresas turísticas en gestión ambiental tienen dificultades que no cumple con las sub áreas de concientización, estrategias y administración de desperdicio, no manejan políticas ambientales, no regula el nivel desechos sólidos, no presenta

objetivos y estrategias de mitigación, están en proceso de certificación ambiental, no tiene conocimiento en el cuidado del medio ambiente.

Figura 12

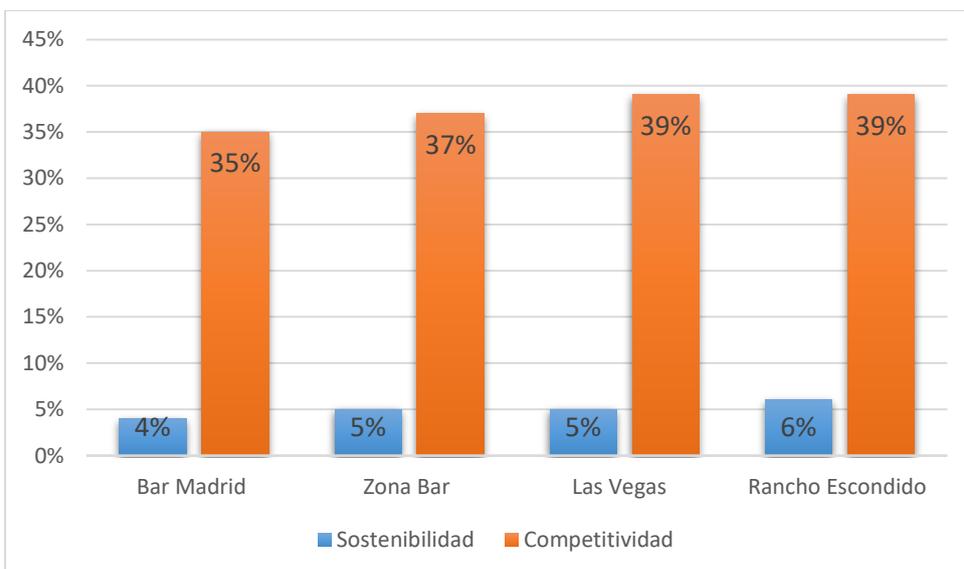
Sistemas de información



Las empresas en el sistema de información no cumplen con las sub áreas de planeación, proceso y salida del personal no están capacitado que no cuentan con sistemas informáticos, no manejan ninguna información, desconocen el uso de las plataformas tecnológicas y para competir en un mercado turístico.

Figura 13

Resultado de las dos variables de estudio



El cuadro comparativo de sostenibilidad y competitividad demuestran el

resultado de las dos variables de estudio en las que se determinan el nivel en el que se encuentra cada empresa para la Sostenibilidad se ha sumado los tres ámbitos que son social, ambiental y económico determinado en una valoración final de 1 a 10 para el cuadro final. Para la variable de competitividad la calificación fue de 0 al 5, una vez sumado las 4 áreas y promediado el rango de calificación fue de 0% al 100%.

- **Bar Madrid**

Las siguientes empresas: Bar Madrid tiene un porcentaje final en sostenibilidad tuvo de 4 por incumplir varios factores, en la dimensión social, ambiental y económico por no presentar indicadores no tener políticas ambientales, no contar con un sistema de gestión y certificado ambiental. Por otra parte, la falta de conocimiento por parte del establecimiento tiene baja sostenibilidad.

La variable de competitividad el rendimiento del establecimiento que se encuentra en la escala de baja competitividad, con un resultado de 35%. Con la mayoría de los indicadores diferentes áreas. La empresa implementa un proceso de estrategias y tener el conocimiento sobre la capacidad de producción. Además, tener programas de mantenimiento y un sistema de calidad que permite identificar los problemas de producción. El conocimiento en el mercado y tener presencia en las redes sociales, ofreciendo nuevos productos y promociones. Sin embargo, el área de talento humano que no existe programa de capacitación. El establecimiento aún requiere en cumplir con varios indicadores y mejorarlos.

- **Zona Bar**

La variable de sostenibilidad de la empresa Zona Bar tiene como resultado 5. La dimensión social, la empresa se rige por una política de seguridad laboral, un plan de prevención de riesgo laboral y fomentar la igualdad de género. En la dimensión económica, la empresa tiene políticas con principios éticos claros y por cumplir con sus

obligaciones. En la dimensión ambiental, el establecimiento está en el proceso de tener política ambiental para una gestión eficiente de residuos en tomar medida de minimizar los impactos ambientales.

En la variable de competitividad el resultado obtenido por el establecimiento fue de 37%, lo que indica una baja competitividad que el establecimiento cumple con varios indicadores permite cambios en sus productos y servicios lo requieren sus clientes y maneja su mercado con el objetivo de tener una rentabilidad.

- **Disco Las Vegas**

En la variable de sostenibilidad la empresa Disco Las Vegas tiene un promedio 5 mediamente sostenibilidad y está en proceso de mejora su desempeño el establecimiento. La dimensión ambiental, la falta de procesos de gestión ambiental para reducir la contaminación. En la dimensión social, no existen convenios con proyectos sociales, no realizan controles de seguridad laboral. Es importante que la sostenibilidad es necesario tener conocimiento y una planificación.

En la variable de competitividad del establecimiento tuvo un resultado de 39% lo que indica esta un rango bajo competitividad. De esta manera la empresa cumple indicadores por tener planeamiento estratégico, el planeamiento de producción, en ventas, capacidad por tener planes de contingencia, mantenimiento por programas de equipos entre otros.

- **Rancho Escondido**

La variable de sostenibilidad la empresa Rancho Escondido ha obtenido una puntuación de 6 en el rango de proceso de mejora, en la sostenibilidad en la dimensioe social, ambiental y económico. La empresa se enfoque en mejorar las experiencias, evaluar sus operaciones y disponer de un modelo de negocios y tener una responsabilidad ambiental. Sin embargo, la empresa necesita mejorar en la

implementación de prácticas sostenibilidad para lograr un conocimiento en el negocio. Es importante crear estrategias que pueden contribuir el éxito a largo plazo.

En la variable de competitividad el resultado obtenido por el establecimiento fue de 39% lo que indica una baja competitividad. La empresa destaca en la planificación estratégica y la implementación de estrategias. Además, que cuente con sistema eficiente para el cuidado del medio ambiente, gestión de información de los clientes y presencias de redes sociales.

10.3 Prueba estadística de correlación

Tabla 16

Prueba estadística Spearman

			Correlaciones	
			Sostenibilidad	Competitividad
RHO DE SPEARMAN	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación	1.000	.816
		Sig. (bilateral)	.	.184
		N	4	4
	Competitividad	Coefficiente de correlación	.816	1.000
		Sig. (bilateral)	.184	.
		N	4	4

El resultado obtenido de la prueba estadística que indica no existe correlación en las variable dos de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de ocio y recreación del cantón Pangua la correlación tiene significativa de 1,84 esto quiere decir que las empresas turísticas no aplican a la variable que pueden fracasar, no podrán sobresalir las empresas en el mercado turístico tanto en la sostenibilidad para que pueden ser competitividad porque la correlación es muy baja de 4. Las consecuencias van a ser la perdida de ingreso económico por la falta de innovación de productos entre otros aspectos.

10.4. FODA

Se realizó un análisis de FODA para identificar los diferentes factores internos

de una organización y los factores externos que están relacionado a su entorno según a sus factores de impactos.

10.4.1. Matriz de evaluación interna

El análisis de factores internos se procedió a determinar las diferentes en fortalezas y debilidades, de las empresas, tomando en cuenta los siguientes factores: planeación estratégica, producción y compra, comercialización, talento humano, gestión ambiental y sistema de tecnológico con la finalidad de analizar el impacto que generan las empresas en la clasificación cada una de ellas en alto, medio, bajo. Para después seleccionar de 6 factores sub factores 6 que serán clasificados en la matriz FODA.

En el aspecto planeación estratégica, se identificaron tanto las debilidades como las fortalezas. Los problemas incluyen la falta de un proceso de implementar estrategias, la ausencia de un análisis de FODA y la falta de mercado turístico en la empresa. Los sub factores fueron diseñados para abordar estos problemas y fortalecer la administración planificada en las empresas de ocio y recreación, que su mayoría necesitan de una buena gestión.

El factor de producción y compra incluyendo la innovación de nuevos productos y la implementación de programas de inventarios. También es importante contar con un sistema de información sobre los clientes, ya que en la actualidad es necesario estar al día con la tecnología en este aspecto.

El factor comercialización se evaluaron las fortalezas y debilidades del sector de ocio y recreación en crear estrategias de comercializar el producto que sea competitivo, en plantear objetivo de costo y oferta y demanda.

El factor talento humano mediante el análisis del instrumento de sostenibilidad y competitividad. En el aspecto relaciona entre los empleadores. Para fortalecer las debilidades se requiere implementar medida, como la creación de un organigrama

escrito, políticas laborales, programa de capacitación.

El aspecto gestión ambiental fue analizado en sugiere la implementación de equipo para el medio ambiente en la certificación ambiental para la contaminación, adaptar las normas dentro de la empresa.

El factor sistema de tecnológico es analizado en las limitaciones en el uso de tecnología, incluyendo la presencia en página web, promoción y publicidad en la actualización tecnología de computación, creación de copia de seguridad para el crecimiento y mejora de la competitividad de las empresas.

Tabla 17*Matriz de evaluación interna*

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Carencia de una planeación estratégica.				X			X		
2	No cuentan con objetivos específicos, misión y visión.				X			X		
3	No cuenta con actividades costos y márgenes de los proveedores.				X			X		
4	No desarrolla estrategias de negocios en que se involucren los miembros de la empresa.				X			X		
5	No realizan estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comparar la empresa con mejores prácticas.					X			X	
6	No cuenta desarrollo de producto, tecnologías sistemas.				X			X		
PRODUCCIÓN Y COMPRAS		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	El proceso de producción para la elaboración de productos de manera empírica.					X		X		
2	Generación plan de producción en la empresa.		X						X	
3	La materia prima la adquiere a personas locales.		X						X	
4	Carencia de planes de contingencias para ampliar la producción.				X			X		
5	Los establecimientos no cuentan con seguros contra incendios y otras calamidades.				X			X		
6	No cuenta con un registros de mantenimientos preventivos y productivos.				X			X		
COMERCIALIZACIÓN		FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO

	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1 Estrategias de comercialización competitivas.		X						X	
2 Estrategias competitivas en las empresas.				X			X		
3 Las empresas no disponen información de sus competidores					X			X	
4 No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.				X			X		
5 Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.				X			X		
6 No maneja negociaciones de los proveedores.					X			X	
TALENTO HUMANO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1 Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas				X			X		
2 Mejorar las habilidades de conocimiento empresa turística.					X			X	
3 Crear una junta directiva que lidera la empresa.				X			X		
4 Falta de implementación para que el personal genere un sentido de pertenecía hacia la empresa				X			X		
5 Carencia de programas de capacitación para el personal de la empresa.					X			X	
GESTIÓN AMBIENTAL	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1 Certificación ambiental para la contaminación empresas.					X			X	
2 Desconocimiento de las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.					X			X	
3 La selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron de manera empírica				X			X		

10.4.2. Matriz de Evaluación Externa

La matriz de evaluación externa (MEFE) es una herramienta que se utiliza para analizar los factores que afecta a una empresa. Se evaluaron 6 factores se analizó los factores: político, económico, social, tecnológico, ambiental, y competitivo, en los que se enlistaron 9 sub factores por cada factor, en total 54 sub factores fueron evaluados en términos de oportunidades y amenazas.

