



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS

NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTON SAQUISILI,
PROVINCIA DE COTOPAXI”**

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

Autor:

Haro Cuichan Lenin Armando

Tutor:

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Haro Cuichan Lenin Armando, con cédula de ciudadanía No 1722270442 declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILI, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo Licenciado, Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 13 febrero del 2024



Lenin Armando Haro Cuichan

C.C.: 1722270442

ESTUDIANTE

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 **HARO CUICHAN LENIN ARMANDO**, identificado con cédula de ciudadanía **1722270442**, de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **EL 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 CESIONARIO** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILÍ, 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 2024 – Marzo 2024

Aprobación de Consejo Directivo: 30 de noviembre del 2022

Tutor: Licenciado Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

Tema: “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE 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, **EL CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIO** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **EL CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIO** 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 CESIONARIO** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 13 días del mes de febrero del 2024.



Lenin Armando Haro Cuichan
EL CEDENTE

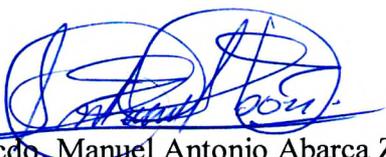
Dr. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.
LA CESIONARIO

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 DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILI, PROVINCIA DEL COTOPAXI”, Lenin Armando Haro Cuichan, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 13 de febrero, 2024



Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

DOCENTE TUTOR

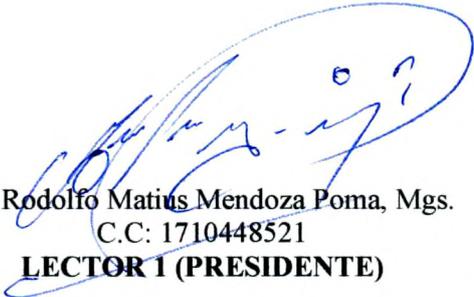
CC: 1103989669

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, el postulante: Haro Cuichan Lenin Armando, con el título de Proyecto investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILÍ, 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.

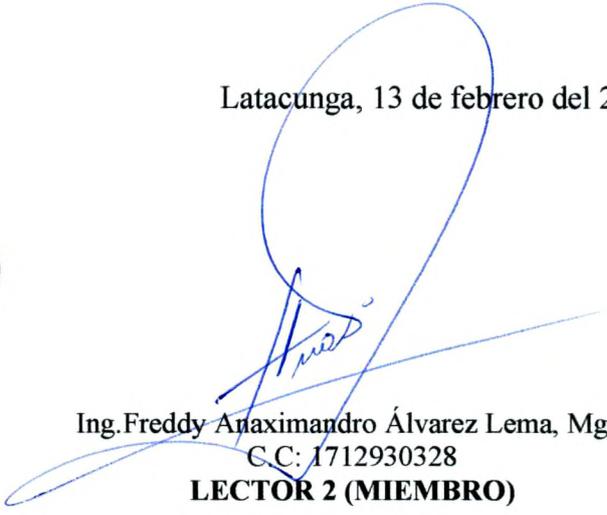
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 13 de febrero del 2024



Ing. Rodolfo Matius Mendoza Poma, Mgs.
C.C: 1710448521

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Freddy Anaximandro Álvarez Lema, Mgs.
C.C: 1712930328

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs.
C.C: 0602636987

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, doy gracias a Dios por bendecirme, darme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia y ser el apoyo, fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

De igual forma, agradezco a todas las autoridades que conforman la Universidad Técnica de Cotopaxi, especialmente a los docentes de esta institución, ya que sin el apoyo y conocimiento no habría sido posible realizar el presente trabajo.

Haro Cuichan Lenin Armando

DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico primeramente a Dios por ser inspirador y darme la fuerza, para continuar en este proceso por que gracias a él todo es posible.

A mi Madre por su amor, paciencia, apoyo incondicional, trabajo y sacrificios en todos estos años, han sido una motivación para que yo alcance esta meta y convertirme en lo que soy, este logro es para ustedes.

A mi hermana/no por estar siempre presente acompañándome y por estar apoyándome moralmente día a día a lo largo de esta etapa de mi vida.

Finalmente, me gustaría dedicar esta tesis a mi familia, mi novia Abigail Toapanta, amigas/os y todas las personas que me han apoyado y fueron dándome fuerza, inspiración y valentía en el trascurso de esta etapa.

Haro Cuichan Lenin Armando

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITULO: “ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE Y OPERACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN SAQUISILI, PROVINCIA DE COTOPAXI”

Autor:
Haro Cuichan Lenin Armando

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo el análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas de transporte y operación Turística del cantón Saquisili, provincia de Cotopaxi. El tipo de investigación es transversal y de alcance relacional teniendo un enfoque cuantitativo debido a que se emplea diversos métodos estadísticos y descriptivos que ayudaron a evaluar las dos variables. Para obtener la población y muestra de estudio se utilizó el catastro turístico de las empresas de transporte turístico del Cantón Saquisili. La técnica utilizada para recopilar los datos de las empresas fue encuestas, para evaluar la variable de sostenibilidad se empleó la metodología InnoVaRSE, es aquella que plantea implementar la responsabilidad social empresarial dentro de las empresas, la cual posee un cuestionario de 30 ítems dirigidas a tres dimensiones las cuales son económica, ambiental y social dando como resultado un índice de 2,82 encontrándose en el rango de áreas de mejora y en fase de planificación. En el segundo objetivo se empleó la metodología del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), el objetivo es la identificación de los problemas existentes y las fortalezas en las empresas evaluadas, para medir esta variable de competitividad se utilizó una encuesta de 103 preguntas dirigida a ocho áreas clasificadas en: planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental, y sistemas de información; el índice obtenido es de 25,37% encontrándose en un rango del 21% a 40% indicando que posee baja competitividad. Una vez obtenidos los índices, se realizó la prueba estadística de correlación de Spearman, mediante el software SPSS, donde los resultados del coeficiente de correlación de sostenibilidad tienen un valor de 1,000. demostrando que la variable esta correlacionada consigo mismo. Por otro lado, el coeficiente de competitividad es de 0,500 indicando que no tiene correlación con la variable de sostenibilidad, en resumen, el valor de ambas variables es mayor al 0,05 lo cual determina que la correlación no es fuerte ni significativa por lo que las empresas no son estables debido a que sus prácticas no involucran las sostenibilidad ni competitividad, En el tercer objetivo se realizó un análisis FODA , utilizando las matrices EFI y EFE, cruzada, evaluación de impactos y estrategias. obteniendo un total de 12 estrategias que ayudaran a las empresas a mejorar de manera sostenible y competitiva dentro del mercado turístico, generando más oportunidades dentro del campo laboral y la rentabilidad a corto y largo plazo.

Palabras clave: Análisis, competitividad, sostenibilidad, metodología, estrategias.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TITLE: “ANALYSIS OF SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF TRANSPORTATION AND TOURIST OPERATION COMPANIES OF THE SAQUISILI CANTON, PROVINCE OF COTOPAXI”

Author:
Haro Cuichan Lenin Armando

ABSTRACT

This research project was based on analyzing about sustainability and competitiveness from transportation and tourism operation companies at Saquisili canton, Cotopaxi province. Transversal and relational in scope were used as the research type, having a quantitative approach because various statistical and descriptive methods are used too that will help evaluate the two variables. To obtain the population and study sample, the tourist registry of the tourist transport companies in Saquisili Canton was used. The technique used to collect the data from the companies was surveys, to evaluate the sustainability variable the InnovaRSE methodology was used, which is one that proposes implementing corporate social responsibility within companies, which has a 30-item questionnaire aimed at three dimensions which are economic, environmental and social, resulting in an index of 2.82, being in the range of areas for improvement and in the planning phase. In the second objective, the IDB (Inter-American Development Bank) methodology was used; the objective was to identify the existing problems and strengths in the evaluated companies. To measure this competitiveness variable, a survey of 103 questions was used aimed at eight areas classified into: strategic planning, value chain, quality assurance, merchandising, accounting and finance, human talent, environmental management, and information systems; The index obtained is 25.37%, falling within a range of 21% to 40%, indicating that it has low competitiveness. Once the indices were obtained, the Spearman compensation statistical test was carried out using the SPSS software, where the sustainability compensation coefficient results have a value of 1,000. proving that the variable is correlated with itself. On the other hand, the competitiveness coefficient is 0.500, indicating that it does not have compensation with the sustainability variable. In summary, both variables value is greater than 0.05, which determines that the compensation is not strong or significant, so, the companies are not stable because their practices do not involve sustainability or competitiveness. In the third objective, a SWOT analysis was carried out, using the EFI and EFE matrices, cross-examination, impacts and strategies evaluation, obtaining a total of 12 strategies that will help companies improve in a sustainable and competitive way within the tourism market, generating more opportunities within the labor field and profitability in the short and long term.

Keywords: Analysis, competitiveness, sustainability, methodology, strategies.

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
INDICE DE CONTENIDOS.....	xi
INDICE DE ANEXOS	xv
INDICE DE TABLAS.....	xv
INDICE DE FIGURAS	xvi
1. INFORMACION DEL PROYECTO	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	3
3.1Beneficiarios Directos.....	3
3.2Beneficiarios Indirectos	4
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
5. OBJETIVOS	7
5.1Objetivo General.....	7
5.2Objetivos Específicos	7

6.	ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS	
	OBJETIVOS PLANTEADOS.....	8
7.	FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO	9
7.1	Marco Legal.....	9
7.1.1	Reglamento de Operación e Intermediación Turística.....	10
7.1.2	Reglamento de Transporte Terrestre Turístico	13
7.2	DEFINICIONES	24
7.2.1	Turismo.....	24
7.2.2	Turismo en Ecuador.....	25
7.2.3	Turistas.....	25
7.2.4	Empresas Turísticas	26
7.2.5	Empresas de transporte y operación turística.....	26
7.2.6	Sostenibilidad.....	27
7.2.7	Metodologías para medir la sostenibilidad	28
7.2.8	Metodología InnovaRSE.....	39
7.2.9	Valoración del instrumento de sostenibilidad.....	40
7.2.10	Competitividad.....	41
7.2.11	Metodologías para medir la competitividad	42
7.2.12	Metodología BID	57
7.2.13	Valoración del instrumento de competitividad	58
7.2.14	Programa SPSS	58
7.2.15	Análisis FODA.....	59
7.2.16	Matriz EFI.....	60
7.2.17	Matriz EFE.....	61

7.2.18	Estrategias de mejora	61
8.	VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS.....	63
8.1	Preguntas científicas	63
9.	METODOLOGÍAS.....	64
9.1	Área de Estudio.....	64
9.1.1	Características generales del cantón Saquisilí	64
9.1.2	Descripción Parroquias	65
9.2	Protocolo de investigación.....	67
9.2.1	Población y muestra	67
9.3.	INTRUMENTO DE CORRELACION DE DATOS.....	68
9.3.1.	Cuestionario	68
9.3.2.	Investigación de campo.....	69
9.3.3.	Recolección de datos.....	71
9.3.4.	Sistematización de recolección de datos.....	71
10.	ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS	72
10.1.	Variables Sostenibilidad	72
10.1.1.	Dimensión económica.....	73
10.1.2.	Dimensión ambiental	74
10.1.3.	Dimensión Social	75
10.2.	Variable de competitividad.....	76
10.2.1.	Área, planeamiento estratégico.....	76
10.2.2.	Área, de cadena de Valor	77
10.2.3.	Área, aseguramiento de Calidad	78
10.2.4.	Área, Merchandising.....	79

10.2.5.	Área, de contabilidad y finanzas	80
10.2.6.	Área, de talento humano	81
10.2.7.	Área, de Gestión Ambiental.....	82
10.2.8.	Áreas, sistemas de información	83
10.3.	Análisis de las empresas	83
10.4.	Índice de sostenibilidad y competitividad	86
10.5.	Prueba estadística de correlación SPSS	88
10.6.	Análisis FODA	89
10.6.1.	Matriz EFI (Evaluación de factores Internos).....	89
10.6.2.	Matriz EFE (Evaluación de factores Externos)	97
10.6.3.	Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).....	105
10.6.4.	Evaluación y análisis estratégico	121
10.6.5.	Estrategias de mejor	125
11.	PRESUPUESTO ESTRATEGICO.....	127
12.	IMPACTOS	129
12.1.	Impacto Social	129
12.2.	Impacto económico.....	130
12.3.	Impacto ambiental.....	130
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
13.1.	Conclusiones.....	130
13.2.	Recomendaciones	131
14.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	132

INDICE DE ANEXOS

Apéndice 1. Hoja de Vida Equipo de Investigación.....	147
Apéndice 2. Evidencia fotográfica	149
Apéndice 3. Instrumento sostenibilidad	150
Apéndice 4. Instrumento de competitividad.....	157

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios directos	4
Tabla 2. Beneficiarios Indirectos.....	5
Tabla 3. Sistematización de Tareas	8
Tabla 4. Metodología para medir la sostenibilidad por empresa.....	29
Tabla 5. Metodologías para medir la sostenibilidad por países.....	32
Tabla 6. Metodologías para medir la competitividad por empresas.....	42
Tabla 7. Metodologías para medir la competitividad por países.....	50
Tabla 8. Empresas de transporte y operación turística del Cantón Saquisilí.....	70
Tabla 9. Cronograma de salidas de Campo	71
Tabla 10. Matriz de evaluación interna (MEFI)	92
Tabla 12. Matriz de evaluación externa (MEFE)	99
Tabla 13. Matriz FODA.....	106
Tabla 14. Valoración EFI	109
Tabla 15. Valorización EFI	112
Tabla 16. FODA Cruzado.....	115
Tabla 17. Análisis estratégico.....	122

Tabla 18. Estrategias de mejora para las empresas de transporte turístico y operación turístico. 126

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cantón Saquisili, Provincia Cotopaxi	64
Figura 2. División Política Saquisili.....	65
Figura 3. Dimensión económica.....	73
Figura 4. Dimensión Ambiental	74
Figura 5. Dimensión Social	75
Figura 6. Planeamiento Estratégico	76
Figura 7. Cadena de Valor.....	77
Figura 8. Aseguramiento de Calidad	78
Figura 9. Merchandising.....	79
Figura 10. Contabilidad y Finanzas	80
Figura 11. Talento Humano.....	81
Figura 12. Gestión Ambiental	82
Figura 13. Sistemas de Información.....	83
Figura 14. Análisis de las empresas.....	84
Figura 15. Índice de contabilidad y sostenibilidad.....	87
Figura 16. Correlación de Spearman	88

1. INFORMACION DEL PROYECTO

Título

Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas de transporte y operación turística en el cantón de Saquisilí provincia de Cotopaxi.

Lugar de ejecución.

Cantón Saquisilí – Provincia de Cotopaxi zona

Institución

Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Carrera de Turismo

Carrera

Licenciatura en Turismo

Proyecto vinculado:

Análisis de la sostenibilidad de las empresas turísticas de la provincia de Cotopaxi.

Nombres del Equipo de Investigación (Apéndice 2)

Tutor: Lcdo. Mg. Manuel Antonio Abarca Zuquinaula

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

Número telefónico: 0991975168

Estudiante: Lenin Armando Haro Cuichan

Correo electrónico: Lenin.haro0442@utc.edu.ec Número telefónico: 0959759688

Área de Conocimiento

En Conformidad con la clasificación internacional normalizada de la educación, Cine- UNESCO, el área de 81 servicios y, servicios personales.

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sub- línea de investigación

Análisis del turismo

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo de este estudio es analizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí, provincia del Cotopaxi. Se pretende dar un realce a estas empresas mejorando su imagen, reputación y la prestación de sus servicios, mediante estrategias que permitan ser competitivas y posean buenas prácticas.

En ese sentido la importancia del proyecto, está planteado para determinar el nivel de sostenibilidad y competitividad. en las empresas que se dedican a brindar servicio de transporte y operación turística dentro del cantón Saquisilí, con el fin de generar estrategias de desarrollo y mejora para los propietarios, los cuales son beneficiarios directos, ayudando con la mejora de calidad de servicios y optimicen los procesos de producción, control y ventas.

En la variable de sostenibilidad, se crearán estrategias que permitan tomar acciones necesarias que cumplan con el buen desarrollo de los tres ejes de la sostenibilidad, los cuales son: social, económico y ambiental, así como el ahorro de recursos naturales y el cumplimiento de regulaciones ambientales, mediante certificaciones que comprueben la calidad de servicios amigables con el medio ambiente.

Así mismo, en la variable de competitividad se enfocará principalmente en la gestión interna de las empresas, generando ventajas como la mejora de la calidad del servicio, la innovación en oferta turística, la eficiencia operativa, la atracción de más clientes, reducción de costos y el crecimiento empresarial. permitiéndoles distinguirse en el mercado turístico.