En el factor político se enlistaron sub factores en relación a la realidad actual del país, de forma macro, como micro en el cantón Pangua y localidad. Se evaluaron las relaciones políticas, problemas de inseguridad que afectando a la demanda turística. El factor económico, se analizó la situacional del país incluyendo la economía, gastos, los salarios, el apoyo financiero, a las pequeñas y grandes empresas en la oportunidad o amenazas tendrían los establecimientos. También el aspecto social en relación de la conexión con la demanda turística, las oportunidades laborales.

El factor tecnología puede brindar una gran cantidad de oportunidad, pero también presenta problemas la falta de conectividad por la ubicación de los establecimientos y la falta de adaptación de sistemas tecnológicos. El factor ambiental se analizó las políticas, regulaciones y controles ambientales en áreas protegidas, y recursos naturales, relacionada a las actividades turísticas una oportunidad para su actividad de las empresas de ocio y recreación, además políticas ambientales. Finalmente, el factor competitivo, fue evaluado de acuerdo a su importancia e impacto en las empresas, y fue clasificado en alto, medio o bajo.

Tabla 18*Matriz de factor externo*

FACTOR POLÍTICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Reglamento de la ley de turismo.		X						X	
2	Registro de las empresas para la actividad económica.	X						X		
3	Otorgamiento de permisos de funcionamiento.	X						X		
4	Rendición de cuentas y auditorías.		X						X	
5	Seguros médicos empleado.	X						X		
6	Normas de protección al medio ambiente.		X						X	
7	Registro de recursos turísticos inventariados.	X								
8	Cumplimiento con las ordenanzas municipales del cantón Pangua .		X						X	
9	Contratos laborales.			X						X
FACTOR ECONÓMICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Incentivación económica para emprendimientos.				X			X		
2	Inversiones al sector turístico.	X						X		
3	Generación de empleo.		X						X	
4	Estabilidad de la moneda.		X						X	
5	Altas tasas interés de entidades financieras.				X			X		
6	Obligaciones tributarias.		X					X		
7	Pagos y renovaciones de permisos.		X						X	
8	Pagos salariales y beneficios de ley al personal.	X						X		
9	Turismo sostenible.				X			X		

FACTOR SOCIAL		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Delincuencias en el cantón Pangua.				X			X		
2	Inflación de precios a turistas				X			X		
3	Prestación de servicio inadecuado.				X			X		
4	Corrupción en entidades publicas				X			X		
5	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas				X			X		
6	Migración de la población local al extranjero.				X			X		
7	Incremento de precios en materias primas.				X			X		
8	Inestabilidad política y social				X			X		
9	Bajo incremento en ingreso de turistas nacionales y extranjeros al cantón.				X			X		
FACTOR TECNOLÓGICO		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Falta de innovación tecnológica.	X						X		
2	Digitalización de la información en las empresas.		X					X		
3	Falta de utilización de plataformas digitales para vender.	X						X		
4	Falta de promociones en redes sociales.	X						X		
5	Manejo de sistemas contables.	X						X		
6	Falta de creación de programas.		X						X	
7	Falta de cultura organizacional en empresas.				X			X		
8	Manejo de inventarios electrónicos.	X						X		
9	Proción y marketing digital.		X						X	
FACTOR ECOLÓGICO-AMBIENTAL		OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Reducción del consumo de energía.	X						X		

10.4.3. Matriz FODA

Para la elaboración de la matriz FODA, se llevó a cabo un análisis detallado de los factores interno y externo que influyeron en las empresas de ocio y recreación. Con la finalidad de obtener una visión actual de la dicha empresa tras los resultados fue la identificación 16 fortalezas, 13 debilidades, 8 oportunidades, 13 amenazas. De esta manera, la información obtenida se elabora estrategias de mejora a través del uso de la matriz cruzada FODA, con el objetivo de mejorar el desempeño de las empresas turísticas.

En la fortaleza, se hizo la rentabilidad de los productos, las estrategias básicas, las políticas los programas de salud laboral, para mejorar el crecimiento y la calidad de las empresas. En cambio, las debilidades por la falta de administrativa y el control adecuado de cada departamento por la ausencia de un plan estratégico y la falta de regulaciones medio ambiente, falta de promociones y utilización de tecnología digital.

De esta manera, las oportunidades la incorporación de tecnología, la falta de inversiones, el desarrollo de programas, la gestión de residuos, la conservación ambiente. Por lo tanto, los sub factores son esenciales para los establecimientos sigan mejorando.

Finalmente, las amenazas en las empresas la inseguridad, la mala atención al cliente y la competencia en el ámbito digital, en la cual pueden disminuir el rendimiento de las empresas.

Tabla 19*Matriz FODA*

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Marca única innovadora dentro de nuestra empresa	O1	Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.
F2	Productos de calidad innovador	O2	Crecimiento de las empresas turísticas a nivel local.
F3	Manejo de un sistema administrativo	O3	Otorgación de permisos para el funcionamiento de negocios populares.
F4	Productos únicos y de calidad en el mercado	O4	Alianzas de gobierno cantonal para trabajar en la promociones y la difusión de la empresa turísticas.
F5	Posicionamiento en el mercado a través de la marca empresarial	O5	Potenciar de mejor con los canales digitales.
F6	Presenta un nuevo producto turístico en la empresa turística.	O6	Avance de herramientas de comunicación digital.
F7	Nueva alternativa de empresa de ocio y recreación especializada en familia.	O7	Aumento de flujo turístico hacía las empresas ocio y recreación.
F8	Precio accesible para los turistas.	O8	Se manejan planes de control mediante ordenanzas municipales
F9	Mejor servicio de calidad a los consumidores, para generar mayor demanda		
F10	Contar con equipo capacitados modernos.		
F11	Utilización de plataformas digitales para vender los productos		
F12	Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.		
F13	Manejo de redes sociales y páginas Web		
F14	Manejo de un plan de procesos		
F15	Normas Técnicas establecidas		
F16	Atención al cliente		
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.	A1	Crecimiento de la inseguridad cantonal.
D2	Falta de infraestructura turísticas.	A2	Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.
D3	Deficiente de promoción empresa turísticas.	A3	Ingreso de nuevo competidores al mercado.
D4	Deficiente de formación de los empleados.	A4	Desconocimiento del cantón por parte de los turistas nacionales y extranjeros.
D5	Falta de capacitación empresa turística por parte de la entidades encargada del desarrollo turístico.	A5	Incumplimiento de proveedores a la empresa.
D6	Falta de recursos e inversión en las empresa turística recreación.	A6	Falta de cultura organizacional en empresas.
D7	Falta de estrategias publicitarias	A7	Movilizaciones.
D8	El uso de redes sociales no llega al objetivo en la compra de servicio.	A8	Corrupción en entidades públicas.
D9	La página web no llega a los compradores potenciales la empresa no está siendo funcional.	A9	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas.

D10	Falta de experiencia profesional.	A10	Competencia en rango de precio en la empresa.
D11	Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.	A11	Inestabilidad política y social.
D12	Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas	A12	Incremento en la canasta básica.
D13	Las empresas no tienen definido el mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	A13	Falta de cultura organizacional en empresas.
D14	Las empresas no disponen información de sus competidores		
D15	No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.		
D16	Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.		

10.4.4. Valoración de la Matriz EFI

La matriz cuenta con 32 factores determinantes que se encuentra divididos en 16 fortalezas y 16 debilidades, la sumatoria de los dos factores dio como resultado un valor de ponderación de fortalezas de 1,66 por debilidades 0,76 con el total de fortaleza y debilidades 2,42 en tener buena posición estratégica interna y que se esfuerzan por aprovechar las fortalezas existentes y eliminar sus debilidades para poder mantenerse el mercado turístico.

La matriz se evaluó el peso y el valor que se asigna en cada sub factor interno, se dio más importancia a las fortalezas, con una 53% en comparación con las debilidades, es de 40% que en total suman 100%. Los sub factores importante de conocimiento sobre la rentabilidad de las empresas y de los productos, las presencias de políticas y un programa de mantenimiento para equipos.

De esta manera, las debilidades incluyen insuficiencias en el planeamiento estratégico, la falta de un análisis FODA, la falta de un sistema de información de clientes, falta sobre competidores.

Las ponderaciones incluyen valores como la fortaleza (0.12), (0.9), y (0.8), es importantes, como la implementación de estrategias para las empresas, programas e

incentivos para mejorar servicio. Las debilidades que afectan con mayor ponderación (0.6), (0.8) incluyen deficiente de promoción, mercado, capacitaciones, falta de estrategias publicitarias, desarrollar estrategias.