Por lo tanto, se propondrán estrategias a partir de un estudio interno y externo (FODA) de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi , con

lo cual se pretende fomentar la sostenibilidad, buscando la responsabilidad social empresarial y la competitividad dentro del mercado turístico, mejorando la calidad de los servicios que ofrecen, beneficiándose así mismo, como a la población en general y se lo realizará mediante la implementación de buenas prácticas

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios del proyecto de investigación, se encuentran relacionados de manera directa e indirecta, para aquello se consideró a los residentes en el cantón Saquisilí, propietarios de empresas de transporte y operaciones turísticas, turistas nacionales y extranjeros. Los beneficiarios serán en general los conocimientos sobre buenas prácticas, potenciando los procesos dentro de su organización, garantizando y mejorando la relación con su mercado, en base a esto se tomó los datos de las empresas de transporte y operación turística del inventario, generado por el Gad del cantón Saquisilí y último censo del 2010, que lo realiza el instituto nacional de estadística y censos del Ecuador (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010)

3.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos de este proyecto de investigación, son las personas propietarias de las empresas de transporte y operación turística, se tomaron en cuenta las empresas catastradas las cuales son 3, identificando las falencias de cada una para posteriormente determinar acciones que ayuden a mejorar la calidad de los servicios que ofertan a la demanda turística.

NOTA: cabe mencionar que en el cantón Saquisilí, no se encontraron empresas prestadoras de servicios de operación turística, al transcurso de la ejecución del proyecto.

Tabla 1.*Beneficiarios directos*

Beneficiarios	Cantidad
Propietarios de empresas de transporte y operación turística.	3 empresas formaron parte del levantamiento de información las cuales son: Coop. de taxis “Saquitax” Coop. “Taxis Saquisili” Coop. de buses nacional Saquisili

Nota: catastro turístico cantón Saquisili. (2022)

3.2 Beneficiarios Indirectos

Para la identificación de los beneficiarios indirectos, se toma en cuenta a los residentes del cantón Saquisili, que cuenta con 25.320 habitantes, distribuidos en parroquias como Saquisili, zona urbana y tres parroquias rurales que son: Canchangua, Chantilin, Cochapamba. La población identificada tendrá beneficios de forma indirecta ya que, ellos conjuntamente con los visitantes que cumplen con función de activar la economía, además de promocionar la oferta turística que tiene el cantón, por otra parte, el beneficio de esta investigación también se les atribuye a los turistas nacionales como extranjeros que ingresan a este territorio para aquello las cifras que se manejan dentro del plan de desarrollo turístico del cantón, al igual, los estudiaste de la carrera de turismo de la universidad técnica de Cotopaxi, para tener una base de datos sobre el cantón, la razón de ser es que las personas que visiten, disfruten de un servicio de calidad con una buena atención por parte de las empresas de transporte y operación turística.

Tabla 2.*Beneficiarios Indirectos*

BENEFICIARIOS INDIRECTOS			
Pobladores Cantón Saquisilí	Hombres	Mujeres	Total
	11957 hab.	13363 hab.	25.320 hab.
Universidad técnica de Cotopaxi (Lic. Turismo)			270 Aprox

Nota. Instituto Nacional de estadística y censos 2010. Fuente: (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)

Las empresas de transporte y operación turística, son aquellas que operan a gran escala en la organización de los servicios de transporte de pasajeros, aéreos, marítimos y terrestres, y la oferta de servicios a nivel internacional abarcando una amplia cobertura geográfica. (CEPAL, 2001)

Las empresas de transporte y operación turística, en Ecuador desempeñan un papel fundamental en la industria del turismo, así mismo existen varias problemáticas, como la competencia desigual entre empresas formales e informales, lo que dificulta el buen desarrollo de

la sostenibilidad y competitividad de las empresas legalmente establecidas en el territorio nacional. (Torres, Falconi, Espín, & Fierro, 2018).

Según Cepal (2001) y Torres, Espín, & Fierro, (2018) las empresas prestadoras de servicio del Ecuador, deben tener una calidad turística altamente sostenible y competitiva, con el cual, nos da a entender que mientras las empresas prestadoras de servicios, según vayan creciendo tienden a diferenciarse con las demás empresas, mientras más grande la empresa, más sostenible y competitividad debe ser en el mercado turístico.

En el cantón Saquisilí, las empresas de transporte y operación turística, sufren problemáticas como la falta de capacitación adecuada al personal, la falta de seguridad en las carreteras, así mismo el turista nacional como extranjero llega a tener una imagen negativa de la ciudad debido a la falta de mantenimiento al utilizar, los servicios turísticos. (GADM, 2020).

La falta de empresas de transporte y operación turística, el abandono por partes de las autoridades en el cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, es una de las principales problemáticas, ya que, por parte de los habitantes del lugar, no se pretende emprender en ninguna categoría de las empresas de investigación, enfocándose más a la agricultura, lo que genera una gran disminución de recursos económicos, para las PYMES y el capital que ingresa al cantón por parte de turistas nacionales y extranjeros que requieren utilizar estos servicios. La visión de esta investigación, es que el cantón Saquisilí, tenga crecimiento de empresas sostenibles y competitivas, para ello es importante que pongan en práctica las estrategias propuestas, con el fin de mejorar la calidad de sus servicios.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

- Analizar la sostenibilidad y la competitividad, a través de la estadística inferencial, planteando estrategias de mejora en las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi.

5.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la sostenibilidad de las empresas de transporte y operación turísticas, aplicando la metodología inovaRSE, la cual califica tres ejes que son: económico, social y ambiental.
- Medir la competitividad de las empresas de transporte y operación turísticas, utilizando la metodología BID, banco internacional de desarrollo la cual califica 8 áreas y sub áreas dentro de las empresas.
- Proponer estrategias de mejora para las empresas de transporte y operación turísticas, aplicando una matriz FODA.

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

. Para el desarrollo del proyecto de investigación se han determinado actividades y tareas de acuerdo a los objetivos establecidos con anterioridad, como se muestra en la tabla.

Tabla 3.

Sistematización de Tareas

ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS			
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADOS OBTENIDOS
Objetivo 1 Evaluar la sostenibilidad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de la población de estudio. - Elaborar un cronograma de salidas de campo. - Planificación del mapeo. - Aplicación de las encuestas Innovarse a los dueños o gerentes de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili. - Sistematización de la información recolectada en la salida de campo. - Aplicación de la prueba estadística de correlación a la variable sostenibilidad el SPSS. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica - Identificación de población - Metodología InnovaRSE. - Técnica de recolección de datos en campo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inventario de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili. - Registro de datos a través del instrumento InnovaRSE.
Objetivo 2 Medir la competitividad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili.	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación del instrumento de la metodología BID a los dueños o gerentes de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili. - Sistematización de la información obtenida en campo. - competitividad mediante SPSS. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica. - Metodología BID - Método de Correlación para la variable de competitividad 	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
Objetivo 3 Proponer estrategias de mejora para las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili.	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematizar la información recolectada en el campo a través de los instrumentos de recolección de datos. - Realizar cuadros estadísticos descriptivos con los datos obtenidos. - Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las dos variables de estudio. - Elaboración de una tabla FODA. - Identificación de los problemas a través de resultados estadísticos y proponer estrategias de mejora para las empresas de transporte y operación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Herramientas de la estadística inferencial - SPSS - Matriz FODA - Matriz MEFÉ, MEFI - Matriz Cruzada - Matriz Estratégica 	Proponer estrategias

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

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.

Ley de Turismo

Indica que su objetivo a realizar durante el proceso de promoción y desarrollo en el sector turístico con el fin de mantener un control adecuado entre el estado, las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. *Art1*, (Ley de Turismo, 2014)

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. *Art2*, (Ley de Turismo, 2014)

Nos indica, que es necesario la inscripción de los prestadores de servicios turísticos y validaciones de licencias anuales, que acredite la correcta funcionabilidad de cada tipo de servicios que ofrece. *Art8*.((Ley de Turismo, 2014)

del Reglamento General a la Ley de Turismo determinan las definiciones de las actividades de operación e intermediación turística, las cuales deben ajustarse a la situación del turismo a nivel mundial, así como a la realidad comercial y del mercado. *Art43*(Ley de Turismo, 2014)

Importancia de la ley de turismo

La ley organiza del turismo tiene gran importancia por el principal objetivo de dictar las medidas o reglas que garantizan el desarrollo y promoción del turismo, como actividad económica, tanto de interés nacional, prioridades para la nación, enmarcada de realizar estrategias de desarrollo socio productivo armónico y sustentable para el estado, buscando fortalecer el sector turístico.

7.1.1 Reglamento de Operación e Intermediación Turística

PRELIMINAR

CAPITULO I

DEL OBJETO Y AMBITO

Art. 1. -Objeto. El presente reglamento regula las actividades de operación e intermediación turística, las cuales se encuentran contenidas en la Ley de Turismo y su reglamento.

Art. 2. -Ámbito. Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria a nivel nacional.

Art. 3. -Definiciones: Establece definiciones clave para la aplicación del reglamento, incluye términos como canal virtual, comercialización virtual, paquete turístico, ramas de conocimiento o afines a la operación e intermediación turística, viaje y visitas. Estas definiciones son importantes porque ayudan a clarificar los términos y conceptos utilizados en el reglamento, lo que facilita su aplicación y cumplimiento.

- Canal virtual: medio de comunicación virtual que permite el intercambio de información.
- Comercialización virtual: conjunto de procesos mediante los productos o servicios son puestos a disposición del cliente a través de canales virtuales.
- Paquete turístico: conjunto de servicios turísticos, prediseñado y comercializado por una agencia turística, ajustado a la solicitud del cliente.
- Ramas de conocimiento afines a la operación e intermediación turística: conocimientos reconocidos mediante el Sistema Ecuatoriano de Educación Superior.
- Viaje: acción de moverse de un lugar a otro ya sea por placer, trabajo, estudio u otra razón, utilizando diferentes medios de transporte como aviones, trenes, coches, autobuses o barcos.

- Visitas: acción de ir a un lugar a pasar un tiempo determinado con el propósito de conocer y disfrutar.(Reglamento de Operación e Intermediación Turística, 2016)

En resumen, este artículo establece las definiciones clave necesarias para la correcta funcionalidad a la aplicación del reglamento.

Art. 4. – Derechos del usuario. – Establece los derechos que tienen los turistas que contratan servicios turísticos a través de una agencia de turismo registrada en el Ministerio de Turismo. Estos derechos incluyen recibir información clara y precisa sobre los servicios turísticos ofrecidos, los precios y las condiciones de contratación, así como un contrato escrito especificando los términos y condiciones. Además, los turistas tienen derecho a recibir servicios turísticos de calidad que cumplan con las expectativas y necesidades acordadas previamente, así como una atención personalizada y trato respetuoso por parte del personal de la agencia turística, en caso de incumplimiento, los usuarios tienen derechos a presentar quejas para solicitar una solución justa. (Alvarado Espinel, 2016)

En resumen, el artículo busca proteger los derechos e intereses de los turistas, basándose a las opiniones de ellos, que contratan servicios turísticos en agencias en Ecuador.

Art. 5. – Obligaciones del usuario. – El artículo establece las obligaciones que tienen los turistas al contratar servicios turísticos a través de una agencia de turismo. Estas obligaciones incluyen proporcionar información precisa y completa sobre sus necesidades y expectativas en relación con los servicios turísticos que desean contratar, así como cumplir con los términos y condiciones establecidos en el contrato. Los turistas también tienen la responsabilidad de respetar las normas y regulaciones en relación con los servicios turísticos, así como de informar a la agencia sobre cualquier inconveniente y tomar las medidas necesarias para resolverlo.(Alvarado Espinel, 2016)

En resumen, busca fomentar una relación justa y equilibrada entre los turistas y las agencias de turismo, promoviendo la responsabilidad y respeto entre empresa y cliente. .

Art. 6. – Derechos de las agencias de servicios turísticos. – Entre los derechos incluyen el de ofrecer servicios turísticos de calidad, a fijar precios de sus servicios y a recibir un pago justo por los mismos. Las agencias también tienen derecho a recibir información precisa y completa sobre los turistas que contratan sus servicios, así como exigir el cumplimiento de los términos y condiciones establecidos en el contrato. Además, las agencias tienen derecho a proteger su propiedad intelectual y a ser protegidas contra la competencia desleal. (Reglamento de operación e intermediación Turística, 2016)

En resumen, el artículo busca garantizar un ambiente justo, para las agencias de turismo en Ecuador, protegiendo sus derechos e intereses mientras ofrecen servicios turísticos de calidad a los clientes que deseen adquirir sus servicios.

DE LA INTERMEDIACIÓN, OPERACIÓN DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y DEL REPRESENTANTE DE VENTAS

CAPITULO II

DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 15. – Clasificación. – Este artículo establece que las agencias de servicios turísticos se clasifican en: agencia de viajes mayorista, agencia de viajes internacional, operador turístico y agencia de viajes dual. La clasificación determinada es aplicable en el Ecuador la misma no tiene relación con clasificaciones internacionales. (Alvarado Espinel. 2016.)

En resumen, el artículo muestra la clasificación de los servicios turísticos en agencias las cuales cumplen y son aplicables en el territorio ecuatoriano.

7.1.2 Reglamento de Transporte Terrestre Turístico

DE LA ORGANIZACIÓN

CAPITULO I

OBJETO, DEFINICIÓN Y AMBITO DE COMPETENCIA

Art. 2. – Observancia. – Estas obligaciones incluyen: cumplir con las normas de tránsito, garantizar la seguridad y comodidad de los pasajeros, mantener los vehículos en buen estado y asegurar que los conductores estén debidamente capacitados y posean la licencia correspondiente. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014)

En resumen, se forman requisitos específicos para los vehículos utilizados en servicios turísticos, como la obligación de contar con un seguro de responsabilidad y un sistema de monitoreo y control.

Art. 4.- Transporte terrestre turístico. - Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías de transporte terrestre turístico, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014)

En resumen, nos habla de considerar a las empresas prestadoras de transporte terrestre como herramientas de apoyo y de competencia, dentro del mercado de las empresas prestadoras de servicios de transporte turístico.

Art. 6. – Ámbito de operación. – Las compañías autorizadas para prestar el servicio de transporte terrestre turístico a nivel nacional son aquellas que cuentan con un permiso de operación otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito. Este servicio puede ser contratado a través de agencias de viaje, pero siempre será prestado por las compañías autorizadas. En caso de servicios

transfronterizos e internacionales, el permiso será otorgado de acuerdo a los convenios y normas internacionales.(Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014)

En resumen, establece que solo las compañías de transporte terrestre turístico con un permiso de operación otorgado por la ANT, están autorizadas para prestar el servicio a nivel nacional.

CAPITULO II

CLASIFICACIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

Art. 8. – Clasificación del transporte terrestre turístico. – El transporte terrestre turístico se divide en dos principales categorías: según el ámbito de operación y se distinguen tres tipos: transporte terrestre turístico nacional, transporte terrestre turístico transfronterizo y transporte terrestre turístico internacional. La segunda categoría es en base al tipo de servicio y existen cuatro opciones: traslados, excursiones, giras y circuitos cerrados.(Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014)

En resumen, el transporte que va a ser utilizado se tiene una clasificación precisa para la adquisición de los servicios por parte de los turistas.

Art. 25.- Dimensionamiento de flota. - Para el dimensionamiento de flota de las compañías ya existentes de transporte comercial, se dará plena observancia a los estudios técnicos de validados y aprobados por el Directorio de la Agencia Nacional de Tránsito, en coordinación con la Autoridad Nacional de Turismo.

En resumen, nos habla del uso de transporte comercial como prestadores de servicios dentro de la empresa.

DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CAPITULO II

DE LOS REGISTROS Y LICENCIAS DE TURISMO

Art. 27. – Requisitos para la obtención del registro de turismo. – Para obtener el Registro de turismo necesario para prestar el servicio de transporte terrestre turístico, la compañía debe cumplir con requisitos como poseer su copia de la escritura de la compañía registrada e inscrita en el Registro mercantil y sus reformas; copia del nombramiento del representante legal; proporcionar los contratos por los cuales se prestará el servicio, que contengan sobre el origen y destino del viaje, pago, tarifa a cobrar así como la garantía de calidad del servicio; presentar un inventario de la empresa firmado por el representante legal; hacer una declaración de activos para cancelar el 1 por mil, debidamente firmada por el representante de la empresa proporcionando un listado de todas las unidades vehiculares con las que cuenta la compañía y la solicitud debe ser presentada ante la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados correspondientes.