Tabla 20

Valoración de la Matriz EFI

FORTALEZAS		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Marca única innovadora dentro de nuestra empresa	0,04	3%	4	0,16
F2	Productos de calidad innovador	0,03	3%	4	0,12
F3	Manejo de un sistema administrativo	0,04	3%	3	0,12
F4	Productos únicos y de calidad en el mercado	0,05	4%	4	0,2
F5	Posicionamiento en el mercado a través de la marca empresarial	0,06	3%	2	0,12
F6	Presenta un nuevo producto turístico en la empresa turística.	0,03	3%	4	0,12
F7	Nueva alternativa de empresa de ocio y recreación especializada en familia.	0,02	4%	4	0,08
F8	Precio accesible para los turistas.	0,02	5%	3	0,06
F9	Mejor servicio de calidad a los consumidores, para generar mayor demanda	0,03	3%	3	0,09
F10	Contar con equipo capacitados modernos.	0,05	4%	3	0,15
F11	Utilización de plataformas digitales para vender los productos	0,01	3%	3	0,03
F12	Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.	0,03	3%	3	0,09
F13	Manejo de redes sociales y páginas Web	0,02	4%	3	0,06
F14	Manejo de un plan de procesos	0,02	2%	4	0,08
F15	Normas Técnicas establecidas	0,03	4%	3	0,09
F16	Atención al cliente	0,03	2%	3	0,09
			53%		1,66
DEBILIDADES		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
D1	No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.	0,04	3%	1	0,04
D2	Falta de infraestructura turísticas.	0,04	4%	1	0,04
D3	Deficiente de promoción empresa turísticas.	0,04	2%	2	0,08
D4	Deficiente de formación de los empleados.	0,05	3%	2	0,1
D5	Falta de capacitación empresa turística por parte de la entidades encargada del desarrollo turístico.	0,05	3%	1	0,05
D6	Falta de recursos e inversión en las empresa turística recreación.	0,02	2%	2	0,04
D7	Falta de estrategias publicitarias	0,03	3%	2	0,06

D8	El uso de redes sociales no llega al objetivo en la compra de servicio.	0,03	3%	2	0,06
D9	La página web no llega a los compradores potenciales la empresa no está siendo funcional.	0,02	2%	1	0,02
D10	Falta de experiencia profesional.	0,03	4%	1	0,03
D11	Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.	0,03	3%	2	0,06
D12	Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas	0,03	2%	2	0,06
D13	Las empresas no tienen definido el mercado objetivo, sus estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización.	0,02	4%	2	0,04
D14	Las empresas no disponen información de sus competidores	0,02	3%	2	0,04
D15	No plantean objetivos en cuanto a costos, oferta y demanda.	0,02	2%	1	0,02
D16	Desconocimiento de plataformas digitales para la venta de productos.	0,02	4%	1	0,02
			47%		0,76
TOTAL		1	100%		2,42

10.4.5. Valoración de la Matriz EFE

La valoración de la matriz cuenta con 21 factores determinantes que se dividieron en 8 y 13 amenazas, la sumatoria de los dos factores con un resultado 2,63, lo que indica que se encuentra por encima del promedio ponderado en las empresas que logran competir implementan la sostenibilidad para aprovechar las oportunidades existentes para mantener en el mercado turístico.

En cuanto a las oportunidades, los factores tienen ponderaciones (0,12), y (0,14), detallando como oportunidades las empresas turísticas en contar con sistemas de información, crecimiento laboral, en función de los beneficiarios directos e indirectos, además posicionamiento de la imagen del cantón, promoción, difusión del productos y servicios de calidad.

Por otro lado, las amenazas tienen ponderación de (0,6), y (0,16), y está dividida la implementación de estrategias, la inseguridad, nuevos competidores al mercado, la falta de información del cantonal, falta de organización de las empresas, capacitaciones.

Tabla 21*Valoración de la Matriz EFE*

OPORTUNIDADES		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.	0,07	6%	4	0,28
O2	Crecimiento de las empresas turísticas a nivel local.	0,06	7%	3	0,18
O3	Otorgación de permisos para el funcionamiento de negocios populares.	0,07	6%	2	0,14
O4	Alianzas de gobierno cantonal para trabajar en la promociones y la difusión de la empresa turísticas.	0,07	6%	2	0,14
O5	Potenciar de mejor con los canales digitales.	0,06	6%	2	0,12
O6	Avance de herramientas de comunicación digital.	0,06	8%	2	0,12
O7	Aumento de flujo turístico hacía las empresas ocio y recreación.	0,08	6%	3	0,24
O8	Se manejan planes de control mediante ordenanzas municipales	0,07	6%	2	0,14
		0,54	51%		
AMENAZAS		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
A1	Crecimiento de la inseguridad cantonal.	0,04	4%	3	0,12
A2	Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.	0,04	4%	4	0,16
A3	Ingreso de nuevo competidores al mercado.	0,04	2%	2	0,08
A4	Desconocimiento del cantón por parte de los turistas nacionales y extranjeros.	0,04	4%	3	0,12
A5	Incumplimiento de proveedores a la empresa.	0,03	3%	3	0,09
A6	Falta de cultura organizacional en empresas.	0,04	5%	3	0,12
A7	Movilizaciones.	0,03	4%	3	0,09
A8	Corrupción en entidades públicas.	0,03	4%	3	0,09
A9	Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas.	0,04	3%	3	0,12
A10	Competencia en rango de precio en la empresa.	0,04	4%	2	0,08
A11	Inestabilidad política y social.	0,03	4%	2	0,06
A12	Incremento en la canasta básica.	0,02	4%	3	0,06
A13	Falta de cultura organizacional en empresas.	0,04	4%	2	0,08
		0,46	49%		
		1	100%		2,63

10.4.6. Matriz Estratégico FODA

En esta matriz se realiza el cruce matricial, primero se enlistan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con mayor valor a través de una evaluación en matrices que involucra un total de 53 sub factores. De esta manera, se mezclaron las

Fortalezas con las oportunidades (FO), debilidades con las oportunidades (DO), fortalezas con amenazas (FA), y Debilidades con las amenazas (DA) para diseñar 8 a 10 estrategias por cada factor, que dio un total de 37 estrategias.

De esta manera, cada estrategia esta desinada para controlar y mitigar problemas, capacitar al personal de trabajo, establecer políticas ambientales, utilizar el marketing y las redes sociales, con el objetivo de impulsar la sostenibilidad y competitividad en las empresas de ocio y recreación.

Tabla 22

Matriz de Estrategias FODA

MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1. Marca única innovadora dentro de nuestra empresa	D1. No desarrollan estrategias de negocios en la que se involucren los miembros colaboradores de la empresa.
	F2. Productos de calidad innovador	D2. Falta de infraestructura turísticas.
	F3. Manejo de un sistema administrativo	D3. Deficiente de promoción empresa turísticas.
	F4. Productos únicos y de calidad en el mercado	D4. Deficiente de formación de los empleados.
	F5. Posicionamiento en el mercado a través de la marca empresarial	D5. Falta de capacitación empresa turística por parte de la entidad encargada del desarrollo turístico.
	F6. Presenta un nuevo producto turístico en la empresa turística.	D6. Falta de recursos e inversión en las empresa turística recreación.
	F7. Nueva alternativa de empresa de ocio y recreación especializada en familia.	D7. Falta de estrategias publicitarias.
	F8. Precio accesible para los turistas.	D8. El uso de redes sociales no llega al objetivo en la compra de servicio.
	F9. Mejor servicio de calidad a los consumidores, para generar mayor demanda	D9. La página web no llega a los compradores potenciales la empresa no está siendo funcional.
	F10. Contar con equipo capacitados modernos.	D10. Falta de experiencia profesional.
	F11. Utilización de plataformas digitales para vender los productos	D11. Desconocimiento de las normas técnicas establecidas para el sector.
	F12. Sistemas de promoción y difusión a través de canales digitales.	D12. Carencia de un organigrama funcional dentro de las empresas.
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Desarrollo de la actividad turística local por la promoción en redes sociales.	F1-O1. Posesionar la marca a través de uso de medios tecnológicos del cantón.	D1-O1. Realizar una planificación estratégica dentro de los establecimientos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.
O2. Crecimiento de las empresas turísticas a nivel local.	F12-O6. Implementar herramientas tecnológicas para que los procesos se sistematicen mismos que permiten llevar un correcto control de la empresa.	D6-O4 Gestionar alianzas con el Gad cantonal para tener recursos económicos y control de la distribución de los productos.
O3. Otorgación de permisos para el funcionamiento de negocios populares.	F4-O1. Implementar normativas para los proveedores locales, que garanticen la materia prima.	D7-O1 Desarrollar un plan de estrategias para aprovechar la afluencia de turistas, consiguiendo así nuevas tecnologías para su innovación.
O4. Alianzas de gobierno cantonal para trabajar en la promociones y la difusión de la empresa turísticas.	F7-O5. Difundir las empresa ocio y recreación local mediante plataformas digitales.	D4-O2. Realizar un estudio de mercado en donde exista mayor afluencia de turista para el posicionamiento de la empresa.

O5. Potenciar de mejor con los canales digitales.	F9-O2 Impulsar una imagen turística en la protección del medio ambiente.	D5-O4. Crear un registro de capacitaciones para los empleados, y el manejo de residuos sólidos para la conservación del ambiental.
O6. Avance de herramientas de comunicación digital.	F6-05. Promocionar los productos mediante plataformas digitales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.	D8-O6. Publicar en redes sociales productos ofertados en la empresa turística de recreación.
O7. Aumento de flujo turístico hacia las empresas ocio y recreación.	F8-O4 Ofertar diversos servicios adicionales y con alianza de gobiernos cantonal.	D11-O7. Implementar normas de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes, además de minimizar los costos en servicios básicos y mejorando los procesos de la empresa.
O8. Se manejan planes de control mediante ordenanzas municipales	F11-O2. Dar conocer los productos de la empresa y difundir de mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.	D3-O5. Crear r catálogos y promociones de manera digital para el posicionamiento de las empresas en el mercado y venta de sus productos.
O9	F3-03. Adquirir permiso para los establecimientos se encuentren registrados en el MINTUR permitiendo que los mismos sean difundidos.	D8-O4. Diseñar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo compra producto.
10.	F10-08. Realizar un estudio de mercado para la ubicación estratégica del negocio mismo que faciliten los procesos de producción y comercialización.	D7-O2. Desarrollar estrategias de negocios en donde se involucren los miembros de la empresa con el fin de satisfacer la demanda.
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1. Crecimiento de la inseguridad cantonal.	F9-A3. Diseñar programas de promociones para generar una mayor demanda	D11-A6 Establecer estrategias para fomentar el desarrollo de la empresa turística en lo cultura organizacional con el fin de obtener mayores ingresos económicos.
A2. Falta de inversión pública en educación, vialidad, salud.	F7-A2. Contratar agencias expertas en estrategias digitales..	D1-A1 Solicitar al municipio de cantón Pangua se refuerce la seguridad en el sector.
A3. Ingreso de nuevo competidores al mercado.	F3-A7. Acoger las normativas técnicas otorgadas por el MSP que garanticen una mejor organización en la calidad de los productos.	D4-A9. Implementar capacitaciones en la empresa para motivar a los empleados para elevar su nivel de compromiso, con la empresa.
A4. Desconocimiento del cantón por parte de los turistas nacionales y extranjeros.	F4-A5. Controlar y monitorias la relación de los proveedores.	D6-A6. Realizar un estudio de mercado que permitan desarrollar un correcto manejo en la organización empresarial garantizando la seguridad y calidad.
A5. Incumplimiento de proveedores a la empresa.	F3-A6. Controlar las prácticas de la cultura organizacional mediante las evaluaciones del servicio cliente.	D4-A8. Implementar capacitaciones de cómo llevar el registro para el mantenimiento de la maquinaria que utilizan los establecimientos.
A6. Falta de cultura organizacional en empresas.	F7-A10. Priorizar las actividades recreacional de los directivos ante los principales competidores.	D5-A9. Designar tareas específicas al personal para brindar un mejor servicio al cliente.
A7. Movilizaciones.	F10-A9 Incorporar normas de capacitaciones en la empresa	D9-A10 Desarrollar un turismo en la sociedad con el

	en el ámbito de seguridad y atención al cliente.	fin de atraer más visitante al cantón .financieras que tengan un nivel de interés adecuado para el rubro del negocio.
A8. Corrupción en entidades públicas.	F12-A9 Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicos, empresariales y de comercialización.	D7-A5 Incorporar convenios desde la parte administrativa del cantón.
A9. Falta de capacitaciones por entidades públicas y privadas.		D1-A4. Plantear objetivos que permita mantener la estabilidad social, además de garantizar la seguridad integral de las personas afianzando a un control en costos de la oferta y la demanda.
A10. Competencia en rango de precio en la empresa.		
A11. Inestabilidad política y social.		

10.4.7. Matriz de Evaluación de Estratégico

Para análisis de la matriz se realizó estrategia importante que pondrían generar un impacto significativo en las empresas de ocio y recreación. También se seleccionaron 4 estrategias por factor con el objetivo de encontrar las estrategias más efectivas que permitirán corregir los problemas para la implementación de la sostenibilidad y competitividad en las empresas.

De esta manera, es importante capacitar al personal con buenas prácticas, enfocados en la administración, control talento humano, el manejo de promoción, capacitaciones ambientales, registros de ventas ingresos, egresos, políticas ambientales, contratos laborales. En cuanto al aspecto ambiental, es importante implementar políticas ambientales y sensibilizar a los clientes, contratar un sistema de gestión ambiental, establecer convenios de buenas prácticas de manejo de reciclaje.

Tabla 23

Análisis de Estrategias

ANALISIS ESTRATEGICO	IMPACTO			
	FO	ALTO	MEDIO	BAJO
F1-O1. Posesionar la marca a través de uso de medios tecnológicos del cantón.			X	
F12-O6. Implementar herramientas tecnológicas para que los procesos se sistematicen mismos que permiten llevar un correcto control de la empresa.		X		
F4-O1. Implementar normativas para los proveedores locales, que garanticen la materia prima.			X	
F7-O5. Difundir a la empresa ocio y recreación local mediante plataformas digitales.		X		
F9-O2. Impulsar una imagen turística en la protección del medio ambiente.		X		
F6-O5. Promocionar los productos mediante plataformas digitales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.		X		
F8-O4. Manejar medidas de eficiencia energética y de agua con el propósito de reducir costos y daños al medioambiente.		X	X	
F11-O2. Dar a conocer los productos de la empresa y difundir de mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.		X		

F3-03. Adquirir permiso para los establecimientos se encuentren registrados en el MINTUR permitiendo que los mismos sean difundidos.		X
F10-08. Realizar un estudio de mercado para la ubicación estratégica del negocio mismo que faciliten los procesos de producción y comercialización.	X	
FA		
F9-A3. Diseñar programas de promociones para generar una mayor demanda		X
F7-A2. Contratar agencias expertas en estrategias digitales.	X	
F3-A7. Acoger las normativas técnicas otorgadas por el MSP que garanticen una mejor organización en la calidad de los productos.		X
F4-A5. Controlar y monitorias la relación de los proveedores.		X
F3-A6. Controlar las prácticas de la cultura organizacional mediante las evaluaciones del servicio cliente.		X
F7-A10. Priorizar las actividades recreacional de los directivos ante los principales competidores.		X
F10-A9 Incorporar normas de capacitaciones en la empresa en el ámbito de seguridad y atención al cliente.	X	
F12-A9 Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicos, empresariales y de comercialización.	X	
DO		
D1-O1. Realizar una planificación estratégica dentro de los establecimientos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.	X	
D6-O4. Gestionar alianzas con el Gad cantonal para tener recursos económicos y control de la distribución de los productos.		X
D7-O1. Desarrollar un plan de estrategias para aprovechar la afluencia de turistas, consiguiendo así nuevas tecnologías para su innovación.		X
D4-O2. Realizar un estudio de mercado en donde exista mayor afluencia de turista para el posicionamiento de la empresa.		X
D5-O4 Crear un registro de capacitaciones para los empleados, y el manejo de residuos sólidos para la conservación del ambiental.	X	
D8-O6. Publicar en redes sociales productos ofertados en la empresa turístico de recreación.	X	
D11-O7. Implementar normas de calidad que garanticen la satisfacción de los clientes, además de minimizar los costos en servicios básicos y mejorando los procesos de la empresa.		X
D3-O5. Crear catálogos y promociones de manera digital para el posicionamiento de las empresas en el mercado y venta de sus productos.		X

D8-O4. Diseñar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo compra producto.	X	
D7-O2. Desarrollar estrategias de negocios en donde se involucren los miembros de la empresa con el fin de satisfacer la demanda.		X
DA		
D11-A6 Establecer estrategias para fomentar el desarrollo de la empresa turística en lo cultura organizacional con el fin de obtener mayores ingresos económicos.		X
D1-A1 Solicitar al municipio de cantón Pangua se refuerce la seguridad en el sector.	X	
D4-A9. Implementar capacitaciones en la empresa para motivar a los empleados para elevar su nivel de compromiso con la empresa.		X
D6-A6. Realizar un estudio de mercado que permitan desarrollar un correcto manejo en la organización empresarial garantizando la seguridad y calidad.	X	
D4-A8. Implementar capacitaciones de cómo llevar el registro para el mantenimiento de la maquinaria que utilizan los establecimientos.		X
D5-A9. Designar tareas específicas al personal para brindar un mejor servicio al cliente.		X
D9-A10 Desarrollar un turismo en la sociedad con el fin de atraer más visitante al cantón .financieras que tengan un nivel de interés adecuado para el rubro del negocio.		X
D7-A5. Incorporar convenios desde la parte administrativa del cantón.		X
D1-A4. Plantear objetivos que permita mantener la estabilidad social, además de garantizar la seguridad integral de las personas afianzando a un control en costos de la oferta y la demanda.		X

10.5. Estrategias de Mejora

El análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) permitió realizar 16 estrategias significativas para las dos variables de estudio de la investigación: sostenibilidad y competitividad. En caso de la sostenibilidad las estrategias por los ejes social en la seguridad, el eje ambiental con sistemas de gestión ambiental y el manejo correctamente de los residuos que permitirán mejorar su desempeño en estas dimensiones.

Por su parte, la competitividad, se identificaron estrategias en las diferentes áreas y sub áreas como el establecer un sistema de marketing, realizar un análisis de

FODA, desarrollar programas de capacitaciones, entre otras lo que permitirá a las empresas para un crecimiento en el futuro.

Tabla 24

Matriz Resumen de Estrategias

MATRIZ	RESUMEN ESTRATEGIAS
1	F12-O6. Implementar herramientas tecnológicas para que los procesos se sistematicen mismos que permiten llevar un correcto control de la empresa.
2	F7-O5. Difundir a las empresas ocio y recreación local mediante plataformas digitales.
3	F9-O2. Impulsar una imagen turístico en la protección del medio ambiente.
4	F6-O5. Promocionar los productos mediante plataformas digitales con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas.
5	F8-O4. Manejar medidas de eficiencia energética y de agua con el propósito de reducir costos y daños al medioambiente.
6	F11-O2. Dar a conocer los productos de la empresa y difundir de mediante el uso de redes sociales, páginas web, etc.
7	F10-O8. Realizar un estudio de mercado para la ubicación estratégica del negocio mismo que faciliten los procesos de producción y comercialización.
8	F7-A2. Contratar agencias expertas en estrategias digitales.
9	F10-A9. Incorporar normas de capacitaciones en la empresa en el ámbito de seguridad y atención al cliente.
10	F12-A9. Desarrollar convenios de capacitaciones en normas ambientales, tecnológicas, empresariales y de comercialización.
11	D5-O4. Crear un registro de capacitaciones para los empleados, y el manejo de residuos sólidos para la conservación del ambiental.
12	D8-O6. Publicar en redes sociales productos ofertados en la empresa turístico de recreación.
13	D8-O4. Diseñar una planificación financiera que permitan establecer procesos y llevar un correcto manejo compra producto.
14	D1-A1 Solicitar al municipio de cantón Pangua se refuerce la seguridad en el sector.
15	D6-A6. Realizar un estudio de mercado que permitan desarrollar un correcto manejo en la organización empresarial garantizando la seguridad y calidad.
16	D1-O1. Realizar una planificación estratégica dentro de los establecimientos que permita mejorar la promoción y venta de los productos.

11. IMPACTOS

11.1. Impactos Social

El presente proyecto de investigación que genera un aspecto en la sociedad debido que las empresas turísticas de ocio y recreación que podrán utilizar las estrategias de mejorar para crear nuevas promociones, productos, ofrecer servicio diferente y redes sociales que permita generar nuevas fuentes de empleo.

11.2. Impacto Económico

En base a las estrategias planteadas las empresas podrán administrar de una mejor manera los recursos que poseen con la finalidad de utilizar la sostenibilidad para generar una rentabilidad en el mercado más competitivo a nivel nacional.

11.3. Impacto Ambiental

El impacto ambiental presenta un aspecto positivo debido a que las estrategias propuestas que pueden ser una ayuda las empresas con la sostenibilidad, cómo una herramienta para disminuir los impactos ambientales lo que generan los establecimientos, enseñar adecuados manejos de desechos.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1. Conclusiones

- Los resultados mostraron que la mayoría de las empresas encuestadas están en fase de área de mejora, ya que no han implementado indicadores de buenas prácticas. Los resultados finales que 3 empresas están con un 5% a 6 % rango medianamente sostenible, 1 empresa está en un 4% rango bajo sostenibilidad. Este resultado indica que las empresas están problemas en la dimensión: social,

económico, ambiental que deben mejorar en el proceso de normativas, permisos, planificación, buenas practicas ambiental y el manejo de los recursos económicos.