En resumen, se establece los requisitos necesarios para obtener el registro de turismo y que documentos son necesarios para prestar el servicio de transporte terrestre turístico, Entre los requisitos se encuentran presentar copias de la escritura de constitución y del nombramiento del representante legal, proporcionar los contratos por los cuales se prestará el servicio, presentar un inventario valorado de los activos de la empresa y un listado de todas las unidades vehiculares con las que cuenta la compañía.

Art. 28. Licencia Única Anual de Funcionamiento. - La Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia pueden otorgar una licencia única anual de funcionamiento a las compañías que prestan servicios de transporte terrestre turístico y que cumplan con los requisitos establecidos en el artículo anterior.

Esta licencia será válida por un año a partir de su otorgamiento. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

En resumen, las autoridades mencionadas en el artículo pueden otorgar la licencia anual de funcionamiento, siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos, y la licencia es válida por un año una vez caducada debe ser actualizada por el servidor.

Art.32.- Vehículos especiales. - Son aquellos vehículos contruidos o adecuados para realizar transporte turístico combinado con otras actividades turísticas y recreativas como las de servicio de alimentos y bebidas y otras que en conjunto se consideran operación turística. Se podrán considerar vehículos especiales los buses de dos pisos, bus, limusinas, discotecas rodantes, restaurantes rodantes o cualquier otro tipo que determine la ANT en coordinación con la Autoridad Nacional de Turismo, para lo cual se definirán las características que deberán observar los mismos, llevarán el, respectivo adhesivo identificativo habilitante y darán plena observancia a las disposiciones emanadas por parte de ambas entidades. Para la habilitación de buses, como un vehículo especial destinado exclusivamente a la recreación en el ámbito turístico, se dará observancia a las siguientes disposiciones:

- 1.El servicio será únicamente para pasajeros.
- 2.Queda prohibido totalmente para esta modalidad la instalación de parrillas en la parte superior o cualquier aditamento, estructura o compartimiento dispuesto al transporte de carga o equipaje, esto al considerarse que es un transporte recreativo de Turismo de pasajeros.
3. Las bancas deberán disponer de asideros por cada pasajero de forma que permita tener un medio de agarre para que el pasajero pueda sujetarse.
8. Las bancas tanto en el espaldar como en la base de las mismas deberán ser diseñadas de forma que presten una superficie antideslizante, esto para garantizar la movilidad segura y cómoda del pasajero a lo largo del trayecto a realizarse.

9. El material del piso presentará una superficie antideslizante.
12. El vehículo dispondrá de botiquín para primeros auxilios.
13. El vehículo deberá contar con triángulos de seguridad en caso de emergencia.
14. El vehículo siempre tendrá a disposición las herramientas necesarias básicas para casos de emergencia. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

En resumen, los vehículos categorizados como especiales deberán cumplir con los puntos indicados por el reglamento para su correcto funcionamiento.

Art. 41.- Regulación y control. - La ANT ejercerá la regulación y control mediante inspecciones y demás acciones que permitan establecer el fiel cumplimiento de la normativa vigente en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, los reglamentos, instructivos, normas técnicas y resoluciones emanadas por esta entidad, dentro del ámbito de operación de las compañías de transporte terrestre turístico, estableciendo los correctivos y sanciones contenidos en la Ley. La ANT podrá revocar el permiso de operación concedido, de acuerdo a la gravedad de la falta y al interés público comprometido, de conformidad al procedimiento establecido la normativa vigente. De igual forma, la Autoridad Nacional de Turismo, en el ámbito de sus competencias, está facultada para supervisar el fiel cumplimiento de las disposiciones contempladas en este reglamento y en caso de incumplimiento aplicará las sanciones contempladas en la Ley de Turismo, de acuerdo a la gravedad de la falta y en protección del consumidor de servicios turísticos. Toda sanción impuesta por la ANT o por la Autoridad Nacional de Turismo deberá ser notificada entre sí, con el fin de que quede registrado en el expediente de la prestadora de transporte terrestre turístico. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

Art. 42.- Sanciones. - La inobservancia de las disposiciones contenidas en el presente Reglamento, será sancionada de conformidad con la normativa de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y/o la normativa de turismo, según corresponda. La revocatoria del permiso de

operación de transporte terrestre emitido por la ANT constituye causal de revocatoria de la Licencia Única Anual de Funcionamiento otorgada por la Autoridad Nacional de Turismo, y viceversa. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

Art. 43.- Sujetos de control y seguridad de los turistas.- En caso de violación a las disposiciones contenidas en el presente reglamento, las autoridades de control iniciarán las acciones que correspondieren contra los responsables, sean los titulares del permiso de operación, registro de turismo, licencia única anual de funcionamiento, conductor o guía, según corresponda, sin embargo, en todo caso, precautelarán que los turistas o excursionistas no sufran inconvenientes ni afectaciones en la prestación del servicio. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

7.1.3 Reglamento a ley de transporte terrestre tránsito y seguridad vial

CAPITULO 1

Capítulo 1 – De la agencia nacional de tránsito.

La Agencia Nacional de Tránsito es el ente responsable encargado de ejecutar las políticas y decisiones dictadas por el Ministerio del sector, en el ámbito de su competencia, sin perjuicio de las atribuciones de los GADs. Su organización, estructura y competencias se regirán por la Ley, este Reglamento y demás normas aplicables. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

En resumen, no habla que la ANT. es la responsable de ejercer las políticas y está en la toma de decisiones.

Art. 40.- El transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial que responde a las condiciones de:

Responsabilidad. - Es responsabilidad del Estado generar las políticas, regulaciones y controles necesarios para propiciar el cumplimiento, por parte de los usuarios y operadores del transporte terrestre, de lo establecido en la Ley, los reglamentos y normas técnicas aplicables.

Universalidad. - El Estado garantizará el acceso al servicio de transporte terrestre, sin distinción de ninguna naturaleza, conforme a lo establecido en la Constitución de la República y las leyes pertinentes.

Accesibilidad. - Es el derecho que tienen los ciudadanos a su movilización y de sus bienes, debiendo por consiguiente todo el sistema de transporte en general responder a este fin.

Comodidad. - Constituye parte del nivel de servicio que las operadoras de transporte terrestre de pasajeros y bienes deberán cumplir y acreditar, de conformidad a las normas, reglamentos técnicos y homologaciones que para cada modalidad y sistema de servicio estuvieren establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

Continuidad. - Conforme a lo establecido en sus respectivos contratos de operación, permisos de operación, autorizaciones concedidas por el Estado sin dilaciones e interrupciones.

Seguridad. - El Estado garantizará la eficiente movilidad de transporte de pasajeros y bienes, mediante una infraestructura vial y de servicios adecuada, que permita a los operadores a su vez, garantizar la integridad física de los usuarios y de los bienes transportados respetando las regulaciones pertinentes.

Calidad. - Es el cumplimiento de los parámetros de servicios establecidos por los organismos competentes de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

Estandarización. - A través del proceso técnico de homologación establecido por la ANT, se verificará que los vehículos que ingresan al parque automotor cumplan con las normas y reglamentos técnicos de seguridad, ambientales y de comodidad emitidos por la autoridad, permitiendo establecer un estándar de servicio a nivel nacional.

Medio ambiente. - El estado garantizará que los vehículos que ingresan al parque automotor a nivel nacional cumplan con normas ambientales y promoverá la aplicación de nuevas tecnologías que permitan disminuir la emisión de gases contaminantes de los vehículos. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

CAPITULO II CLASES DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 54.- El servicio de transporte terrestre público consiste en el traslado de personas, con o sin sus efectos personales, de un lugar a otro dentro de los ámbitos definidos en este reglamento, cuya prestación estará a cargo del Estado. En el ejercicio de esta facultad, el Estado decidirá si en vista de las necesidades del usuario, la prestación de dichos servicios podrá delegarse, mediante contrato de operación, a las compañías o cooperativas legalmente constituidas para este fin. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

En resumen, nos habla que las empresas de transporte terrestre publico pueden realizar el traslado de las personas de un lugar a otro con fines personales los cuales podrían ser de visita a lugares dentro del rango correspondido por cada transporte.

Art. 55.- El servicio de transporte terrestre comercial consiste en trasladar a terceras personas y/o bienes, de un lugar a otro, dentro del ámbito señalado en este Reglamento. La prestación de este servicio estará a cargo de las compañías o cooperativas legalmente constituidas y habilitadas para este fin. Esta clase de servicio será autorizado a través de permisos de operación. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

SECCION II - De los tipos de transporte comercial

Art. 62.- El servicio de transporte terrestre comercial de pasajeros y/o bienes (mercancías), puede ser de los siguientes tipos:

Taxi: Consiste en el traslado de terceras personas a cambio de una contraprestación económica desde un lugar a otro dentro del ámbito intracantonal autorizado para su operación, y excepcionalmente fuera de ese ámbito cuando sea requerido por el pasajero. Se realizará en vehículos automotores autorizados para ese efecto con capacidad de hasta cinco pasajeros incluido el conductor. Deberán cumplir las exigencias definidas en el reglamento específico emitido para el efecto y las ordenanzas que emitan los GADs. Además, contarán con equipamiento (taxímetros) para el cobro de las tarifas respectivas, durante todo el recorrido y tiempo que fueren utilizados por los pasajeros, los mismos que serán utilizados obligatoriamente a nivel nacional, de tecnología homologada y certificada por la ANT o por los GADs que hayan asumido las competencias, cumpliendo siempre con las regulaciones de carácter nacional emitidas por la ANT de acuerdo a este Reglamento y las normas INEN.

Se divide en dos subtipos: Convencionales: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio de manera directa en las vías urbanas, en puntos específicos definidos dentro del mobiliario urbano (paradero de taxi), o mediante la petición a un centro de llamadas. Ejecutivos: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, exclusivamente, a través de un centro de llamadas, siendo el recorrido autorizado el solicitado por el cliente.

Servicio alternativo-excepcional: Consiste en el traslado de terceras personas desde un lugar a otro en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial. Los sectores urbano-marginales y rurales donde podrá operar esta clase de servicio serán definidos por los Municipios respectivos. Los títulos habilitantes serán responsabilidad de la

Agencia Nacional de Tránsito, o de los GADs que hayan asumido la competencia, según el caso. Las características técnicas y de seguridad del servicio de transporte alternativo-excepcional y de los vehículos en que se preste será regulado por la Agencia Nacional de Tránsito que dictará el reglamento específico. (Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

Art. 63.- Los servicios de transporte terrestre de acuerdo a su clase, tipo y ámbito podrán prestarse en los siguientes vehículos, cuyas características se establecerán en la reglamentación y normas INEN vigentes

TRANSPORTE TERRESTRE COMERCIAL:

Transporte Intraprovincial

Transporte Escolar e Institucional: Furgonetas, microbuses, mini buses y buses

(Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador – ANT, 2014.)

Permisos para creación de empresa turística

Capítulo I – Funciones del Ministerio de turismo

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

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

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

7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones,

entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.

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

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

a) La concesión del registro de turismo;

b) La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;

c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;

d) El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro.

e) La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.

Art. 7.- De la potestad normativa. - El Ministerio de Turismo con exclusividad y de forma privativa expedirá las normas técnicas y de calidad a nivel nacional necesarias para el funcionamiento del sector, para cuya formulación contará con la participación de todos los actores involucrados en el turismo. La participación referida en este artículo es obligatoria, previa, se la realizará a través de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector, formalmente organizadas y sus resultados serán referenciales para las instituciones del Estado.

Art. 8.- Control a través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos. (Ejecutivo Bejarano, 2002) pág. 3-4.

7.2 DEFINICIONES

7.2.1 *Turismo*

El turismo ha evolucionado enormemente a lo largo de la historia, En sus orígenes se relacionaba con la búsqueda de salud y descanso, en lugares con climas tranquilos, con el tiempo el turismo comenzó a ser visto como una actividad más recreativa y se popularizó en las clases con más dinero.

Con la llegada del ferrocarril y el barco a vapor, el turismo se convirtió en una actividad más accesible para la clase media. El turismo experimentó un gran crecimiento gracias al desarrollo de los medios de transporte y a la mejora de las infraestructuras turísticas. Apareciendo así nuevos tipos de turismo como el rural, de masas y ecoturismo.

En la actualidad el turismo es una industria globalizada y en constante evolución. El desarrollo de las tecnologías digitales ha transformado la forma en que los viajeros planifican y reservan sus viajes, también se ha visto involucrada la preocupación por el medio ambiente, y se ve impulsado por la aparición del turismo sostenible y responsable. aún existe controversia, en torno a la conceptualización del turismo, debido a las múltiples interpretaciones que se le ha dado con el tiempo a este fenómeno.(Acerenza, 2016.)

El turismo es conocido por la actividad de Thomas Cook en 1841, quien organizo un vahé en tren para 570 personas asistiendo a un congreso antialcohólico. Este evento, realizado sin fines de lucro fue el inicio de una carrera exitosa como organizador de excursiones. Los aportes de Cook al turismo aceleraron su desarrollo en todo el mundo y fueron reconocidos años más tarde.

Se sabe que el turismo es la movilización de las personas por un determinado tiempo, ya sea para realizar actividades recreativas, actividades de negocios y actividades personales.

7.2.2 Turismo en Ecuador

El turismo se ha convertido en una actividad con gran potencial para diversificar la economía de los países. Ecuador, cuya economía depende en gran medida del sector primario, ha impulsado iniciativas para diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos. El gobierno ecuatoriano ha puesto en marcha el Plan Estratégico de Turismo 2020 y la propuesta del Turismo Consciente, que promueve un modelo turístico más sostenible. Este trabajo se centra en el turismo consciente, una modalidad de turismo que se basa en los principios de sostenibilidad y ética. (Castillo Montesdeoca, Martínez Roget, & Vázquez Rozas, 2015.)

El Ecuador, tiene una posición geográfica estratégica. Sus costas en el Océano Pacífico están influenciadas por dos corrientes: fría y cálida, lo que le brinda un ecosistema natural único y una alta biodiversidad. El país se divide en cuatro regiones: Insular o Galápagos, Costa o Litoral, Sierra o Interandina y Oriente o Amazonía, cada una con características distintivas.

En 2017 se celebró el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, lo que lleva a explorar alternativas que hagan posible el aprovechamiento de las oportunidades, que origina el proceso de globalización sin agudizar las contradicciones intrínsecas del mismo. (Llor Bravo et al., 2018)

En Ecuador, ha transitado por un proceso de cambio político y social fundamentado, en el marco legal vigente, tomando como base la Constitución y el Plan Nacional del Buen Vivir.

7.2.3 Turistas

Los turistas son personas que viajan con el propósito de recrearse, descansar, conocer nuevos lugares, culturas o personas, y disfrutar de diferentes experiencias. Este fenómeno social, se ha convertido en una actividad cada vez más frecuente y diversificada en todo el mundo, generando un importante impacto económico y social en las ciudades y países que reciben visitantes.(CEUPE, 2004.)

Además, los turistas suelen utilizar diferentes medios de transporte para llegar a su destino y desplazarse durante su estancia, como aviones, trenes, autobuses o coches particulares. Asimismo, los turistas pueden aprovechar una amplia variedad de actividades y servicios turísticos que les permiten disfrutar al máximo de su experiencia de viaje.

En definitiva, los turistas son una parte importante del fenómeno turístico global y su presencia tiene un impacto significativo en los destinos que visitan. Por ello, es importante fomentar un turismo sostenible y responsable que beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales.

7.2.4 Empresas Turísticas

Las empresas turísticas son organizaciones, que se dedican a la planificación, gestión y prestación de servicios turísticos. Estas empresas pueden ofrecer una amplia variedad de servicios, como transporte, alojamiento, guías turísticos, actividades recreativas, alimentación, entre otros. Su objetivo principal, es satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas, brindándoles experiencias únicas y memorables durante su viaje.

Se están introduciendo principalmente innovaciones incrementales en las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas en Cuenca, esto no significa que no estén siendo proactivas en su gestión.(Berastain, 2017)

Las empresas turísticas pueden ser de diferentes tipos, como agencias de viajes, hoteles, operadoras turísticas, compañías aéreas y de transporte terrestre, entre otras. Todas ellas tienen en común su compromiso por ofrecer experiencias inolvidables a los turistas y contribuir al desarrollo del sector turístico en general.

7.2.5 Empresas de transporte y operación turística

Las empresas de transporte y operación turística, son organizaciones que se dedican a brindar servicios de transporte y gestión de actividades turísticas, con el objetivo de ofrecer a los turistas

una experiencia completa y satisfactoria durante su viaje. Estas empresas pueden ofrecer una amplia variedad de servicios, desde transporte terrestre, marítimo o aéreo, hasta la organización de actividades recreativas y culturales.