- Mediante la medición de la competitividad basada en la metodología de BID a las 4 empresas de ocio y recreación ha permitido evaluar el índice de competitividad, en la cual se ha determinado tiene un nivel de 35% a 39% con un rango bajo competitividad empresas. La evaluación ha revelado un desempeño deficiente de los establecimientos, planeamiento estratégico, sistema información, gestión ambiente y aseguramiento de calidad. Estos aspectos son para mejorar la competitividad de las empresas y lograr un crecimiento en el mercado turístico.
- En conclusión, las estrategias de mejora propuestas a través del análisis de FODA son una combinación basadas en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que son identificadas en los establecimientos con el propósito de aprovechar de fortalezas y oportunidades para destacar las causas por las debilidades y amenazas, desarrollar ventajas competitivas en las empresas, con la finalidad de ejecutar las estrategias de manera efectiva a un largo plazo.

12.2. Recomendaciones

- Se recomienda que las empresas turísticas se informen y capaciten a su personal de trabajo sobre lo que significa ser sostenibilidad, y enfoque integral que abarque las tres dimensiones: social, económico y ambiental. Esto puede incluir prácticas sostenibles, la gestión de los residuos, la eficiencia energética. Para mejorar los establecimientos y su índice de sostenibilidad y aumentar su atractivo.

- Se sugiere que las empresas de ocio y recreación del cantón Pangua se enfoquen en mejorar su índice de competitividad en las áreas evaluadas. De esta manera, es necesario que estas empresas implementen un planeamiento estratégico eficiente, sistemas de información, prácticas sostenibles en su gestión ambiental y fortalezcan sus procesos de aseguramiento de calidad. Este será para mejorar su competitividad y lograr un crecimiento en el mercado turístico.
- Se recomienda dar uso a la información proporcionada en la presente investigación para que las empresas puedan implementar las estrategias de mejorar, los ámbitos interno y externo, además de llevar a cabo una evaluación continua de las estrategias implementadas que permitirá identificar posible problema o debilidad en la estrategia.

13. REFERENCIAS

- Aguar López, J. G. (2018). Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas, medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica. *SATHIRI*, 12(2), 107. <https://doi.org/10.32645/13906925.113>
- Álvarez Barragán, L. A., & Morales Sierra, M. E. (2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Panorama Económico*, 29(1), 73-83. <https://doi.org/10.32997/pe-2021-3644>
- Arboleda, H. (2016). *Competitividad: Concepto y Evolución Histórica* Competitiveness: Concept and Historical evolution.*
- Bañuls, A. L., & Rodríguez, A. B. R. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. *Cuadernos de Turismo*, 24.
- Barcellos, L. B. (2011). *Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial.*
- Barroso, A. M. M. (2021). *DE LA INVERSIÓN EN EL SECTOR ENERGÉTICO RENOVABLE DE SANCTI SPÍRITUS, CUBA.*
- Benites Gutierrez, L. A., Ruff Escobar, C., Ruiz Toledo, M., Matheu Pérez, A., Inca Alayo, M., & Juica Martínez, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 29, 208-236. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3513>
- Bernasconi, E. S., & Icart, D. I. B. (2015). *INNOVACION Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.*
- Boullon, Roberto. (1999). *LIBRO_DE_PLANIFICACION-DEL-ESPACIO-TURISTICO.* <http://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf>

- Branly Olivier Salomé, 2América L. Rodríguez Herrera, 3Rocío López Velasco, 4Roberto & Cañedo Villareal y 5Miguel Ángel Valera Pérez. (2015). *Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México.pdf*.
[http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/rlac/resources/LocalContent/41/2/6\(11\)-3.pdf](http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/rlac/resources/LocalContent/41/2/6(11)-3.pdf)
- Cadena, J. L. (2017). Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014. *International Journal of Professional Business Review*, 2(1), 108-129.
<https://doi.org/10.26668/businessreview/2017.v2i1.26>
- Castañeda, M. B., Cabrera, A. F., & Navarro, Y. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS: Un libro práctico para investigadores y administradores educativos*.
- Castillo Villanueva, L., González Vera, M. A., Campos Cámara, B., Velázquez Torres, D., Ferman Almada, J. L., García Gastelum, A., Hernández Aguilar, M. L., Laguna Coral, M., & Yeladaqui Tello, M. (2016). Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México. *Perspectiva Geográfica*, 19(2), 309-330.
<https://doi.org/10.19053/01233769.4102>
- Clarke Bloomfield, M., Madruga Torres, A. G., Rodríguez Galindo, C. R., & Carballosa Ramírez, J. L. (2021). Sistemas productivos locales y encadenamientos productivos a favor del desarrollo local: El sistema productivo local agropecuario del destino turístico Gibara en holguín. *Explorador Digital*, 5(1), 437-457.
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i1.1512>
- Clavijo. (2020). *Competitividad empresarial: Qué es, importancia, tipos y ejemplos*.

https://newinboundblog.hubspot.com/hubfs/00-OFFERS-HIDDEN/%5BES%5D%20L10N%207941%20-%20Strategic%20Planning%20Kit%20for%20Businesses/Hubspot%20ebook%202.pdf?hubs_post-cta=slide&hubs_post=blog.hubspot.es%252Fsales%252Fcompetitividad-empresarial&hubs_signup-url=blog.hubspot.es%252Fsales%252Fcompetitividad-empresarial&hubs_signup-cta=cta_button&hsCtaTracking=896e50fe-f729-40a1-98bf-0cac672c58e8%257Caa2be76c-2113-44d1-9b82-96b2a1c542f9&hubs_offer=offers.hubspot.es%2Fplanificacion-estrategica-para-empresas&submissionGuid=a81c8c3f-7916-49f2-ac2b-0b17575722dc

Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: Una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48.

<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>

Cortés V., M. A., Muñoz Z., M. L., Quintero G., M. L., & Sánchez E., F. J. (2018).

Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative para evaluar la gestión de los agentes comercializadores y distribuidores de energía en Colombia. *Informador Técnico*, 82(2), 209. <https://doi.org/10.23850/22565035.1360>

De La Hoz, E., González, Á. L., & Santana, A. (2016). Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales. *Información tecnológica*, 27(6), 11-18. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642016000600003>

de Oliveira, V. M. (2013). *INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis*.

Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La

Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA*

Research Journal, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>

- Díaz, R. Á., & Peláez, L. V. (2015). *TRABAJO FIN DE MÁSTER*.
- Domínguez, R., León, M., Samaniego, J., & Sunkel, O. (2019). *Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad: 70 años de pensamiento de la CEPAL*. UN.
<https://doi.org/10.18356/b89f0453-es>
- Estarellés, P. T., & Sagula, J. E. (2007). *MODELO DECISIONAL PROACTIVO EN SISTEMAS ECOLÓGICOS (MODEPEC)©*.
- Fábregas, H. M., Madrid, J. A., & Martínez, R. O. (2017). *Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores*.
- Gad Latacunga. (2022). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL LATACUNGA*.
- Gallegos, G. (2007). *LAS ACTIVIDADES FÍSICO-DEPORTIVAS EN LA NATURALEZA Y LA INDUSTRIA TURÍSTICA*. 18.
- Gallopín, G. C. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo sostenible: Un enfoque sistémico*. CEBEM ECLAC, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos.
- García, M. L. S. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*.
- García Monsalve, J. J., Tumbajulca Ramírez, I. A., & Cruz Tarrillo, J. J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99-110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). REFLEXIONES SOBRE LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS. *Cuadernos de Turismo*.
- Her, J. L. A., & Herna, J. (2015). *ANAÁNLÁISLISSIDS*

EDECCOOMMPPEETTIITTIIVVIIDDAADD

CCOOMMOOHHEERRRRAMAMIEINETNATA

PARPAARLAALGAEGREERNENCCIAIAGGLLOOBBAALL

EENLLAASSMMICICRROO, P, EPQEUQEUNEAÑSAYS Y

MMEDEDIAIANNAASSEEMPPRREESSAASS((MMIIPPYYMMEES)S).

Hernández Martín, R., & Mendoza Jiménez, J. (2017). Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local. *Cuadernos Económicos de ICE*, 93. <https://doi.org/10.32796/cice.2017.93.6148>

Ibáñez Pérez, R. M. (2018). Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos. *Nova Scientia*, 10(21), 475-523. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1416>

Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. D. R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>

INEC. (2010). *FASCÍCULO PROVINCIAL COTOPAXI de población y vivienda*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>

Jacqueline del Pilar Hurtado-Yugcha, & Hernán Mauricio Quisimalin-Santamaría. (2021). *Innovación y potencial humano, una relación que marca el turismo actual*. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/document-3.pdf>

Leal, A. O., Ruiz, J. O., & Quintana, J. A. C. (2015). *Estudios de Competitividad*.

LEY DE TURISMO. (2014). *LEY-DE-TURISMO*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Mares, Oscar. (2021). *Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la*

transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México.

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2035-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7415-1-10-20220328.pdf

Márquez, Gustavo. (2015). *Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo.*

file:///D:/TESIS/metodologia/sos/3592-12385-1-PB%20(2).pdf

Martínez, D. J. D. (2005). *TASAS POR ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO. 2.*

Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2020). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 2019(129), 7-27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>

Medrano Aranda, S., & Lardiés Bosque, R. (2015). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza. *Geographicalia*, 66, 99. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.2014661068

Mejía, A. B., Barrero, M. S. R., & Gómez, H. S. (2019). *Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial Evaluation model for business management and competitiveness. 35.*

Mendoza, I., Rivera, M., & Vera, J. (2021). El uso de indicadores multidimensionales de sostenibilidad turística. Una aplicación para la gestión de espacios naturales protegidos en la provincia de manabí (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(1), 47-60. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100047>

Mercado Covo, T. M., Viloría Sequeda, A. A., & Mercado Covo, L. M. (2022).

Competitividad de los recursos turísticos: Una propuesta de indicadores para su medición en la región Caribe colombiana. *Revista de Economía del Caribe*, 24, 95-113. <https://doi.org/10.14482/ecoca.24.338.986>

- Mihaela, Damian. (2016). *Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: El caso de la Costa del Sol.*
- Millán-García, C. H. (2018). *Factores e indicadores de competitividad hotelera.* 21.
- MINISTERIO DE TURISMO. (2016). *REGLAMENTO DE OPERACION E INTERMEDIACION TURISTICA.* <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030.* de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos.*
- NACIONES UNIDAS, COMISIÓN ECONÓMICA, PARA AMÉRICA LATINA, & Y EL CARIBE - CEPAL. (2004). *Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio.* http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/25650/1/LCmexL597rev1_es.pdf
- Narvárez Castro, M. L., Fernández De Hurtado, G., & Henríquez Barráez, A. T. (2013). Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(1), 243. <https://doi.org/10.18359/rfce.675>
- Narvárez, M., & Fernández, G. (2009). *INDICADORES DE COMPETITIVIDAD PARA DESTINOS TURÍSTICOS EN EL MARCO DE LA SOSTENIBILIDAD: UN ANÁLISIS APLICADO A LA PENÍNSULA DE PARAGUANÁ.*
- Nava-Rogel, R. M., & Demuner-Flores, M. D. R. (2020). Las redes colaborativas con stakeholders en la innovación y la sostenibilidad de las empresas turísticas. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 4(2), 68-80. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.13029>
- Oliveros Ocampo, C. A., & Beltrán Vargas, J. E. (2018). Evaluación de la sustentabilidad de

- los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 27(1), 100-117. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v27n1.61589>
- Pacheco, J. L. R., & Argüello, M. V. B. (2020). *Análisis general del spss y su utilidad en la estadística*.
- Pérez Albert, Y., & Nel·lo Endreu, M. (2013). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 33(1), 193-210. https://doi.org/10.5209/rev_AGUC.2013.v33.n1.42225
- Pérez, R. M. I. (2010). *SUSTENTABILIDAD E INDICADORES DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MÉXICO*.
- PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN PANGUA. (2020). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pangua*. <https://pangua.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/PDYOT-canton-Pangua.pdf>
- PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DEL GAD MUNICIPAL DE PANGUA. (2021). *GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE PANGUA Dirección de Planificación y Desarrollo*. <https://pangua.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL-2021.pdf>
- Ponce, Janina M. (2020). *Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio*. <file:///D:/TESIS/metodologia/compe/a20v41n14p25.pdf>
- Puentes-Ramírez, E., Hidalgo-Guerrero, A., Ortíz-Bernal, Y., & Betancourt-Quiroga, C. (2021). Indicadores de sostenibilidad social y su relación con el concepto de capital social. *Revista de Arquitectura*, 23(1). <https://doi.org/10.14718/RevArq.2021.3072>

- Quiroga Martínez, R. (2001). *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: Estado del arte y perspectivas*. Naciones Unidas, CEPAL, Div. de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos.
- Reyes, Y. R. S., & Fernández, M. D. (2020). *Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial*.
- Rico, M. N. (1998). *Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo*.
- Rivas, C., Carrillo, B., & Robinson, G. (2022). Competitividad de empresas turísticas en el Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Edición Especial 7), 203-219.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.14>
- Ruiz, T. C. D., & Miki, A. F. C. (2019). Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística. *El Periplo Sustentable*.
- Saavedra-García, M. L., Demuner-Flores, M. D. R., & Choy-Zevallos, E. E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. *Retos*, 10(20), 283-305.
<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.06>
- Sandoval Cabrera, P. (2019). COMPETITIVIDAD Y CALIDAD DE VIDA EN DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO. *InterSedes*, 20(41), 129-149.
<https://doi.org/10.15517/isucr.v20i41.38818>
- Santos, A. C. (2011). Methodology of Competences Management Assuming the Cuban Norm about Management of Human Capital. *Review of Business Management*, 300-311.
<https://doi.org/10.7819/rbgn.v13i40.720>
- Serrano-Amado, A. M., Montoya-Restrepo, L. A., & Amado-Cely, N. P. (2020). La competitividad turística. Una aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia. *Tendencias*, 22(1), 226-253. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.162>
- Serrano-Amado, A. M., Montoya-Restrepo, L. A., & Amado-Cely, N. P. (2021). La

- competitividad turística. Una aproximación desde el Departamento de Boyacá, Colombia. *Tendencias*, 22(1), 226-253. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.162>
- Serrano-Amado, A.-M., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99-109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>
- Talancón, H. P. (2007). *LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES*. 12(1).
- Torres, Paúl. (2017). *Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica*.
<https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/3677/TORRES%20COBO%20%20TURISMO%20COMO%20ELEMENTO%20PARA%20EL%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE.%20REVISI%c3%93N%20BIBLIOGRAFIC%c3%81.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tovar, L. S., & Jurado, L. (2013). *DESPUÉS DEL TRABAJO ¿QUÉ SIGNIFICADO TIENE EL OCIO, EL TIEMPO LIBRE Y LA SALUD?* 21.
- Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez, Ciego de Ávila, Cuba, Lorenzo Linares, H., Betancourt García, M. E., Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, Camagüey, Cuba, Falcón Rodríguez, M. C., & Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez, Ciego de Ávila, Cuba. (2019). Sustainability and Local Development: Procedure for Integrated Assessment of Tourist Destinations. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 11(1), 84-102.
<https://doi.org/10.18226/21789061.v11i1p84>
- Vallejo, C. (2018). *UN MERCADO POTENCIAL Perfil turístico de los estudiantes de administración en turismo y hotelería de la Universidad*.

World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. World Tourism Organization (UNWTO).

<https://doi.org/10.18111/9789213612385>

Zambrano-Mieles, L. J. D., Mieles-Cevallos, I. D., Zambrano-Burgos, I. R., Ahmed-Radwan, E. A. R., Franco-Arias, I. O., Yance-Carvajal, I. C., & Avilés-Noles, I. A. (2017). *DEL TURISMO SOSTENIBLE*.

14. APÉNDICE

Apéndice .1. Aval de traducción de idioma de ingles

Apéndice.2. Hoja de vida del equipo de investigación**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI****DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE****DATOS PERSONALES****NOMBRES:** Manuel Antonio**ESTADO CIVIL:** Casado**CEDULA DE CIUDADANÍA:** 1103989669**NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES:**1**LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:** 04/01/1982**DIRECCIÓN DOMICILIARIA:** Latacunga; Quito Y Rumiñahui.**TELÉFONO:** 072 578867**CELULAR:** 0991975168**EMAIL INSTITUCIONAL:**

manuel.abarca9669@utc.edu.ec

TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

NIVEL	TITULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO
TERCER	Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	23-11-2010	1031-10-1027804
CUARTO	Magister En Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	28-04-2015	1032-15-86069277

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:** octubre 2018 – febrero 2019

 Firma
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMACIÓN PERSONAL

DATOS PERSONALES

NOMBRE: LIDA GABRIELA
APELLIDO: CALO QUISAGUANO
FECHA DE NACIMIENTO: QUITO, 7 DE OCTUBRE DE 1992
ESTADO CIVIL: SOLTERA
CÉDULA DE CIUDADANÍA: 172444330-2
NACIONALIDAD: ECUATORIANA
DOMICILIO: VALLE DE PUENGASÍ CALLE: F LOTE: 7 N° CASA S-6-641
TELÉFONO:
CASA: 3190-549
CORREO ELECTRÓNICO: gaby-full19@hotmail.com



2.- FORMACIÓN ACADÉMICA:

2.1.- PRIMARIA

ESCUELA

“HUMBERTO VACAS GÓMEZ”

2.2 SECUNDARIA

CENTRO DE FORMACIÓN ARTESANAL MUNICIPAL

“DORA ISELLA RUSSELL”

TÍTULO: EN CORTE Y CONFECCIÓN

“ACADEMIA MILITAR GENERAL MIGUEL ITURRALDE”

BACHILLER: CIENCIAS GENERAL

2.3 CURSOS DE ENFERMERÍA AUXILIAR

EL CUIDADO AL PACIENTE

3.-EXPERIENCIA LABOR

EMPRESA TEXFIELD TRADE

CONFECCIÓN DE ROPA DEPORTIVA

4.- REFERENCIA PERSONAL

SEÑOR: GUSTAVO CATOTA

CASA: 3121-406

SEÑORA: INÉS LLUMIQUIGA

CASA: 2607-805

Firma

Apéndices.3. Encuesta Innovarse

Encuesta de la Metodología InnovaRSE

1. Cuaderno de trabajo

2.1 Encuesta

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

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

Gracias por su colaboración.

Fecha: _____
SOSTENIBILIDAD-0001

Código: UTC-
Dia/Mes/Año

Dimensión Económica (DE)

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

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

Un puntaje de 3 indica que; **tiene una obligación legal de impuestos de años anteriores**

() Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **declaración mensual de impuestos retenidos en fuente**

Un puntaje de 5 indica que; **Impuestos al valor agregado IVA**

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

() Buenas prácticas

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

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

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

Un puntaje de 10 indica; todos los anteriores

Evidencias



Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Económica (DE)

2. La empresa establece unos criterios claros para el buen gobierno de la misma, estableciendo mecanismos para evitar el mal uso de la información privilegiada o los conflictos de intereses. Siguiendo pautas de buen gobierno y transparencia, la empresa informa sobre sus resultados económicos a sus principales grupos de interés de una forma coherente y clara, incorporando además aspectos sociales y ambientales en dichos resultados.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

Un puntaje de 3 indica que; **tiene un mecanismo de mejores procesos y estructuras para la toma de decisiones, pero de años anteriores.**

() Procesos de mejora

Un puntaje de 4 indica que; **tiene una declaración de principios éticos y de responsabilidad social empresarial.**

Un puntaje de 5 indica que; **tiene un reconocimiento de los terceros interesados en el buen desempeño, la estabilidad y la permanencia en el tiempo de la**

sociedad.

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias**Valoración de la capacidad de mejora****Dimensión Económica (DE)**

3. La política de retribución por conceptos salariales de la empresa cuenta con un sistema de determinación de salarios, criterios de revisión salarial, y medición de la satisfacción de las personas trabajadoras respecto a este ámbito.

Rúbrica de evaluación;**() Áreas de mejora**

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias**Valoración de la capacidad de mejora****Dimensión Económica (DE)**

4. La empresa realiza actividades de control sobre sus operaciones con las entidades financieras, utiliza criterios económicos y de prácticas socialmente responsables para seleccionar a las entidades financieras con las que trabaja y gestiona la información que se deriva de ese control de las colaboraciones.

Rúbrica de evaluación;**() Áreas de mejora**

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **mantiene reuniones de gerencia que analizan los**

artículos de la sección III administración del riesgo operativo de las normas generales para las instituciones del sistema financiero

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

5. La empresa planifica las inversiones que va a acometer mediante un seguimiento periódico del plan de inversiones dentro de su control de gestión. Además, se gestionan los datos relativos a la rentabilidad de las inversiones que acomete y se marca objetivos al respecto, persigue el cumplimiento de éstos e implanta acciones de mejora derivadas del análisis de los datos.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Económica (DE)



6. La empresa posee una política de distribución de beneficios que tiene en cuenta, en primer lugar, el futuro de la empresa (re inversión o inversión en I+D). Incluye además a accionistas, personas trabajadoras, e incluso una cuantía para temas sociales atendiendo a criterios prefijados por la empresa. Además, la empresa gestiona sus excedentes de tesorería o reservas con criterios de inversión socialmente responsable (ISR).