El transporte es uno de los servicios principales que ofrecen estas empresas, ya que es fundamental para que los turistas puedan trasladarse de un lugar a otro durante su viaje. Las empresas de transporte turístico pueden incluir desde taxis y autobuses hasta cruceros y aviones. Es importante que estas empresas cuenten con vehículos seguros y en buen estado, así como con personal capacitado para garantizar la comodidad y seguridad de los turistas. Por otro lado, las empresas de operación turística se encargan de planificar y gestionar las actividades turísticas que los turistas realizarán durante su viaje. Estas actividades pueden incluir visitas a lugares turísticos, tours guiados, excursiones, actividades deportivas y culturales, entre otras. Las empresas de operación turística deben contar con personal capacitado y especializado en el sector turístico, así como con tecnología avanzada para la gestión de reservas y atención al cliente. (Valencia, 2016)

Las empresas de transporte y operación turística son fundamentales para el desarrollo del sector turístico, ya que ofrecen servicios esenciales para que los turistas puedan disfrutar plenamente de su experiencia de viaje. Estas empresas deben contar con personal capacitado, vehículos seguros y en buen estado, así como con tecnología avanzada para la gestión de reservas y atención al cliente. Su objetivo principal es brindar a los turistas experiencias únicas y memorables durante su viaje.

7.2.6 Sostenibilidad

La sostenibilidad es un concepto que se refiere a la capacidad de un sistema, ya sea una comunidad, una economía o un ecosistema, para mantenerse en equilibrio y prosperar a largo plazo. En términos generales, se trata de encontrar un equilibrio entre las necesidades humanas y las

necesidades del medio ambiente, de manera que se puedan satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

La sostenibilidad se enfoca en mantener un equilibrio a largo plazo entre las necesidades humanas y del medio ambiente, esto implica prácticas y políticas que fomenten el uso responsable de los recursos naturales, la protección medioambiental, el desarrollo económico y social. Se analizan factores determinantes como son la disponibilidad de recursos, adaptabilidad, y capacidad.(Gallopín, 2013)

Los tres factores de la sostenibilidad son: el factor económico, que se refiere a la capacidad de tener un equilibrio financiero a largo plazo; el factor social es aquel que se relaciona con la satisfacción de las necesidades y derechos de las personas en la actualidad en el futuro; y el factor ambiental es el que se enfoca en la protección y conservación del medio ambiente para asegurar un planeta habitable para las futuras generaciones. En conjunto, estos factores buscan garantizar un desarrollo sostenible que permita el bienestar de las personas y del planeta.

7.2.7 Metodologías para medir la sostenibilidad

Se realizó un estudio exhaustivo de 30 metodologías de varios autores dirigidas a la variable de sostenibilidad, las cuales contribuirán en esta investigación, estas fueron clasificadas por empresas y por países.

7.2.7.1 Metodologías por empresas

Mediante la revisión bibliográfica de las metodologías dirigidas a la sostenibilidad se clasificó y se encontró que 7 están dirigidas a las empresas.

Tabla 4.

Metodología para medir la sostenibilidad por empresa

METODOLOGÍA	RESUMEN	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	AUTOR
<p>Complejidad, desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones sobre el modelo P-E-R (Presión-Estado-Respuesta) y la necesidad de aproximaciones transdisciplinarias.</p>	<p>Hoy en día, es un hecho ampliamente aceptado que el turismo debe desarrollarse de manera sostenible en cuanto a la importancia de este concepto y su objetivo.</p>	<p>Ventajas Permite establecer una base teórica sólida para respaldar las investigaciones y acciones.</p> <p>Desventajas El principal obstáculo del modelo en la actualidad es la presión en el modelo a través de las disciplinas científicas.</p>	<p>(González Damián, 2004)</p>
<p>Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio.</p>	<p>Este informe se enfoca en el análisis de los servicios ambientales y su comercialización a través del turismo así mismo se examinan las distintas categorías establecidas por organismos internacionales y gobiernos locales de diferentes países.</p>	<p>Ventajas Hay países en vías de desarrollo que pueden aprovechar su ventaja para exportar servicios ambientales.</p> <p>Desventajas Se necesita identificar mecanismos que podrían ayudar a los países a mejorar su sostenibilidad mediante regulaciones de los entes encargados.</p>	<p>(NU.CEPAL.S ubsede de México, 2004)</p>

<p>Introducción a la teoría y metodología de la gestión ambiental urbana.</p>	<p>La idea de sostenibilidad se basa en la afirmación científica de la insostenibilidad ecológica global y en la apropiación selectiva de la sostenibilidad por parte de un sector de la sociedad global.</p>	<p>Ventajas La sostenibilidad competitiva nos permitirá alcanzar un proceso exitoso y estable en las empresas.</p> <p>Desventajas La sostenibilidad competitiva significa aumentar la distancia entre la racionalidad y el poder.</p>	<p>(Fernández, 2009)</p>
<p>Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial.</p>	<p>Se refiere a la utilización de los modelos de gestión en el ámbito empresarial de la sostenibilidad, basándose en la teoría de la decisión. Además, se estudian los elementos que están relacionados con la sostenibilidad de las empresas.</p>	<p>Ventajas El gobierno tiene la responsabilidad en otorgar incentivos fiscales a las empresas que promueven la sostenibilidad.</p> <p>Desventajas Las empresas se encuentran con varios desafíos al momento de cumplir con la sostenibilidad.</p>	<p>(Luciano Barcellos, 2011)</p>
<p>Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol.</p>	<p>El sector turístico experimenta cambios constantemente los cuales se originan con la evolución de la actividad turística.</p>	<p>Ventajas Se fomenta el crecimiento turístico mientras se reduce su impacto negativo en el medio ambiente.</p> <p>Desventajas La dimensión ambiental se encuentra entre los indicadores débiles,</p>	<p>(Damian, 2016)</p>

		situación similar a la dimensión social.	
Sistema de indicadores de sustentabilidad do desenvolvimento do turismo: un estado de caso do municipio de Área -- PB.	El propósito de este artículo es evaluar el nivel de sostenibilidad, utilizando la metodología del Sistema de Indicadores de Sostenibilidad para el desarrollo turístico.	Ventajas Se definieron tres fases para la evaluación de datos: el análisis de indicadores, la desviación estándar y el coeficiente de variación.	(Cavalcanti Silva & Ataíde Cândido, 2016)
		Desventajas El municipio investigado es actualmente insostenible.	
Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas dimensión: social.	En este estudio se analiza cómo medir la sostenibilidad de los hoteles de cinco estrellas de la ciudad de Caracas, mediante la creación de indicadores basados en los criterios de sostenibilidad establecidos por la OMT y el GSTC.	Ventajas Cuenta con el respaldo de organizaciones internacionales con el objetivo de garantizar la uniformidad global en cuanto a la sostenibilidad.	(Aguar López, 2017)
		Desventajas Se puede observar una falta de atención hacia el ser humano y la cultura que representa.	

Nota. La información fue adaptada de una investigación de 30 metodologías de sostenibilidad, emitida por docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, 2022.

7.2.7.2 Metodología por países

Mediante la revisión bibliográfica de las metodologías dirigidas a la sostenibilidad se clasificó y se encontró que 23 están dirigidas a países

Tabla 5.*Metodologías para medir la sostenibilidad por países*

METODOLOGÍAS POR PAÍSES			
METODOLOGÍA	RESUMEN	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	AUTOR
Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo	En este documento se estrecha la relación existente entre los problemas del medio ambiente y los de origen económico y social. Asimismo, existe la percepción de que la sociedad global se enfrenta al agotamiento de un estilo de desarrollo caracterizado por efectos para los sistemas y su falta de equidad. En este contexto, el conocimiento de las modalidades que asume la participación de los distintos grupos y sectores de mujeres en el desarrollo ha dado relevancia a la conexión entre las relaciones de género, el medio ambiente y la sustentabilidad.	Ventajas Este estudio concluye con la estructuración de una propuesta conceptual y metodológica de carácter sistémico y transdisciplinario, que permita mejorar la interconexión entre el sistema de género, la producción de cambios ambientales y su impacto en distintas realidades locales de los países.	(Rico, 1998)
		Desventajas Pese a que la interrelación entre las mujeres, las relaciones de género y el ambiente es un tema de interés y de análisis emergente	
Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado	En este texto se analizan las principales medidas tomadas a nivel mundial para crear y aplicar indicadores de	Ventajas Destaca la importancia de recopilar y analizar experiencias a nivel nacional para su sistematización.	(Quiroga Martínez, 2001)

del arte y perspectivas	sostenibilidad ambiental y desarrollo sostenible.	Desventajas La implementación de indicadores de sostenibilidad es un desafío en la incorporación de los tres ejes: social, ambiental y económico.	
Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores.	Esta investigación se enfoca en analizar el desarrollo del turismo sostenible en comunidades rurales o ciudades que ya son destinos turísticos establecidos.	Ventajas Mahahual tiene un gran potencial en el ámbito turístico, ya que ha logrado atraer a miles de visitantes cada año.	(Ken Sánchez, 2007)
Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México.	A lo largo de este artículo se realiza un análisis y reflexión acerca de la implementación actual de indicadores de la sustentabilidad turística en México.	Desventajas Se necesita recuperar información necesaria para la aplicación de esta investigación.	(Ibáñez Pérez, 2010)
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística, una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis	El artículo se basa en la investigación bibliográfica y propone un conjunto de criterios para el monitoreo de la sustentabilidad turística.	Ventajas Mejorar las ganancias económicas y la calidad de vida, al mismo tiempo que se preservan experiencias gratificantes en el lugar de estudio. Desventajas Es necesario adoptar una perspectiva multidisciplinaria que tenga en cuenta las particularidades culturales de las comunidades que reciben a los turistas.	(Mascario de Oliveira, Pasa Gomez, & Ataide)
		Ventajas Los aspectos relacionados con la sustentabilidad del desarrollo turístico han adquirido mayor relevancia respecto a debates sobre el desarrollo sustentable.	

		Desventajas Para estudios futuros se sugiere la realización de investigaciones a partir de la aplicación del conjunto de indicadores de sustentabilidad del turismo.	Candido, 2013)
Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba).	El propósito de este estudio es evaluar la sustentabilidad del turismo en Viñales a través de la utilización de indicadores para proponer recomendaciones que promuevan una mayor sostenibilidad en la actividad turística.	Ventajas Se toma en cuenta la preservación de estos recursos culturales y naturales.	(Pérez Albert & Nel-lo Endreu, 2013)
		Desventajas En esta área rural conviven con un tipo de desarrollo turístico que está empezando y es de pequeña escala, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de la gente local.	
Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza.	En este artículo se presenta una propuesta de un sistema de indicadores para turismo sostenible, con el objetivo de contar con una herramienta de gestión que facilite la implementación del desarrollo sostenible en Zaragoza como destino turístico.	Ventajas El municipio de Zaragoza ha experimentado un notable crecimiento en el turismo, así como en las infraestructuras y servicios asociados a esta actividad.	(Medrano Aranda & Lardiés Bosque, 2014)
		Desventajas En Zaragoza la administración local no ha implementado un sistema de indicadores para evaluar la sostenibilidad ambiental del sector turístico.	
Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de	Se plantea un modelo de evaluación del progreso de una región costera, conjuntamente con los indicadores. Se utilizó este modelo para calcular el índice de desarrollo	Ventajas El objetivo es elevar el nivel de bienestar de la población, disminuir el impacto negativo del turismo y regular las actividades y usos en el entorno marino.	(Castillo Villanueva, y otros, 2014)

Mahahual, Quintana Roo, México.	sostenible de Mahahual, el cual arrojó un valor de 0.40 lo que indica un nivel bajo de sostenibilidad.	Desventajas Es importante enfocarse en reducir los factores de presión que están ocurriendo en dos áreas de interacción particular.	
Selección de indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón.	Este trabajo se enfoca en dos aspectos: en primer lugar, propone un sistema de indicadores para analizar el desarrollo turístico sostenible en destinos municipales; y en según lugar, se aplica este sistema de indicadores al caso específico de Gijón.	Ventajas Se presentará una explicación teórica sobre los temas abordados, como el turismo sostenible y el uso de indicadores como herramientas de medición. Desventajas La falta de información a impedido considerar indicadores relacionados con el cambio climático, el consumo de energía y la preservación del paisaje.	(Álvarez Díaz, 2015)
Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México.	Se realiza una evaluación integral de la sostenibilidad de la actividad turística, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos. Esta información se utiliza para tomar decisiones que mejoren la calidad de vida de la población.	Ventajas Se establece una conexión entre el turismo de salud y el uso de aguas termales como parte de la búsqueda de la sostenibilidad en esta actividad. Desventajas Se identificó que la situación económica es regular por factores externos que amenazan la actividad turística para su desarrollo.	(Arévalo Pacheco, Guerrero García Rojas, & Ortiz Paniagua, 2015)
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de	Estos análisis evalúan la eficacia de la gestión del lugar desde una perspectiva turística, así como los beneficios económicos y sociales, la	Ventajas Se ha logrado obtener un porcentaje de aplicación de los indicadores de sostenibilidad.	(Márquez, y otros, 2015)

buenas prácticas en turismo.	preservación del patrimonio cultural y la protección del medio ambiente.	Desventajas Se requiere de una mejor contemplación entre los agentes públicos involucrados en el patrimonio cultural.	
Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México	La relación entre los factores de presión, estado y respuesta asociados con el modelo de desarrollo turístico de Acapulco y de su nueva oferta turística, Punta Diamante, evidencian los problemas de sustentabilidad y sostenibilidad a mediano y largo plazo que pueden afectar la actividad turística en este lugar.	<p>Ventajas Los factores de respuesta se caracterizaron en una política pública dirigida a contener los efectos del deterioro social y ambiental.</p> <p>Desventajas La ocupación del espacio de este exclusivo sector, ha tenido un efecto negativo de desplazamiento de las comunidades rurales preexistentes, los cambios en el uso del suelo y la densificación del espacio han provocado un deterioro ambiental, social y económico de las comunidades rurales.</p>	(Olivier Salomé, Rodríguez Herrera, López Velasco, Cañedo Villareal, & Valera Pérez, 2015)
Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local.	La importancia de la sostenibilidad en el turismo va creciendo, por ello en esta investigación se creó una metodología para construir un sistema de indicadores sobre la sostenibilidad turística.	<p>Ventajas Su medición no debe ignorar la comparabilidad.</p> <p>Desventajas Es tan complejo el tema de análisis que hay que conformarse con aproximaciones a la realidad.</p>	(Mendoza Jiménez & Hernández Martín, 2017)
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. revisión bibliográfica.	Este artículo de revisión bibliográfica se centra en el desarrollo sostenible y, por lo tanto, en el turismo sostenible. En el que se presentan definiciones,	Ventajas La propuesta consiste en lograr un desarrollo económico equilibrado a través de actividades que no dañen el medio ambiente y	(D'Armas Regnault & Torres Cobo, 2017)

	dimensiones y aspectos entre la sostenibilidad y el turismo sostenible.	que mejoren la calidad de vida de las personas. Desventajas La disminución del turismo en los últimos años se debe al deterioro de los atractivos turísticos, debido a servicios deficientes y a la falta de generación económica.	
Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacurí mediante la implementación de un sistema de indicadores.	Este proyecto se desarrolla en el municipio de Usiacurí, en el departamento del Atlántico, con el objetivo de evaluar la sostenibilidad turística en la zona a través de la implementación de un sistema de indicadores.	Ventajas Se proporcionará información precisa y comprensible a las autoridades competentes para fortalecer la actividad turística del municipio. Desventajas Se evidencia que hay falta de conocimiento sobre la importancia del concepto de sostenibilidad turística, así como una falta de capacitación en la comunidad.	(Mintero Fábregas, Arrieta Madrid, & Oyaga Martínez, 2017)
Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación.	Se observa una mejora en los indicadores de desarrollo sostenible en sus cuatro áreas principales: ambiental, económica, social y política. Se proporcionan las ecuaciones correspondientes con cada una de ellas.	Ventajas Mejorar la forma simultánea, de calidad de vida de los millones de personas alrededor del globo. Desventajas Se han presentado actos de desigualdad de género en el ambiente laboral.	(Badii, Guillén, Abreu, Toribio, & Fernández, 2018)

<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.</p>	<p>Se plantea una estrategia metodológica para administrar empresas basada en la creación de indicadores, siguiendo las pautas del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.</p>	<p>Ventajas Posibilita evaluar cómo se están desempeñando las compañías que se dedican a la comercialización y distribución de energía en Colombia.</p> <p>Desventajas Los indicadores de gestión en Responsabilidad Social Empresarial no muestran datos confiables.</p>	<p>(Cortés V., Muñoz Z., Quintero G., & Sánchez E., 2018)</p>
<p>Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos.</p>	<p>En el estudio se empleó un enfoque que se basa en tres metodologías: las propuestas por la unión internacional por la conservación de la naturaleza, la asociación de estados del caribe y la organización mundial del turismo.</p>	<p>Ventajas Se utilizaron técnicas mixtas para mejorar la metodología y obtener información sobre nuevos indicadores.</p> <p>Desventajas Los resultados principales indicaron que Cabo Pulmo presenta cierto nivel de atraso social.</p>	<p>(Ibáñez Pérez, Reyna María, 2018)</p>
<p>Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia</p>	<p>Se presentó un modelo de sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos (PST), que operan el Parque Nacional Natural Tayrona, Magdalena, Colombia.</p>	<p>Ventajas Se analizaron 157 buenas prácticas, donde el resultado muestra un alto índice de sustentabilidad.</p> <p>Desventajas La figura jurídica de concesión no es la mejor estrategia de gestión ni los PST.</p>	<p>(Oliveros Ocampo & Beltrán Vargas, 2018)</p>
<p>Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos</p>	<p>Se plantea la creación de un índice sintético integral de sostenibilidad del destino, que supera</p>	<p>Ventajas Se proporcionan herramientas para que los gobiernos municipales puedan diseñar</p>	<p>(Linares, Gacía, &</p>

para la Evaluación Integrada de los Destinos Turísticos.	enfoques previos al incluir no solo indicadores turísticos, sino también indicadores locales que reflejan la contribución del turismo a las comunidades.	estrategias de desarrollo turístico sostenible.	Rodríguez, 2019)
		Desventajas Las experiencias de evaluación de la sostenibilidad turística examinadas en este estudio se revelan deficiencias significativas en cuanto a su comprensión del papel de las comunidades locales.	
Sistemas productivos locales y encadenamientos productivos a favor del desarrollo local: El sistema productivo local agropecuario del destino turístico Gibara en Holguín.	El enfoque utilizado estableció las condiciones organizativas necesarias para llevar a cabo la investigación, mediante la recopilación de información básica para realizar el diagnóstico. Como resultado, se determinó la situación actual del SPL Agropecuario.	Ventajas El turismo se ha identificado como un impulsor de las economías locales y debe ser considerado como parte del desarrollo territorial. Los encadenamientos productivos son una forma de gestionar este desarrollo.	(Clarke Bloomfield, Madruga Torres, Rodríguez Galindo, & Carballosa Ramírez, 2021)
		Desventajas Los procedimientos no parten de una estructura económica que contribuya a potenciar el desarrollo del turismo.	

Nota. La información fue adaptada de una investigación de 30 metodologías de sostenibilidad, emitida por docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, 2022.

7.2.8 Metodología InnovaRSE

La metodología InnovaRSE, es importante porque permite a las empresas mejorar su gestión en materia de RSE (Responsabilidad social empresarial) y sostenibilidad de manera innovadora y creativa.

Esta metodología se enfoca en la sostenibilidad de las empresas y recoge la información necesaria para realizar un proceso que ayude con la mejora de la gestión de las empresas, enfocándose en tres factores: social, económico y ambiental. (Navarra G. d., 2023)

Dimensión ambiental: La metodología InnovaRSE busca que las empresas se preocupen por el consumo de sus recursos y el impacto medioambiental que generan estos, buscando su reducción.

Dimensión económica: Las compañías buscan un equilibrio, maximizando el beneficio económico de las mismas y el valor como empresa.

Dimensión social: Las empresas buscan tener una cultura empresarial estableciendo la confianza y transparencia, demostrando su compromiso con grupos de interés, comunidades y sociedad en general.

La metodología busca promover prácticas empresariales sostenibles y responsables desde diferentes perspectivas.

7.2.9 Valoración del instrumento de sostenibilidad

La valoración de este instrumento es cualitativa, basándose en la documentación existente y evidencias presentadas. El grado de cumplimiento de las empresas será calificado en una escala del 1 al 10.

Cada pregunta del instrumento posee diferentes enunciados de los cuales serán evaluados en cuatro procesos: áreas de mejora (1 – 3), procesos de mejora (4 – 6), buenas prácticas (7 – 9) y el puntaje de 10 es que cumple todos los anteriores.

La metodología InnovaRSE, fue diseñada para abordar la incorporación general de la sostenibilidad en un proceso de mejora continua y ayudar, a las empresas a incorporar aspectos de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) en su estrategia a mediano y largo plazo. Esta metodología se ha creado como una herramienta de apoyo y acompañamiento para la planificación y gestión empresarial.(Carlos, 2016)

Busca contribuir eficazmente en la construcción de empresas sostenibles mediante la adopción de principios éticos y comportamientos responsables, vinculándose con la sociedad mientras desarrolla sus actividades.

7.2.10 Competitividad

La competitividad se basa en la productividad y eficiencia con la que se utiliza sus recursos, sea de un país o una empresa. Para ser competitivo un país debe mejorar constantemente en todos los ámbitos de la vida nacional, empresarial e individual. A nivel empresarial, la competitividad se define como la capacidad de una organización para mantener y mejorar su posición en el entorno socioeconómico ofreciendo productos y servicios valorados por los clientes.(Carlos Mathews, 2009)

Para mantener o mejorar los niveles de competitividad, es importante que la empresa se adapte a los cambios que existen en el mercado y demanda de sus consumidores. La competitividad es esencial tanto a nivel nacional como empresarial para lograr un desarrollo económico sostenible y mejorar la calidad de la vida de los ciudadanos.

En el entorno empresarial actual, la competitividad juega un papel fundamental en el logro del éxito. Requiere la habilidad de ajustarse, crear e innovar de forma continua, con el objetivo de proporcionar productos o servicios de alta calidad que satisfagan las demandas del mercado. Para impulsar la competitividad en el ámbito empresarial y económico, es esencial fomentar un entorno propicio, invertir en educación y fomentar la colaboración.(Paz & González G.)

La competitividad es fundamental para el éxito en el mundo empresarial actual. Implica la capacidad de adaptarse, innovar y mejorar constantemente, buscando siempre ofrecer productos o servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado. Promover un entorno favorable, invertir en educación y fomentar la colaboración son elementos clave para impulsar la competitividad a nivel empresarial y económico, se ha convertido en un factor clave para el éxito de las organizaciones. Implica la capacidad de innovar, adaptarse a los cambios, mejorar continuamente la calidad y eficiencia de los productos o servicios, y estableciendo relaciones consistentes con los clientes.

7.2.11 Metodologías para medir la competitividad

En la variable de competitividad, se analizó de igual manera 30 metodologías de varios autores que contribuyen en esta investigación y obtener la metodología que ayudará a realizar el estudio de la misma.

7.2.11.1 Metodología por empresas

Mediante la revisión bibliográfica de las metodologías dirigidas a la competitividad se clasificó y se encontró que 15 están dirigidas a empresas.

Tabla 6.

Metodologías para medir la competitividad por empresas.

METODOLOGÍAS POR EMPRESAS			
METODOLOGÍA	RESUMEN	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	AUTOR
Cuaderno Técnico No. 14 Algunos ejemplos de Cómo medir la Competitividad	El objetivo de esta referencia es de no imponer un sesgo colectivo.	Ventajas La recolección de varias metodologías se enfoca en la competitividad de las empresas agroalimentarias.	(Rojas, Romero, & Sepúlveda, 1999)
		Desventajas Muchas de las empresas muestran debilidad ante la competencia directa desestabilizando los componentes del sistema.	

<p>El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.</p>	<p>Este estudio se enfoca en la cada vez más relevante importancia del factor humano en los servicios turísticos. Se considera que este elemento es fundamental y distintivo, capaz de proporcionar ventajas competitivas.</p>	<p>Ventajas</p> <p>Los nuevos factores y estrategias garantizan la competitividad de las empresas del sector.</p>	<p>(Lillo Bañuls, Ramón Rodríguez, & Sevilla Jiménez, 2007)</p>
<p>Desventajas</p> <p>Los cambios en los últimos años, han modificado el panorama del mercado turístico mundial.</p>			
<p>Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria.</p>	<p>La meta de esta metodología es examinar la competitividad empresarial en la industria alimentaria de pequeñas y medianas empresas agroindustriales.</p>	<p>Ventajas</p> <p>Consiste en una investigación descriptiva que abarca un análisis de documentos y una encuesta de campo en la que participaron 15 empresas y expertos para su validación.</p>	<p>(Girán, Vargas, & Osta, 2008)</p>
<p>Desventajas</p> <p>El éxito de implementación depende de la capacidad de garantizar un acuerdo a largo plazo.</p>			

<p>Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos.</p>	<p>El objetivo de este artículo es abordar la discusión sobre cómo se conceptualizan los factores que influyen en la competitividad de los destinos turísticos.</p>	<p>Ventajas Incentivan una cultura de la cooperación y el desarrollo institucional como base de una mejora en los factores de la competitividad.</p>	<p>(González & Mendieta, 2009)</p>
		<p>Desventajas La masiva llegada de turistas produce un impacto ambiental comprometiendo la conservación del lugar.</p>	
<p>Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas.</p>	<p>El objetivo de esta metodología es lograr un enfoque de análisis que permita establecer el potencial competitivo.</p>	<p>Ventajas Determina el potencial competitivo sin necesidad de compararse con otras instituciones.</p>	<p>(Sepúlveda, Meriño, & Río, 2010)</p>
<p>Desventajas El nivel de detalle necesario hace que sea difícil de aplicar en el contexto de pequeñas y medianas empresas.</p>			

<p>Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano.</p>	<p>Esta metodología se basa en los distintos niveles de competencias que se expresan en las empresas, apoyándose en el enfoque de competencias de gestión estratégica.</p>	<p>Ventajas La estrategia de gestión se enfoca en la organización, buscando una coherencia en la alineación de los diferentes niveles de la empresa.</p>	<p>(Cuesta Santos, 2011)</p>
<p>Desventajas En lugar de enfocarse en el trabajo en equipo, se opta por la gestión del desempeño basada en competencias.</p>			
<p>Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes.</p>	<p>Esta metodología tiene el fin de evaluar todas las actividades de la cadena de valor, considerando el peso de los recursos que tiene la empresa para cada una de ellas.</p>	<p>Ventajas Con el objetivo de entender y analizar las pymes, se creó un cuestionario que investiga los recursos relacionados con cada actividad.</p>	<p>(Rohvein, y otros, 2013)</p>
<p>Desventajas Se cree que no se adapta fácilmente en pequeñas y medianas empresas de</p>			

		cualquier otro sector empresarial.	
Innovación y competitividad empresarial	El presente estudio tiene la finalidad de aportar conocimientos útiles para diseñar medidas de política que determinen el grado de innovación empresarial.	Ventajas Proporciona información para crear políticas de apoyo efectivas, que fomenten los valores relacionados con la creación de empresas y la innovación.	(Bernasconi Melucci, 2015)
		Desventajas Este análisis presenta algunas limitaciones en cuanto a la profundidad de los datos obtenidos, debido a los escasos estudios.	
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en pymes durante el Covid-19	El propósito de este estudio es analizar como la innovación organizacional afecta la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial durante la pandemia del COVID – 19.	Ventajas Si estas pequeñas y medianas empresas innovan en la manera en que ofrecen sus productos o servicios, podrán mantenerse en el mercado a pesar de la crisis.	(García Monsalve, Tumbajulca Ramírez, & Cruz Tarrillo, 2015)
		Desventajas Su limitación es que no contempla una	

		población más amplia.	
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales	Esta técnica evalúa la capacidad de las empresas para exportar mediante una prueba de evaluación y cuenta con 16 dimensiones.	Ventajas Puede evaluar la competitividad de las empresas en términos de exportación, lo que permite identificar las áreas de mejora.	(Hoz, González, & Santana, 2016)
		Desventajas Para aplicar esta técnica es necesario calcular el alfa de Cronbach, lo que implica utilizar escalas compuesta por entre tres y veinte ítems.	
Factores e indicadores de competitividad hotelera.	El objetivo de este estudio es extraer los indicadores empleados para la medición en el hotelería y la información que aportan para su interpretación en función de la competitividad.	Ventajas La competitividad es importante para hacer una distinción entre los distintos niveles, factores e indicadores.	(Millán-García & Gómez-Díaz, 2018)
		Desventajas Los factores que producen la competitividad tienen que ver con los	

		procesos y condiciones del servicio que se brinde.	
Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial	El propósito de esta metodología es analizar el desempeño de las pequeñas y micro empresas, mediante el uso de una herramienta de evaluación llamada Matriz de Competitividad.	Ventajas Permite identificar oportunidades de mejora para trabajar de manera conjunta e incrementar la competitividad.	(Buitriago Mejía, Rodríguez Barrero, & Serna Gómez, 2019)
		Desventajas Carece de un enfoque sistemático para medir la competitividad de las empresas.	
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial.	La investigación tiene un enfoque mixto, alcance descriptivo-explicativo, creando la necesidad de estudiar la aplicación de metodologías de diseño para la generación de la innovación empresarial.	Ventajas Este estudio destaca la importancia de analizar como las metodologías de diseño pueden ser aplicadas para fomentar la innovación en las empresas.	(Álvarez Barragán & Morales Sierra, 2021)
		Desventajas En muchas industrias de Bogotá, la innovación no se	

		sustenta en metodologías de diseño.	
Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial	El objetivo de esta metodología es proponer una manera de medir la competitividad empresarial a través de variables que se basan en propuestas de evaluación.	Ventajas Este instrumento es la base para medir la competitividad empresarial y mejorar la gestión de las empresas.	(Sarmiento Reyes & Delgado Fernández, 2021)
		Desventajas Se necesita una herramienta de Excel para medir las variables.	
Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.	Esta metodología nos enseña la necesidad de conocer sobre el parentesco entre innovación y competitividad, así como el buen manejo de la competitividad en las empresas.	Ventajas El blog especifica el estado de la competitividad empresarial.	(Clavijo, 2022)
		Desventajas No cuenta con información tan certera debido a que es un blog editable.	

Nota. La información fue adaptada de una investigación de 30 metodologías de competitividad, emitida por docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, 2022.

7.2.11.2 Metodología por países

Mediante la revisión bibliográfica de las metodologías dirigidas a la competitividad se clasificó y se encontró que 15 están dirigidas a países.

Tabla 7.

Metodologías para medir la competitividad por países.

METODOLOGÍAS POR PAÍSES			
METODOLOGÍA	RESUMEN	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	AUTOR
Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa.	Este trabajo examina las dificultades que se presentan al crear medidas para evaluar la capacidad de competir en las empresas, específicamente en aquellas lideradas por mujeres.	Ventajas El rol del género y la competencia en los negocios son elementos importantes dentro de la investigación.	(Izquierdo García & Schuster Fonseca, 2008)
		Desventajas La falta de competitividad de las compañías en países en desarrollo ha llevado a una serie de eventos que han resultado en el cierre de negocios y una disminución de las operaciones empresariales.	
Una propuesta para la determinación de la competitividad en	El propósito de este proyecto es ofrecer una estrategia para evaluar la	Ventajas Se complementa con indicadores basados en	(Saavedra García, Una propuesta para la

la pyme latinoamericana	competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), a través de la identificación de diferentes aspectos, tanto internos como externos.	<p>el enfoque de competitividad sistemática.</p> <p>Desventajas La competitividad empresarial es un concepto muy complicado de entender.</p>	determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana, (2012)
Estudios de Competitividad.	Este libro muestra los hallazgos de diversos estudios acerca de la competitividad, presentando las ideas y análisis de los autores, así mismo los factores determinantes del índice de competitividad empresarial.	<p>Ventajas Los negocios locales constituyen una organización conformada por dueños originarios del país.</p> <p>Desventajas El espacio destinado para estos locales es muy reducido.</p>	(Olivares Leal, Ochoa Ruiz, & Coronado Quintana, 2015)
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)	En este trabajo se propone un enfoque analítico para fortalecer la relación entre el ámbito local y global en la perspectiva gerencial, con el fin de establecer objetivos de internacionalización basado en los parámetros del entorno competitivo.	<p>Ventajas Tiene a disposición el Modelo de Competitividad Sistemática de la CEPAL, el cual funciona como un punto central para coordinar la dinámica competitiva tanto interna como externa.</p>	(Arévalo Hernández & Sosa Márquez, 2015)

		<p>Desventajas</p> <p>El esquema se estructura al analizar los indicadores de cada herramienta.</p>	
<p>Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014.</p>	<p>Propone estrategias para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en el sector turístico y promover la participación de todas las partes interesadas.</p>	<p>Ventajas</p> <p>Las estrategias buscan mejorar el nivel de competitividad de las Pymes del sector turismo del DMQ.</p>	<p>(Cadena, 2017)</p>
		<p>Desventajas</p> <p>El gobierno ecuatoriano propuso un cambio en la matriz productiva que llevo al decrecimiento de algunos pilares del sector turístico.</p>	
<p>Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California.</p>	<p>El propósito de este estudio es establecer el nivel de competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras en Baja California y detectar las áreas que influyen en dicha competitividad.</p>	<p>Ventajas</p> <p>Se destaca la relevancia de analizar la competitividad de una organización desde diferentes puntos de vista, ya que cada uno de ellos aporta información valiosa para comprender este fenómeno.</p>	<p>(Ibarra Cisneros, González Torres, & Demuner Flores, 2017)</p>

		<p>Desventajas</p> <p>Las pequeñas y medianas empresas del estado tienen un nivel de competitividad que se considera medio – bajo, y no hay una correlación clara entre el tamaño de las empresas y su grado de competitividad.</p>	
<p>Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial.</p>	<p>El propósito de este estudio consistió en analizar los elementos que contribuyen a la competitividad de las empresas en los sectores comerciales de México y Colombia, utilizando los enfoques teóricos de Keltner y Knicks.</p>	<p>Ventajas</p> <p>Se establecerán planes que fomenten en la empresa una mentalidad alineada con la visión estratégica, orientada a aplicar las mejores prácticas en gestión de recursos humanos.</p>	<p>(Ramírez Molina & Ampudia Sjogreen, 2018)</p>
		<p>Desventajas</p> <p>La falta de estrategias gerenciales para los recursos técnicos y los procedimientos utilizados en el sector productivo es una debilidad que no fomenta la organización.</p>	

Competitividad en las Organizaciones.	Este libro aborda diversos temas, como la gestión de marketing y ventas en empresas sociales para ser competitivas, estrategias de producto y promoción en pequeñas empresas comerciales.	<p>Ventajas Mejora el desempeño actual o futuro de las empresas sociales al fortalecer las habilidades, conocimientos y actitudes de sus miembros.</p> <p>Desventajas Las empresas de mayor tamaño no tienen una competitividad respetuosa hacia las pequeñas y medianas empresas.</p>	(Ramirez, Suástegui Barrera, Vázquez Rueda, Oleta Luna, & Cañedo Raygoza, 2018)
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo.	Este estudio ofrece un análisis comparativo y econométrico de la competitividad en naciones en vías de desarrollo, identificando tanto sus factores determinantes como las fuentes de variabilidad.	<p>Ventajas La técnica de análisis envolvente de datos se emplea para crear indicadores de competitividad.</p> <p>Desventajas Presenta un nivel de competitividad relativamente bajo. Los resultados principales revelan que la mayoría de los países analizados</p>	(Medeiros, Godoi Gonçalves, & Camargos Teixeira, 2019)

		experimentan una baja competitividad en cuanto a la asignación de recursos.	
Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú).	El propósito de este estudio fue examinar la posición competitiva de las pequeñas y medianas empresas en Trujillo, analizando los factores determinantes para la productividad, que se relacionan con la competitividad sostenible.	Ventajas Esta investigación resulta beneficiosa para ampliar la comprensión en las decisiones estratégicas de los gerentes de las PYMES, con el fin de hacer frente a la globalización y al creciente proceso de digitalización.	(Benites Gutierrez, y otros, 2020)
		Desventajas Experimentan desafíos en aspectos esenciales de competitividad, como los niveles de innovación tecnológica mediante inversiones inteligentes en infraestructura.	
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en	Este estudio de caso demuestra que es factible diversificar la oferta exportable a través de la transformación del	Ventajas Se demuestra que existe una oportunidad para impulsar el crecimiento de pequeñas y medianas	(Ponce, Pastor, & Miño, 2020)

Pymes ecuatorianas, caso de estudio.	producto “caña santa “en incienso artesanal.	empresas que se dedican a la producción de productos ecuatorianos no tradicionales.	
		Desventajas Los autores argumentan que diseñar un modelo de exportación antes de realizar un análisis de la competitividad no es válido.	
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad.	El propósito de este estudio es explorar las estrategias de venta empleadas por las pequeñas y medianas empresas en la Ciudad de México y determinar si existe una conexión entre ellas y de su competitividad interna.	Ventajas Evalúa la competitividad de las empresas internamente, tomando en cuenta 8 áreas específicas.	(Saavedra García, Demuner Flores, & Choy Zevallos, Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la ciudad de México y su relación con la competitividad, 2020)
		Desventajas Los resultados revelan una escasa implementación de las estrategias de marketing.	
Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de	Este estudio se centra en la propuesta de un modelo para administrar proyectos tecnológicos de base, con el objetivo de impulsar la transformación digital en	Ventajas Contribuye a optimizar la estrategia de Marketing en línea mediante el uso de plataformas de redes sociales, culminando	(Mares Bañuelos, Moreno Zacarías, & Arcega Ponce, 2021)

Tecomán, Colima, México.	el sector social y productivo del Valle de Tecomán en Colima, México.	con una propuesta del propio modelo de diseño.	
		Desventajas La falta de personal capacitado en tecnologías de la información es una debilidad en la implementación de proyectos sectoriales, lo cual representa una posibilidad de mejora en este ámbito.	

7.2.12 Metodología BID

El objetivo principal de la metodología del BID, es proporcionar información estratégica para la toma de decisiones en cuanto a la asignación de recursos y la planificación del desarrollo sostenible. Permite identificar las áreas más vulnerables, priorizar intervenciones y diseñar políticas públicas que promuevan la reducción del riesgo y el crecimiento inclusivo.(Luisa & García, 2012.)

Es una metodología utilizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para identificar y visualizar los riesgos y oportunidades de las empresas, se utiliza para evaluar y priorizar las necesidades de inversión y desarrollo en áreas específicas.

El instrumento que se ha propuesto se constituye de 103 preguntas dirigidas a las diferentes áreas de una empresa: planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de la calidad,

merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de información; cada área posee diferentes sub áreas que serán evaluadas.

7.2.13 Valoración del instrumento de competitividad

Establecido por (Luisa & García, 2012), la valoración del nivel de competitividad de las empresas, marcado de acuerdo al cumplimiento será en un rango del 0 al 100% por lo que: de 0 a 20% significa que tiene muy baja competitividad; de 21 a 40% significa que posee baja competitividad; en un rango del 41 a 60% tiene mediana competitividad; del 61 al 80% las empresas poseerán alta competitividad y del 81 al 100% tienen muy alta competitividad.

En el instrumento las empresas se calificarán desde cero hasta el cinco y cada enunciado debe corresponder de la siguiente manera:

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

La valoración es importante porque nos ayuda a darle importancia a diferentes aspectos, productos o servicios en función de su calidad, eficiencia o satisfacción que nos brindan.

7.2.14 Programa SPSS

El programa SPSS, es utilizado en investigaciones y estudios de varias disciplinas para el análisis estadístico. Se utiliza para realizar análisis descriptivos, análisis de correlación, pruebas y modelos predictivos y de hipótesis, entre otras.

Los datos se almacenan en celdas organizadas en variables y casos. Los datos pueden ser introducidos o importados manualmente y el análisis se realiza mediante comandos en los menús desplegables. Una vez que se especifica la prueba o el gráfico estadístico, SPSS proporciona resultados completos, incluyendo estadísticas como valor P y número de casos. Los resultados significativos se marcan con un asterisco. Los gráficos producidos son claros y resumen las principales estadísticas, como la media y la desviación estándar.(Souto, 2019.)

Este programa es utilizado para determinar si existe una correlación entre las variables y para medir la fuerza y dirección de esa asociación. El coeficiente de correlación de Spearman es el que se utilizará en esta investigación. Los resultados serán interpretados para comprender la relación entre las variables en estudio en esta ocasión será la variable de sostenibilidad y competitividad.

7.2.15 Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica utilizada para evaluar la situación de una empresa, proyecto o situación en particular.

En primer lugar, se analizan las fortalezas, que son los aspectos internos positivos que distinguen a la entidad. Estas fortalezas pueden incluir recursos sólidos, talento humano capacitado, tecnología avanzada o una sólida base de clientes. Luego, se examinan las debilidades, que son los aspectos internos negativos que pueden limitar el desempeño de la entidad. Estas debilidades pueden ser falta de recursos, falta de experiencia en ciertas áreas o procesos ineficientes. Después, se exploran las oportunidades, que son los factores externos positivos que pueden beneficiar a la entidad. Estas oportunidades pueden ser cambios en el mercado, avances tecnológicos o demanda creciente de productos o servicios. Por último, se consideran las amenazas, que son los factores externos negativos que pueden afectar a la entidad. Estas amenazas pueden ser competidores fuertes, cambios legislativos o fluctuaciones económicas.(Talancón, 2006.)

El análisis FODA, es una valiosa herramienta para evaluar la situación actual y futura de una entidad. Permite identificar fortalezas y debilidades internas, así como oportunidades y amenazas externas. Con esta información, se pueden tomar decisiones estratégicas informadas para maximizar el éxito y enfrentar los desafíos de manera efectiva.

7.2.16 Matriz EFI

La Matriz de evaluación de factores internos es una herramienta utilizada en el ámbito empresarial para analizar y evaluar los diferentes aspectos de una empresa.

La MEFI, se compone de las fortalezas y debilidades internas son los aspectos positivos y negativos que existen dentro de la empresa. El análisis resultante a partir de la MEFI permite identificar las áreas en las que la empresa tiene ventajas competitivas y aquellas en las que necesita mejorar.(Maradiaga & Hernández , 2018.)

Para la evaluación de los factores internos de la empresa es esencial crear una lista de las fortalezas y debilidades. Esta lista incluye asignar un peso que varía entre 0.0 (no importante) y 1.0 (muy importante) a cada factor, reflejando su importancia relativa. La suma de todos los pesos debe ser igual a 1.0. Además, se establece una calificación del 1 al 4 en orden de importancia, donde 1 es irrelevante y 4 es muy importante. Luego se multiplica el peso de cada factor por su calificación correspondiente para obtener una calificación ponderada, ya sea como fortaleza o debilidad. Finalmente, se suman las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar la calificación ponderada total de la organización en su conjunto.(Ponce Talancón & Santo Tomás, 2007)

Esta matriz es importante porque ayuda a las empresas a evaluar su situación interna y tomar decisiones informadas sobre su estrategia empresarial. Esto les permite mejorar su posición competitiva en el mercado y adaptarse mejor a los cambios del entorno empresarial.

7.2.17 Matriz EFE

La matriz de evaluación de factores externos de las empresas de igual manera es una herramienta utilizada en el análisis estratégico de una empresa, evaluando los factores externos que pueden afectar su desempeño y competitividad en el mercado.

Esta matriz se encarga de evaluar las oportunidades y amenazas de las empresas. Las oportunidades son situaciones o condiciones externas que pueden beneficiar a la empresa, como nuevos mercados, cambios en la regulación o avances tecnológicos. Las amenazas son situaciones o condiciones externas que pueden representar un riesgo para la empresa, como la competencia intensa o cambios en las preferencias de los consumidores. (Maradiaga & Peralta, 2018)

La matriz EFE evalúa los factores externos, es decir, las oportunidades y amenazas. Se debe hacer una lista de estas oportunidades y amenazas externas, asignándoles un peso relativo en un rango de 0 (irrelevante) a 1.0 (muy importante). Las oportunidades deben tener mayor peso que las amenazas, y la suma de todas debe ser igual a 1. Luego se asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor determinante para multiplicar por el peso y obtener un resultado ponderado. Al final se suman y se obtiene un total ponderado de la empresa. (Ponce Talancón & Santo Tomás, 2007)

La MEFE, ayuda a las empresas a identificar oportunidades para mejorar su posición competitiva y desarrollar estrategias efectivas para capitalizar estas oportunidades.

Esta matriz es importante al igual que la MEFI, ya que ayudan a las empresas a evaluar su situación sea interna o externa.

7.2.18 Estrategias de mejora

Las empresas constantemente buscan formas de mejorar su desempeño y mantenerse competitivas en un entorno empresarial en constante cambio. Para lograr esto, es crucial implementar estrategias de mejora efectivas.

La mejora continua en las empresas resulta ser una herramienta útil para mejorar sus servicios, procesos o productos que les va a permitir ser más competitivos en el mercado, una estrategia clave para la mejora empresarial es analizar y optimizar los procesos internos. Esto implica identificar actividades innecesarias o ineficientes y encontrar formas de simplificar y agilizar los procesos.(Diana Ximena Proaño - 2014.)

Las estrategias de mejora en las empresas son fundamentales para mantenerse competitivas y alcanzar el éxito a largo plazo. Al implementar estrategias como el análisis y optimización de procesos, la capacitación y desarrollo del personal, la innovación, el enfoque en la experiencia del cliente y el uso de tecnología y datos, las empresas pueden mejorar su desempeño, adaptarse a los cambios del mercado y lograr sus objetivos empresariales. Es importante recordar que cada empresa es única, por lo que es necesario adaptar estas estrategias a las necesidades y características específicas de cada organización.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS

8.1 Preguntas científicas

P1. ¿Existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad en las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili, provincia de Cotopaxi?

Como resultado de la investigación, se puede determinar que no existe correlación entre las dos variables de sostenibilidad y competitividad, dando como resultado que las actividades de los establecimientos, no disponen de partes funcionales para el desarrollo turístico. A nivel externo, el desarrollo económico del cantón está enfocado a la parte agrícola y ganadera. por lo que, existe poco interés en la actividad turística. a nivel interno las empresas son deficientes en la visión económica.

P2. ¿Cuál es el índice de sostenibilidad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili, provincia de Cotopaxi?

El índice de sostenibilidad de las empresas de transporte turístico, en el cantón Saquisili, provincia del Cotopaxi. es de 2,82 lo cual indica, que se encuentra determinada en áreas de mejora, ya que. no están desempeñando con los tres ejes de la sostenibilidad: ambiental, económico y social.

P3. ¿Cuál es el índice de competitividad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili, provincia de Cotopaxi?

El índice de competitividad de las empresas de transporte turístico del cantón Saquisili, provincia de Cotopaxi. es del 25,37 % en el rango del 21 % al 40 %, esto indica que se encuentran en un nivel bajo de competitividad, debido a que estas empresas no consideran su rentabilidad ni la competencia, sino que se enfocan únicamente en obtener ganancias económicas, sin implementar mejoras en las 8 áreas y sub áreas de la competitividad.

9. METODOLOGÍAS

9.1 Área de Estudio

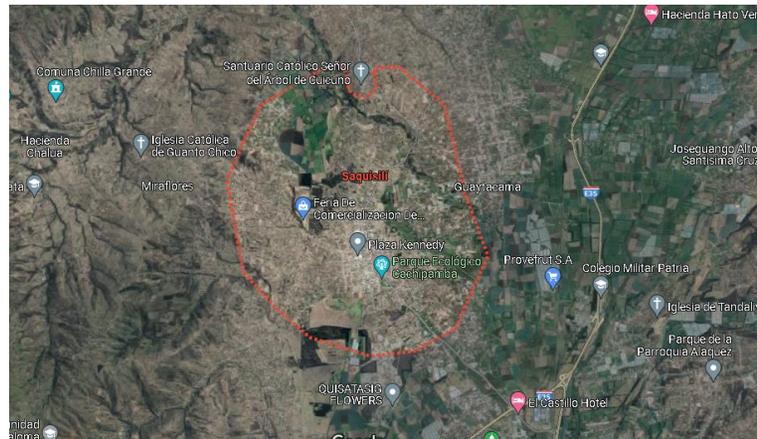
Cantón Saquisilí

9.1.1 Características generales del cantón Saquisilí

El cantón Saquisilí se encuentra ubicado en la parte central de la provincia de Cotopaxi a 13 km de la ciudad de Latacunga; a 6 km de la vía panamericana; para acceder al lugar se utiliza una vía de primer orden.

Figura 1.

Cantón Saquisilí, Provincia Cotopaxi



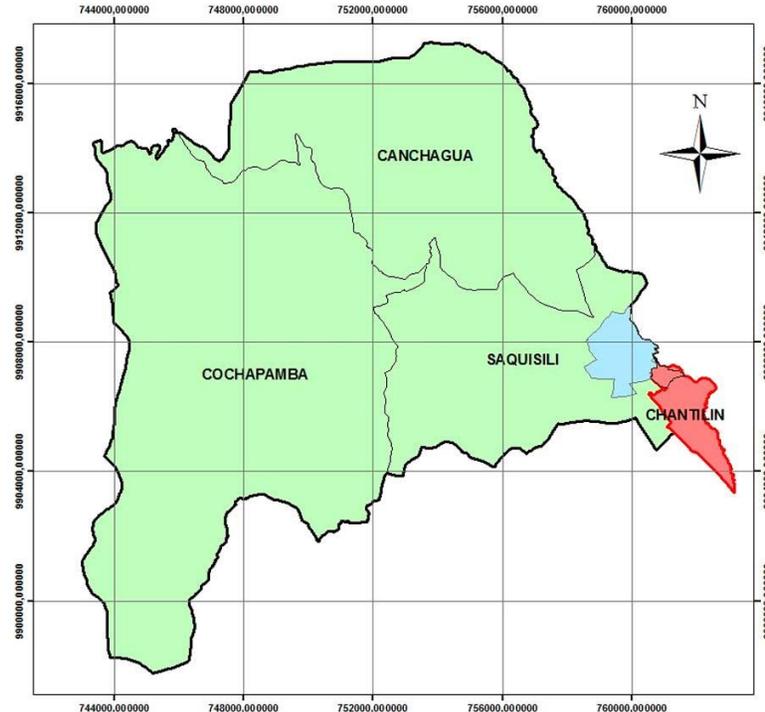
Fuente: (GADMIC-Saquisilí)

Su Temperatura oscila entre los 7°C y 14°C, en pisos altitudinales que son desde los 2.600 msnm hasta los 3.200 msnm; sus precipitaciones tienden hacer pluviométricas desde los 500mm en las partes más secas como la parroquia de Chantilín a 1000mm en las partes más altas como las parroquias de Cochapamba.

División Política

El cantón posee 4 parroquias: Saquisilí, Canchagua, Cochapamba y Chantilín.

Sus límites son: Al norte, sur y este: Latacunga y al oeste: Sigchos y Pujilí.

Figura 2.*División Política Saquisilí*

Fuente: (GADMIC-Saquisilí -,2017)

9.1.2 Descripción Parroquias

- Parroquia Cochapamba:** Es una parroquia rural que se encuentra al oeste del cantón Saquisilí, es la de mayor extensión territorial, posee grandes extensiones de terrenos dedicados a la agricultura y ganadería como parte de las actividades económicas de la parroquia. La mayor parte de la población se dedica a la comercialización de los productos que producen en pequeñas cantidades en las ferias que se realizan los días jueves en las diferentes plazas del cantón. En esta parroquia se encuentra la cascada Candela-Faso y la comunidad de Jatunera (GADMIC-Saquisilí -,2017)
- Parroquia Canchagua:** es una parroquia rural del cantón Saquisilí, se encuentra ubicada al noroeste del cantón, sus habitantes tienen como actividad principal la agricultura, ganadería

y el comercio, en esta parroquia existe una tienda en la cual se hacen mermeladas de manera artesanal. (GADMIC-Saquisilí -,2017)

- **Parroquia Saquisilí:** La cabecera cantonal del cantón del mismo nombre, posee las principales plazas en las que se comercializan todo tipo de productos, desde peines y productos de aseo personal, granos, animales menores y ganado mayor, así como mascotas, vestimenta, entre otros productos. Además que en cada una de estas plazas se comercializan diferentes productos propios de la región como tortillas de maíz de sal y otras de dulce, yaguarlocro, caldo de gallina, hornado y la inigualable chicha que es consumida por los 22 habitantes como bebida principal del sector; también se puede encontrar sombreros de paño usados por los moradores, chalinas de vistosos colores, máscaras elaboradas para las fiestas con sus principales personajes como: el mono, el lobo, el payaso, el diablo huma. En esta parroquia se encuentran los diferentes servicios básicos del cantón, el municipio y las diferentes unidades educativas. Su plaza principal, que contiene a un costado su iglesia en la cual se venera a la imagen de la Virgen del Quinche como parte de la idiosincrasia cultural.(GADMIC-Saquisilí -,2017)
- **Parroquia Chantilín:** Esta parroquia tiene como principal característica las festividades que se realizan en el mes de abril en honor al Señor de la Resurrección patrono de parroquia, además sus principales actividades son el comercio, los habitantes de esta región se dedican de manera especial a la comercialización de granos y harinas derivadas de los mismos. En esta parroquia se encuentra la laguna de oxidación en donde se pueden avistar garzas y patos silvestres los cuales forman parte de la fauna de la parroquia. (GADMIC-Saquisilí -, 2017)

La metodología utilizada en el desarrollo de la investigación, para el “Análisis de competitividad y sostenibilidad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí” se describe a continuación.

9.2 Protocolo de investigación

La presente investigación de tipo transversal, con alcance relacional en el cual se calcula la correlación, entre variables de sostenibilidad y competitividad de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí, de la misma manera, tiene enfoque cuantitativo debido a que se utilizaran diferentes técnicas y métodos estadísticos, para hacer uso del método deductivo que consiste en obtener conclusiones sobre el índice de estas dos variables.

9.2.1 Población y muestra

Las cooperativas de transportes son una agrupación de personas con espíritu empresarial cuyo enfoque es brindar el servicio de transportación a la sociedad en general. Corroborando la definición del autor y aplicándola en el ámbito turístico, las cooperativas de transportes en la actualidad, se han convertido en la base fundamental para ofrecer servicio vehicular, de manera que el turista se traslade donde desee pasar su tiempo de esparcimiento. . (García D, 2001)

La población de esta investigación estuvo conformada por 3 empresas que se encuentran en el catastro nacional de turismo y aprobadas por la ANT y el Gad para prestar sus servicios de transporte terrestre, en la actualidad el transporte público terrestre y comercial son competencia, se ha constituido en uno de los medios más importantes y utilizados. ya que, permite desplazarse de un lugar a otro principalmente a las personas que constantemente viajan y no poseen transporte propio o recursos monetarios, para la ocupación de servicios de empresas de transporte turístico. En el cantón Saquisilí, se encuentran varios recursos naturales y culturales, las cooperativas del sitio cuentan con vehículos adecuados para el ingreso a cada uno de ellos. ya que, sin transporte no

sería posible la atracción de los turistas hacia el cantón, En consecuencia, genera insatisfacción en los turistas e induce a que estas personas opten por visitar destinos que se acoplen o cumplan con sus expectativas, para esto se utilizó los instrumentos de sostenibilidad y competitividad, las cuales fueron aplicados a las empresas que deseen colaborar y comprueben la información requerida respectivamente.

9.3.INTRUMENTO DE CORRELACION DE DATOS

9.3.1. Cuestionario

El cuestionario, es una técnica utilizada para recoger datos o información necesaria para las investigaciones sociales. Se trata de un instrumento estandarizado, que permite obtener información estructurada una muestra de personas, utilizando preguntas directas y concretas.

El cuestionario utilizado, para evaluar la sostenibilidad está diseñado a partir del estudio de 30 metodologías y se escogió a la metodología InnovaRSE, de igual manera está diseñado por un estudio de 30 metodologías, para medir la competitividad de las empresas y se seleccionó la metodología del BID.

Se aplican encuestas basadas en las metodologías InnovaRSE Y BID

9.3.1.1. Metodología InnovaRSE (Responsabilidad Social Empresarial)

En este estudio se utilizó un cuestionario de 30 preguntas (Apéndice 2), dividido en tres dimensiones: económica, ambiental y social, cada una con 10 preguntas. El objetivo principal es generar estrategias para mejorar la práctica de responsabilidad social económica (RSE) en las empresas y lograr un mejor posicionamiento en la sociedad.

Los datos recogidos de cada empresa se valoraron en una escala del 1 al 10 y se clasificaron en diferentes procesos de mejora (PDCA): áreas de mejora (1 – 3) y está asignada a la fase de planificación (P); procesos de mejora (4 – 6) se encuentra en fase de ajustes (A); buenas prácticas

(7 – 9) le corresponde a la fase de chequeo (C); y el puntaje de 10 es que cumple todos los anteriores y encontrándose en la fase de desarrollo (D).

9.3.1.2. Metodología del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Se utilizó la metodología del BID, para medir la competitividad, la cual tiene un cuestionario de 103 preguntas, para cada área y subárea de las empresas, incluyendo: planeamiento estratégico, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistema de información. Se valoraron diferentes aspectos en estas áreas en una escala del 1 al 5.

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

9.3.2. Investigación de campo

Se realizó una petición dirigida al Ministerio de turismo, donde se solicitó el catastro nacional de las empresas de transporte y operación turística del cantón Cotopaxi y se obtuvo un total de 3 empresas.

Tabla 8.

Empresas de transporte y operación turística del Cantón Saquisilí.

Empresas de transporte y operación turística del cantón Latacunga, registradas en el catastro nacional	
Nombre	Clasificación
Cooperativa de tasis “Saquitax”	Servicio Transp.Terres.Turis
Cooperativa de “Taxis Saquisli”	Servicio Transp.Terres.Turis
Cooperativa de Buses Nacional Saquisilí	Servicio Transp.Terres.Turis

Nota. Información obtenida del Catastro Nacional de Turismo del Ecuador. Fuente:

(MINTUR, 2021)

9.3.2.1. Mapeo de las empresas

Se realizó un mapeo de las empresas de transporte turístico registradas en el cantón Saquisilí, mediante la aplicación de Google Maps, trazando en el mismo una ruta para realizar el recorrido. El cual fue circular.

9.3.2.2. Cronograma de salidas de Campo

Se realizó el cronograma de salidas de campo, donde se observan las fechas y horas que fueron determinados para la visita en las empresas y obtener las bases de datos de los instrumentos.

Tabla 9.*Cronograma de salidas de Campo*

EMPRESAS	FECHA DE VISITA	HORA DE ENTRADA
Cooperativa de tasis “Saquitax”	20 de diciembre del 2023	11:00 am
Cooperativa de “Taxis Saquisli”	20 de diciembre del 2023	13:00 pm
Cooperativa de Buses Nacional Saquisili	21 de diciembre del 2023	09:00 am

9.3.3. Recolección de datos

Se utilizó, la encuesta como técnica para la recolección de datos de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisili, mediante los instrumentos, de la metodología del BID e InnovaRSE. Donde se encontró varias deficiencias en las empresas que deben corregir.

Las tres empresas, permitieron el acceso a su información y colaboración, con el proceso del estudio. Los encargados de las empresas, no permitieron el acceso de evidencias debido a que era información confidencial, y se les evaluó de acuerdo a su conocimiento y estructura empresarial.

Se observó en las entrevistas que las empresas, no cumplen con la RSE y no aplican a la sostenibilidad, respecto a la otra variable las empresas si tienen diferentes servicios que los hace competitivos entre sí.

9.3.4. Sistematización de recolección de datos

La información de las 3 empresas de transporte turístico del cantón Saquisili, se ingresó a una matriz general de sostenibilidad, la cual se evaluó en rangos del 1 al 10. Donde se realizó una

sumatoria final de las preguntas dividiéndola por el número de preguntas y así obtener una media de cada empresa.

En la variable de competitividad, se ingresó los datos a una matriz, donde se evaluó ocho áreas de las empresas con calificación del 1 al 5 en 103 preguntas, y de igual manera se obtuvo una media de cada empresa y de esta determinar en qué fase se encuentra las misma.

Una vez obtenidas las medidas de las dos variables, se realizó una ponderación y así observar los rangos y el análisis correspondiente.

10. ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

Se presentarán e interpretarán los resultados de las variables de cada empresa, utilizando gráficos, y un análisis detallado por cada dimensión en la sostenibilidad y por áreas en competitividad. Se utilizo el programa SPPSS y se aplicó una prueba de correlación estadística, para obtener resultados más precisos en la toma de decisiones. Además, se realizó un análisis FODA mediante las matrices EFI Y EFE para desarrollar estrategias de mejora que ayudaran a que los establecimientos adapten sus servicios a las necesidades de la población y opten con mejorar su rendimiento.

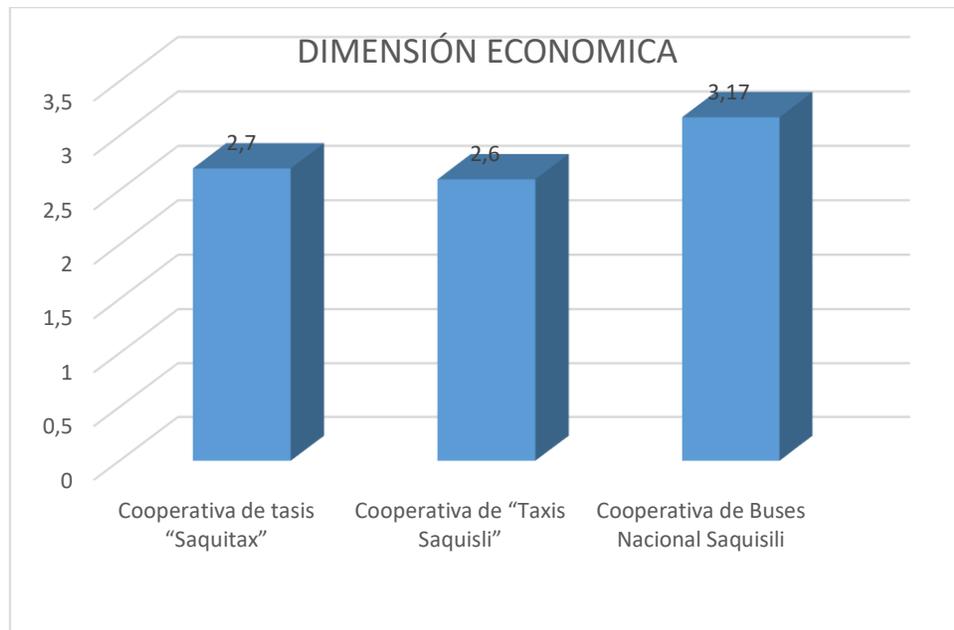
10.1. Variables Sostenibilidad

En el instrumento de sostenibilidad, se evaluó tres dimensiones: económica, ambiental y social. Se aplico a tres empresas. Las que optaron por no presentar evidencias debido a la confidencialidad de su información, A continuación, se presenta los resultados por dimensiones, cada una de ella consta de 10 preguntas y se calificó de acuerdo a la escala del 1 al 10, respectivamente.

10.1.1. Dimensión económica

Figura 3.

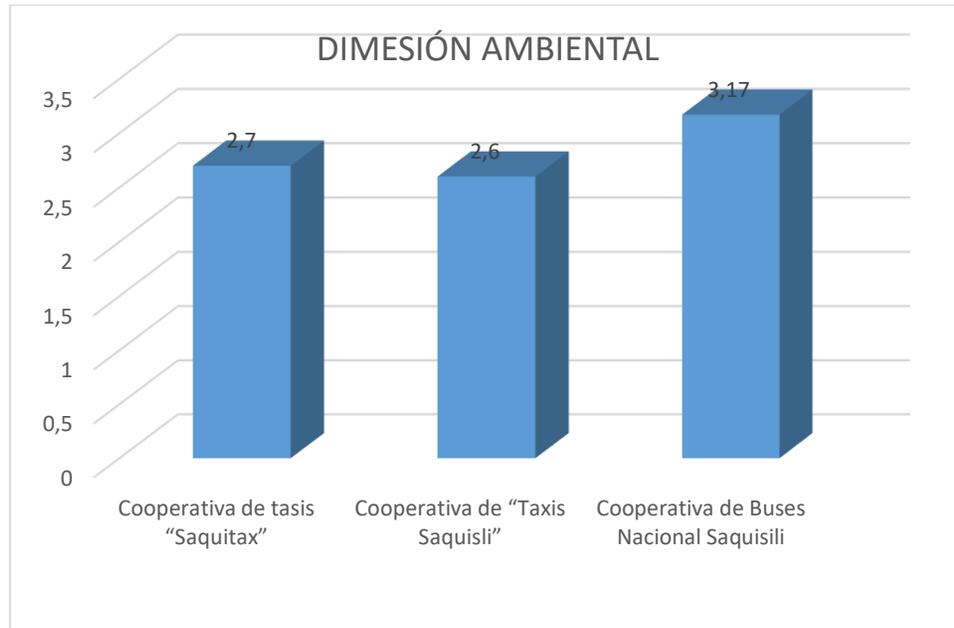
Dimensión económica



La figura muestra los resultados obtenidos acerca de la dimensión económica, utilizando variables de sostenibilidad, en las empresas de transporte turístico. Las empresas, Coop. de buses Nacional Saquisili, tiene un puntaje de (4 – 6), por lo cual se encuentra en la categoría de procesos de mejora, debido a que incorpora aspectos ambientales y sociales, cumplen con obligaciones legales, incentivan a sus trabajadores y utilizan prácticas responsables con la sociedad y medio ambiente. Las empresas Coop. de tasis "Saquisili" y Coop. de tasis "Saquitax" tiene un puntaje de (1 - 3), por lo cual se encuentran en la categoría de áreas de mejora a que cumplen con las obligaciones legales necesarias relacionadas con impuestos, control financiero y planificación de inversiones.

10.1.2. Dimensión ambiental

Figura 4. Dimensión Ambiental

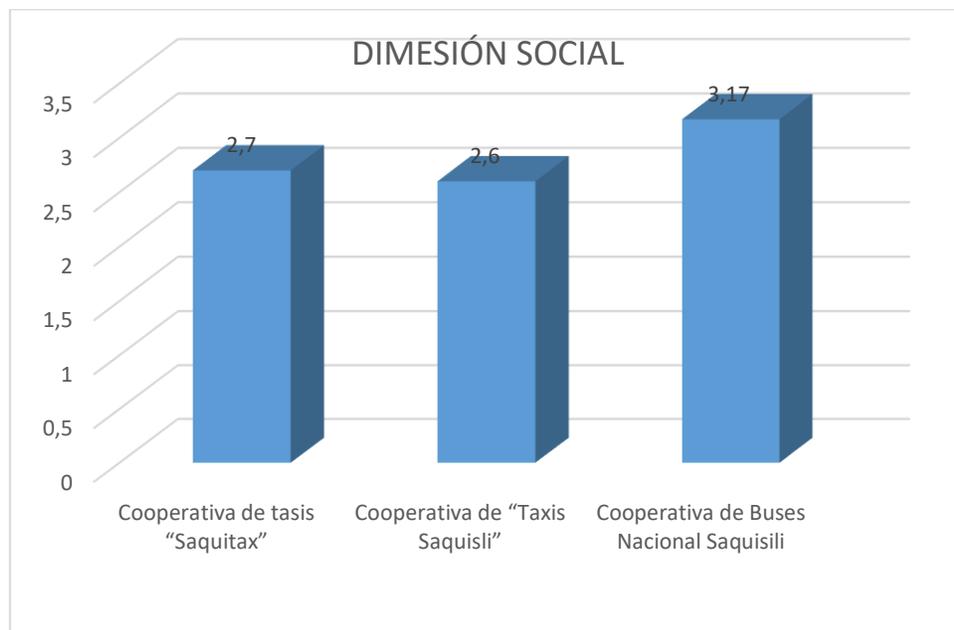


La figura muestra los resultados de la dimensión ambiental, utilizando la variable de sostenibilidad en las empresas de transporte turístico. La empresa de Coop. de Buses cantón Saquisili, tiene un puntaje de 3 debido a que cumplen con políticas ambientales, implementan estrategias con la mano de una buena gestión ambiental y son responsables con la sociedad que se encuentra a su alrededor. Las empresas de Coop. de tasis "Saquitax" y Coop. de taxis "Saquisili" tienen un puntaje de 2. debido a que tienen documentación, pero no presentan evidencias, reconocen que no han implementado políticas ambientales debido al desconocimiento sobre el tema. Todas las empresas estudiadas se encuentran en un área de mejora y no cuentan con un nivel adecuado de sostenibilidad.

10.1.3. Dimensión Social

Figura 5.

Dimensión Social



La figura muestra, los resultados obtenidos de la dimensión social, utilizando la variable de sostenibilidad en las empresas de transporte turístico. La empresa Coop. de Buses Nacional Saquisili, obtuvo un puntaje de 4 esto quiere decir que se encuentra en la categoría de procesos de mejora, debido a que esta empresa cumple y mantiene como principio implementar políticas de seguridad y cuentan con un plan estratégico sólido. La empresa Coop. de tasis "Saquitax" y Coop. de taxis "Saquisili" tienen un puntaje de dos debido a que no cumplen con buenas prácticas al momento de aplicar un sistema de recolección de quejas por parte de sus clientes y así poder detectar los diferentes problemas internos de las empresas no cuentan con un plan estratégico y adecuado nivel de sostenibilidad por falta de capacitación.

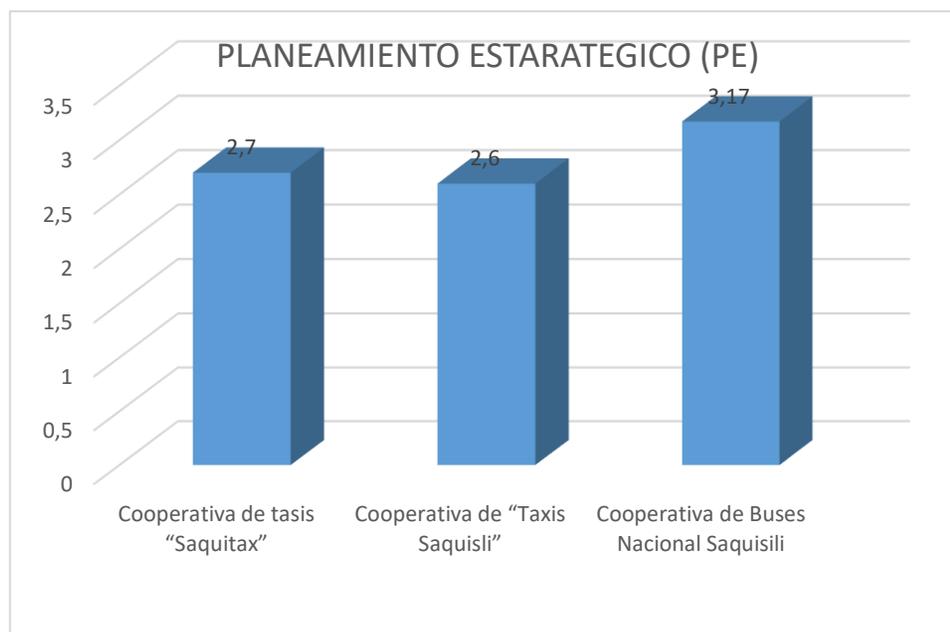
10.2.Variable de competitividad

El instrumento de competitividad, se divide en ocho áreas las cuales se clasifica en: planeación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información y se calificó en una escala de 0 al 5, y el resultado de estos se mide en un rango del 0% con muy baja competitividad hasta el 100% con muy alta competitividad.

10.2.1. Área, planeamiento estratégico

Figura 6.

Planeamiento Estratégico



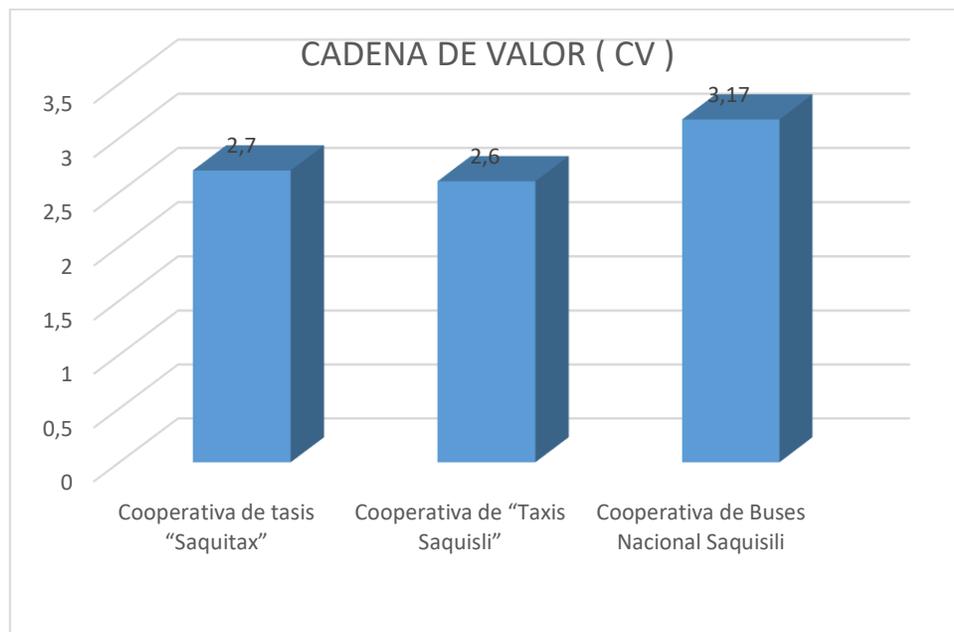
De acuerdo al gráfico de planeamiento estratégico, nos muestra que la empresa Coop. de Buses Nacional Saquisli, con un rango de 26 puntos es la empresa que cuenta con un valor más alto, porque se apreció que tienen objetivos bien establecidos, el personal está comprometido en alcanzar metas y realizar un análisis tanto interno como externo, cuentan con estrategias de negocios se encuentran en un rango.21% - 40%, que determina una baja competitividad. Las

empresas Coop. de taxis “Saquisili” 16 y Coop. de tasis “Saquitax” 14 puntos. esto quiere decir que se encuentran en un rango del 0% - 20% que determina muy baja competitividad en el mercado, debido a que las empresas no han realizado un planteamiento estratégico con los dos últimos años, no analizan el sector donde opera la empresa, no utilizan la técnica de comparar su empresa con mejores prácticas o buscar capacitaciones se encuentran en rango negativo.

10.2.2. Área, de cadena de Valor

Figura 7.

Cadena de Valor



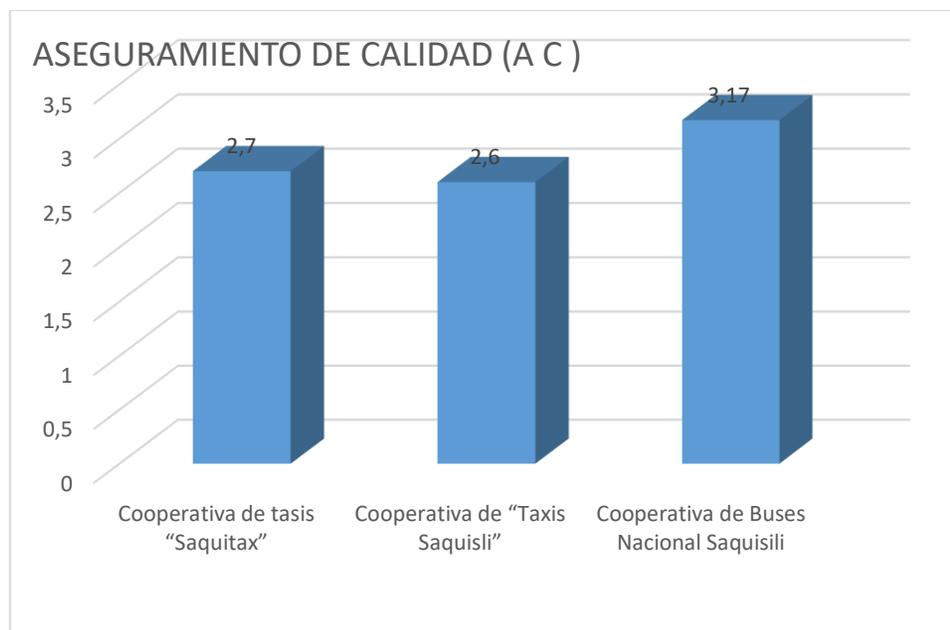
De acuerdo al gráfico de cadena de valor, la empresa Coop. de Buses Nacional Saquisili con 50 puntos es la empresa con mayor valor debido a que cumple con la planificación, investigación, ubicación de infraestructura, cuentan con seguros contra incendios y otras calamidades. La infraestructura e instalaciones de la planta son adecuadas para atender actuales y futuras necesidades. Las empresas Coop. de tasis “Saquitax” 27 puntos y Coop. de taxis

“Saquisili”²⁷, puntos indica que las empresas cumplen con obligaciones, pero no presentan ningún tipo de evidencias o están en proceso de documentación. La innovación, no es incorporada en los diferentes procesos de la empresa encontrándose en un rango del 21% - al 40% con un resultado de baja competitividad

10.2.3. Área, aseguramiento de Calidad

Figura 8.

Aseguramiento de Calidad

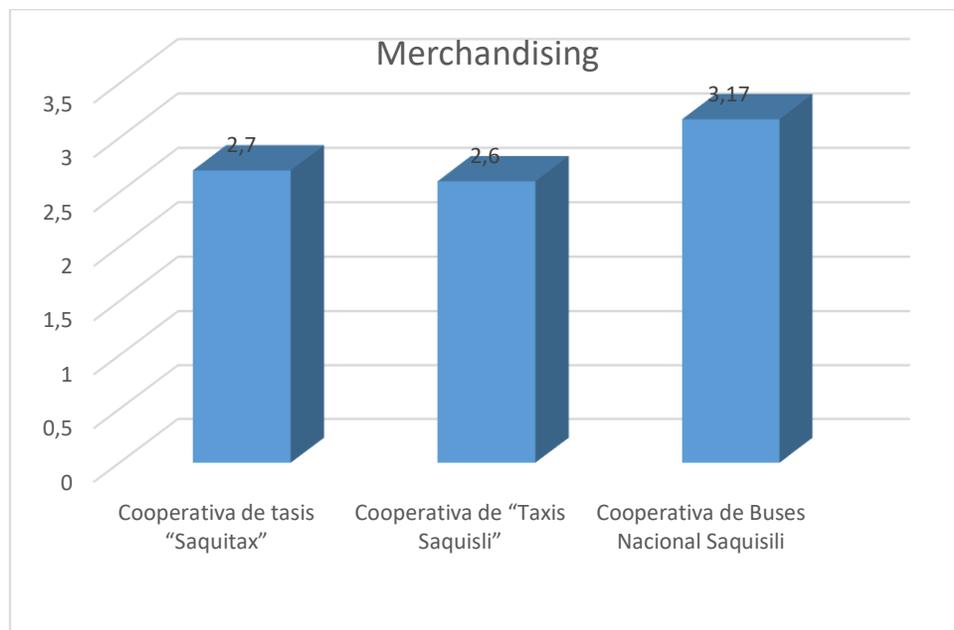


De acuerdo al gráfico de aseguramiento de calidad, la empresa Coop. de Buses Nacional de Saquisili, con 18 puntos. Las empresas Coop. de taxis “Saquisili” 16 puntos y Coop. de tasis “Saquitax” 16, son empresas con los valores más altos ya que cumplen con las normas de calidad, para todos los servicios de la empresa y estos están debidamente documentados la gerencia tiene como principal objetivo impulsar programas de calidad en la empresa y para ello capacita sus empleados.

10.2.4. Área, Merchandising

Figura 9.

Merchandising

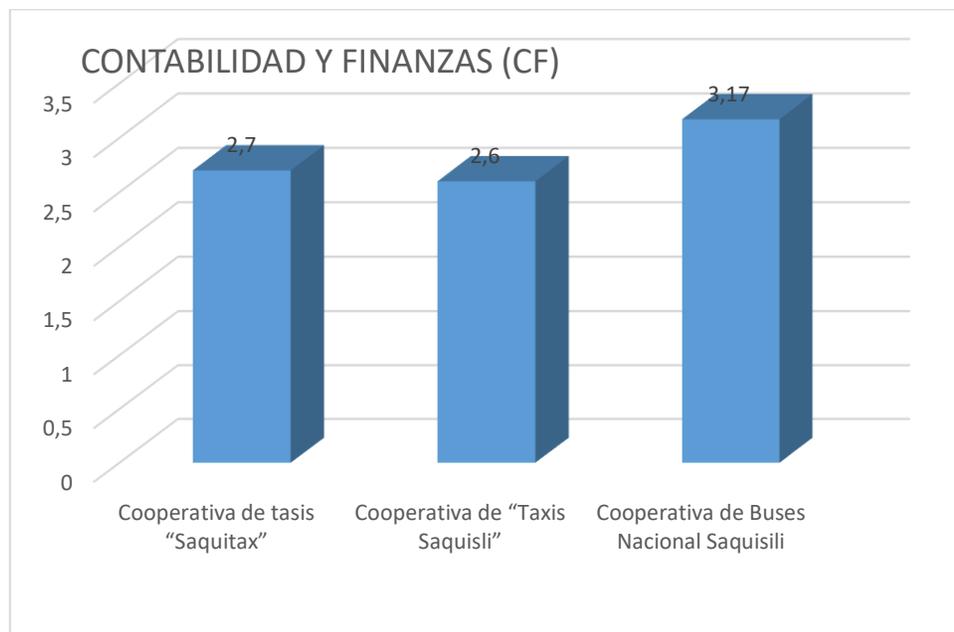


De acuerdo al grafico de Merchandising, la empresa Coop. de Buses Nacional de Saquisili. con 49 puntos es la empresa con mayor valor dentro del rango de 41% al 60% que determina mediana competitividad, ya que. esta empresa tiene definido su mercado objetivo, estrategias de penetración, posicionamiento y comercialización, dispone de catálogo y tiene un sistema de información efectiva. Las empresas Coop. de taxis "Saquisili" 28 puntos y Coop. de tasis "Saquitax" 27, estas empresas se encuentran dentro del rango del 21% al 40% que determina una baja competitividad, debido a que estas empresas no tienen la habilidad para definir sus propios objetivos y acoplarse adecuadamente al mercado.

10.2.5. Área, de contabilidad y finanzas

Figura 10.

Contabilidad y Finanzas