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Económica (DE)

7. La organización gestiona datos relativos a costes de producción y servicios y se marca objetivos al respecto. Realiza medición y aprendizaje implantando acciones de mejora derivadas del análisis de indicadores. Además de medir la efectividad de dichas mejoras en la organización, se garantiza que éstas no supongan disminución en el empleo ni una merma de las condiciones laborales.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

8. La empresa cuenta con un sistema de homologación de entidades proveedoras y/o subcontratistas que incluye criterios relativos a la responsabilidad social de la empresa. Además, incorpora a estas entidades en actividades de mejora en procesos, productos y servicios.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

9. La empresa negocia las condiciones de pago con todas sus entidades proveedores y/o subcontratistas en base a criterios prefijados, revisando además

periódicamente los criterios en los que se basa dicha negociación con sus entidades proveedoras y subcontratistas.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Económica (DE)

10. La empresa siempre cumple las condiciones de pago acordadas con todas las entidades proveedoras y subcontratistas, e incluso en varias ocasiones paga a sus entidades proveedoras y subcontratistas con anticipación al plazo acordado, de tal forma que facilita financiación a algunas de sus entidades proveedoras.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Principales conclusiones para la dimensión económica

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

Dificultades

Apoyos

Necesidades

Dimensión Ambiental (DA)

1. La empresa cuenta con una Política Ambiental, o una Declaración de Intenciones relativa al Medio Ambiente, que está explicitada y es conocida por todas las personas de la empresa, incluidas clientela, proveedores/as y alianzas.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)

2. Existe un Sistema implantado de Gestión Ambiental con objetivos y metas completamente desplegados, que conforman un Programa Ambiental totalmente alineado con la Política Ambiental de la empresa y se somete sistemáticamente a auditorías internas ambientales.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)

3. La empresa utiliza indicadores de consumo para el control de los aspectos ambientales referentes a agua, energía y combustibles, y busca la reducción de éstos mediante acciones de mejora en los usos de estos recursos. Existen evidencias de una sistemática en la implantación de acciones de mejora para la reducción de las tres tipologías de consumos.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora



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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)

4. La empresa cumple toda la legislación aplicable en la gestión de los residuos, utiliza indicadores para el control y la mejora en esta materia y demuestra evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la reducción, reciclado y valorización de los residuos.



Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)

5. La empresa cumple toda la legislación aplicable en cuanto a la identificación y control de la generación de residuos no peligrosos, utiliza indicadores para el control y la reducción de éstos y demuestra evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización.



Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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



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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)

6. La empresa cumple la legislación aplicable como actividad potencialmente contaminante de la atmósfera, utiliza indicadores para el control y



la reducción de los niveles de emisión. Existen evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización, las emisiones y además de forma voluntaria calcula, reduce y compensa sus emisiones favoreciendo el plan de acción por el clima.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)



7. La organización cumple la legislación aplicable en materia de ruido, utiliza indicadores para el control y la reducción de los niveles de ruido. Existen evidencias de una sistemática en la búsqueda e implantación de acciones de mejora para la minimización del ruido emitido.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

Un puntaje de **8** indica que; **presenta medidas para la prevención y control**
 Un puntaje de **9** indica que; **presenta auditorias y/o evaluaciones para verificar el cumplimiento de la norma técnica dictada bajo el amparo de la Ley de Gestión Ambiental y del Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental**
 Un puntaje de **10** indica **todos los anteriores**
Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Ambiental (DA)

8. La empresa cumple con toda la legislación aplicable con respecto a los envases y embalajes que utiliza en la comercialización de sus productos. Cuenta con medidas implantadas según sea apropiado de envases retornables, cambios de formato, o sustitución de materiales en los envases y embalajes; así como una vigilancia ante nuevas formas de transporte de envase de productos.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

reducción de platicos de un solo uso

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)



9. Las actividades de formación ambiental alcanzan a todas las personas de la empresa y están planificadas como fruto de la política ambiental del Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y en línea con las estrategias de la empresa. Se han introducido en la formación nuevos conceptos como Ecodiseño o Análisis de Ciclo de Vida del Producto. Además, se participa junto a la clientela y proveedores/as en otros grupos de investigación ambiental.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

Un puntaje de **9** indica que; **presenta estrategias empresariales para la**

formación y evaluación periódica ambiental

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Ambiental (DA)



10. La empresa cuenta con alguna Certificación Ambiental a nivel nacional o internacional, a partir de alguna herramienta sencilla (Evaluación de Impacto Ambiental, Análisis de Legislación Ambiental, Auditoría energética). Este Sistema puede estar certificado según UNE - EN ISO 14001 o estar adscrito al Reglamento EMAS II; y además aporta información para redacción de memorias GRI de Sostenibilidad.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Principales conclusiones para la dimensión ambiental

Situación (conclusiones más relevantes extraídas de los decálogos, principales



fortalezas y debilidades de la empresa en lo relativo a esta dimensión, etc.)

Dificultades

Apoyos

Necesidades

Dimensión Social (DS)

1. La empresa cuenta con una Política de Seguridad y Salud Laboral y con objetivos y metas en el ámbito preventivo, que han sido trasladados al campo operacional. Tiene definidas las funciones y responsabilidades en materia preventiva para todas las personas relacionadas con este ámbito. Existe un sistema establecido para el desarrollo de las actividades de mejora con una asignación definida de recursos. Además, existe una sistemática de revisión y mejora que se controla regularmente.

Rúbrica de evaluación;

() Áreas de mejora

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

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

Un puntaje de **3** indica que; **elabora, con la participación efectiva de los**

trabajadores y empleadores, la propuesta de los programas de seguridad y salud en el trabajo

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **el cumplimiento de las obligaciones por parte del empleador en materia de seguridad y salud en el trabajo, dará lugar a las responsabilidades que establezca la legislación nacional**

Un puntaje de **5** indica que; **propone como empleador funciones y responsabilidades en materia preventiva**

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

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **presenta el cumplimiento de distintas normas técnicas INEN presentadas en la página oficial ministerio de trabajo, seguridad y salud en el trabajo**

Un puntaje de **8** indica que; **indica que dispone de un delegado en gestión integral de riesgos**

Un puntaje de **9** indica que; **ser líderes en salvaguardar la integridad, la salud y la vida de las personas trabajadoras**

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)



2. La empresa actualiza la Evaluación Inicial y Valoración del Riesgo de forma regular a través de controles periódicos de las condiciones de trabajo, independientemente de que se produzcan cambios significativos en las mismas. El sistema se complementa con el establecimiento de indicadores relevantes que facilitan la participación en la mejora de las condiciones de trabajo y su gestión con respecto a los objetivos previstos.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

Un puntaje de **3** indica que; **dispone de evaluaciones iniciales y de valoración de riesgo, desactualizadas**

Procesos de mejora

Un puntaje de **4** indica que; **realiza controles arcaicos respecto a la seguridad y salud en el trabajo del trabajador**

Un puntaje de **5** indica que; **presenta actualización en sus obligaciones respecto a seguridad y salud en el trabajo**

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

Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **reporta o registra en la plataforma informática SUT de ministerio de trabajo**

Un puntaje de **8** indica que; **dispone de un plan de prevención de riesgos laborales actualizado**

Un puntaje de **9** indica que; **dispone de personal responsable de seguridad y salud en el trabajo con un delegado especializado en seguridad y salud en el trabajo**

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)



3. La empresa tiene establecido un sistema por el que todas las personas de la empresa participan en la definición del plan estratégico y del plan de gestión anual. Además, se controla y revisa periódicamente el sistema participativo con el que cuenta la empresa.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)



4. La empresa se preocupa por los aspectos relacionados con la igualdad de género por medio de un Plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres que comprende la formación, el lenguaje, y las políticas de contratación y promoción interna.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)

5. La empresa cuenta con una política activa de contratación de colectivos



desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

Un puntaje de 7 indica que; **generar nuevas fuentes genuinas de empleo**
 Un puntaje de 8 indica que; **dispone en su nómina de trabajadores desfavorecidos y/o en riesgo de exclusión de social.**
 Un puntaje de 9 indica que; **presenta estrategias de desarrollo integradora**
 Un puntaje de 10 indica **todos los anteriores**
Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)

6. La empresa cuenta con un sistema de promoción y superación efectiva de



las medidas de conciliación de la vida laboral y personal (excedencias/reducción de jornada por responsabilidades familiares, actividades docentes/políticas/servicios sociales, posibilidad de determinar horarios unilateralmente por el trabajador acogido a dicha situación, reducción de salario no exactamente proporcional a la reducción de jornada, flexibilidad de jornada en aras de conciliar responsabilidades familiares, bonificaciones o pagos de seguros privados durante un período de tiempo, teletrabajo).

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias

Valoración de la capacidad de mejora

Dimensión Social (DS)

7. La empresa tiene establecido un sistema para la recogida de quejas y



reclamaciones y sugerencias de su clientela, se analizan y revisan los resultados; y se ponen en marcha acciones de mejora derivadas de dichas aportaciones recogidas. La empresa mide la satisfacción de la clientela y tiene estructurado un sistema de fidelización de la clientela, cuyos resultados se revisan y se mejoran mediante la puesta en marcha de acciones de mejora derivadas de dichos resultados.

Rúbrica de evaluación;

Áreas de mejora

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

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

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

Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

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

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

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

Evidencias**Valoración de la capacidad de mejora****Dimensión Social (DS)**

8. La empresa cuenta, de forma explícita, con un “código” de prácticas profesionales o carta de servicios para garantizar la honradez y calidad en todos los contratos, acuerdos y publicidad con la clientela. Este documento es conocido por todas las personas, está difundido a toda la clientela y se encuentra integrado en el proceso “gestión de la clientela”.

Rúbrica de evaluación;**() Áreas de mejora**

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

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

por el plan

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

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

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

Evidencias**Valoración de la capacidad de mejora****Dimensión Social (DS)**

9. La empresa tiene definido un sistema en virtud del cual se identifican aquellas entidades con las que se va a colaborar y los proyectos sociales en los que se va a trabajar. Asimismo, la empresa cuenta con un sistema de apoyo a proyectos sociales por el que incentiva y apoya a aquellos trabajadores que, MOTU PROPRIO (propia iniciativa), deciden colaborar con diferentes programas sociales a través de la liberación de un número determinado de horas, financiación, flexibilidad horaria, etc.

Rúbrica de evaluación;**() Áreas de mejora**

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

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

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

() Procesos de mejora

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

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

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

() Buenas prácticas

Un puntaje de **7** indica que; **dispone de una gestión integral de los negocios: no**

solo permite administrar las restricciones de los proyectos como el tiempo, alcance, costo, recursos, calidad, riesgos, sino que también brinda la posibilidad de enfocarse en la propuesta de valor de la organización y la satisfacción de los clientes.

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

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

Un puntaje de 10 indica todos los anteriores

Evidencia

Valoración de la capacidad de mejora



Dimensión Social (DS)

10. La empresa, como práctica habitual, realiza la contratación de proveedores/as locales y tiene establecido un sistema donde se integra a los/las proveedores/as locales y otros agentes económicos, al objeto de participar en proyectos que impulsen el entorno local”.

Rúbrica de evaluación;

() **Áreas de mejora**

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

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

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

() **Procesos de mejora**

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

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

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

() **Buenas prácticas**

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

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

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

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

Evidencia

Valoración de la capacidad de mejora

Principales conclusiones para la dimensión ambiental



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

Dificultades

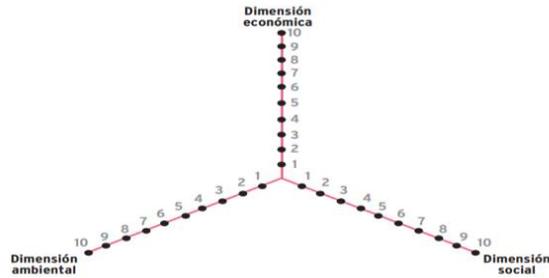
Apoyos

Necesidades

1. Conclusiones generales

En este punto se describen unas conclusiones generales donde, además de destacar los puntos fuertes y las oportunidades de mejora identificados en cada área, se

valorará la posición relativa de la empresa respecto a las tres dimensiones. Así, se



identificará el grado de implantación de prácticas de gestión en el ámbito de la metodología por parte de la organización o empresa. Una vez realizado el trabajo sobre cada una de las dimensiones,

incluyendo el decálogo y los indicadores, llega el momento de realizar una valoración global de la situación de partida de la empresa respecto a la Responsabilidad Social Empresaria con un enfoque sostenible.

3.1 Valoración global

Este primer apartado persigue expresar en forma gráfica y visual la situación de la empresa en materia de RSE. Para ello, utiliza un gráfico de tela de araña en el que se representan los valores promedio obtenidos en la valoración de percepción cualitativa para cada una de las tres dimensiones.

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

Resultados del diagnóstico. valoración global.

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

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

Ilustración 1 las tres dimensiones del diagnóstico

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

Establecer un criterio final

2. Buenas prácticas

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

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

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

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

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

Ficha de buenas prácticas

Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico

Dimensión;

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

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

3. Procesos de mejora

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

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

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

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

<i>identificarla como área de mejora</i>
Enunciado del decálogo con el que está relacionada;

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

4. Áreas de mejora

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

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

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

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

Ficha de área de mejora <i>Se utilizarán tantos cuadros como áreas de mejora se hayan identificado en el diagnóstico</i>
Dimensión;
Título; <i>Una palabra o frase sintética que permita identificar el área de mejora con facilidad</i>
Descripción;

Las claves del comportamiento de la empresa en esta materia que han llevado a identificarla como área de mejora

Enunciado del decálogo con el que está relacionada;

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

5. Elaboración del informe de diagnóstico

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

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

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

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

La versión definitiva de este informe general debería recoger los datos de la empresa y primeros apartados del diagnóstico (en particular la misión y visión de la empresa), además de las fichas de los decálogos cumplimentadas, los indicadores y los apartados de conclusiones que aparecen al final de cada una de las dimensiones. De esta manera reforzaremos la participación que haya podido producirse y motivaremos a los interesados a seguir tomando parte en futuras fases del proceso. Llegados a este punto, la empresa ya habrá realizado su diagnóstico en materia de RSE y estará preparada para abordar la siguiente fase: el Plan de Actuación.

Apéndice. 4. Encuesta de la Metodología BID

1. Cuaderno de trabajo

2.1 Encuesta

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

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

Gracias por su colaboración.

Fecha: _____
COMPETITIVIDAD-0001

Código: UTC-
Día/Mes/Año

Planeamiento estratégico (PE)

Procesos

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

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

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

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

Procesos

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

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

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

Procesos

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

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

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

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

Procesos

15. Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables del área involucrada.

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

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

Procesos

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

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

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

Procesos

17. Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando entre otros factores: nuevos proveedores, nuevos clientes, nuevos competidores, nuevos productos competidores, nuevas tecnologías y nuevas regulaciones.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Procesos

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Implementación

19. El personal esta activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa, así como en los cambios que demanda la implementación de la estrategia.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Implementación

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cadena de Valor (CV)

Planificación

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Planificación

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

3. El proceso de producción es suficientemente flexible para permitir cambios en los productos a ser fabricados en función de satisfacer las necesidades de los clientes.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

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

Evidencias

manifestadas se coloca una calificación

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

Planificación

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacidad

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Capacidad

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Mantenimiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Investigación y desarrollo

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

19. La empresa tiene un plan de contingencia de materias primas críticas, tecnologías críticas y personal crítico que garanticen el normal cumplimiento de sus compromisos comerciales.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aprovisionamiento

20. En general, el criterio usado para seleccionar proveedores de materia prima y materiales es en su orden 1 calidad, 2 servicio, 3 precio, 4 condiciones de pago.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

21. Como resultado de negociaciones con los proveedores se han programado las entregas de materias primas para mantener el inventario en un nivel óptimo según las necesidades.

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

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

Manejo de inventarios

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Manejo de inventarios

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Manejo de inventarios

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Ubicación de infraestructura

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Ubicación de infraestructura

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aseguramiento de la Calidad (AC)

Aspectos Generales

1. La gerencia general tiene como filosofía impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita adecuadamente a sus empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos

Generales

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema

7. Los resultados de las pruebas e inspecciones son claramente documentados a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Merchandising (M)

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

4. La empresa establece objetivos o cuotas de venta, de recaudo y de consecución de clientes nuevos a cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

6. Las estrategias, objetivos y precios de la empresa están determinados con base en el conocimiento de sus costos, la oferta, la demanda y la situación competitiva.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

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

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

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

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

9. La empresa dispone de un sistema de información y análisis que le permite obtener información actualizada sobre sus clientes, sobre sus necesidades, y los factores que guían sus decisiones de compra.

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

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

Mercado Nacional, Mercado y ventas

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

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

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

Servicios

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

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

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

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

Servicios

12. La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente, lo documenta y toma acciones con base en su análisis.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Servicios

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Distribución

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Distribución

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Distribución

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Contabilidad y finanzas (CF)

Monitoreo de costos y contabilidad

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Monitoreo de costos y contabilidad

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Monitoreo de costos y contabilidad

3. La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y rotar sus inventarios existe un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Administración financiera

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Administración financiera

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Normas legales y tributarias

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Normas legales y tributarias

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Talento Humano (TH)

Aspectos Generales

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos Generales

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos Generales

3. Existe una junta directiva que lidera la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Aspectos Generales

4. La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes (ISS u otra EPS, SENA, caja de compensación reglamento de trabajo, reglamento de seguridad industrial, etc.).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Capacitación y promoción del personal

5. La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Capacitación y promoción del personal

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Cultura organizacional

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

11. La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Salud y seguridad industrial

12. La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

13. La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Salud y seguridad industrial

14. La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Gestión Ambiental (GA)

Políticas

1. En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Políticas

2. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Políticas

3. La cultura y la estrategia de la compañía involucra aspectos, impactos y riesgos ambientales.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Políticas

4. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares antes acordados.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

(versión 2022)

Estrategia para proteger al medio ambiente

5. La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos o realiza cambios en su infraestructura física.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

(versión 2022)

Estrategia para proteger al medio ambiente

6. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

(versión 2022)

Concientización y capacitación

7. Se definen y documentan las tareas, responsabilidades, competencias y procedimientos específicos que aseguren el cumplimiento de las normas ambientales, tanto internas como externas.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

(versión 2022)

Administración del desperdicio

8. La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos, el reciclaje, la sustitución de insumos, el mantenimiento preventivo y el uso de otras tecnologías.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

(versión 2022)

Administración del desperdicio

9. La empresa ha medido la cuantía de desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Sistema de información (SI)

Planeación

1. El sistema de información de la empresa está diseñado para satisfacer los requerimientos funcionales de información de la gerencia y de todas las áreas en forma oportuna y confiable.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Planeación

2. La empresa esta actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

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

Planeación

3. El diseño técnico y funcional del sistema responde a las necesidades de información de la empresa y es óptimo con relación al tiempo de proceso y seguridad.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Entradas

4. Se generan, archivan adecuadamente los documentos soportes en las diferentes áreas de la empresa.

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

Entradas

5. La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación de las transacciones en los diferentes sistemas.

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

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

Procesos

6. Como política, la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.

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

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

Procesos

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

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

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

Salidas

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

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

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

Salidas

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

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

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

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

Salidas

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

Evidencias

Entonces en base a las evidencias manifestadas se coloca una calificación

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

3. Presentación y análisis de la información recogida

3.1 Mapa de competitividad

Área	Nota inicial	Preguntas	Ponderación	Nota ponderada
1 Planeación estratégica				
2 Aseguramiento de calidad				
3 Cadena de valor				
4 Merchandising				
5 Contabilidad y finanzas				
6 Talento humano				
7 Gestión ambiental				
8 Sistemas de				

información				
-------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en (Saavedra García, 2012)

3.2 Diseño de un plan de mejoramiento

Una vez realizado el proceso de aplicación del instrumento del mapa de competitividad del BID se diseña del plan de mejoramiento donde se deben tener en cuenta las calificaciones de las áreas, y los recursos con los que cuenta la empresa.

Para cada debilidad encontrada se deben diseñar acciones correctivas, el medio de verificación de los resultados y el lapso de tiempo en el que debe ser alcanzado.

El mapa de competitividad del BID propone presentar el plan de mejoramiento en un cuadro descriptivo donde;

Debilidad o Necesidad	Acciones		Medio para verificar el indicador	Plazo
	Actividad	Tarea		

Fuente: Elaboración propia con base en (Saavedra García, 2012)

Entonces; las debilidades nacen del diagnóstico previamente realizado en la empresa, las acciones correctivas están comprendidas por actividades que se deben realizar y la tarea específica para cada actividad; el medio de verificación de los resultados es lugar donde se van a ver reflejadas las mejoras obtenidas por la empresa y el lapso de tiempo depende de la urgencia de la debilidad para ser realizada en la empresa.

10.2.1 Estrategias de implementación

Aquí se proponen cada estrategia por áreas, que están señaladas en el ítem 1.4.1 en la tabla 1, dichas estrategias son propuestas por los encuestadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi;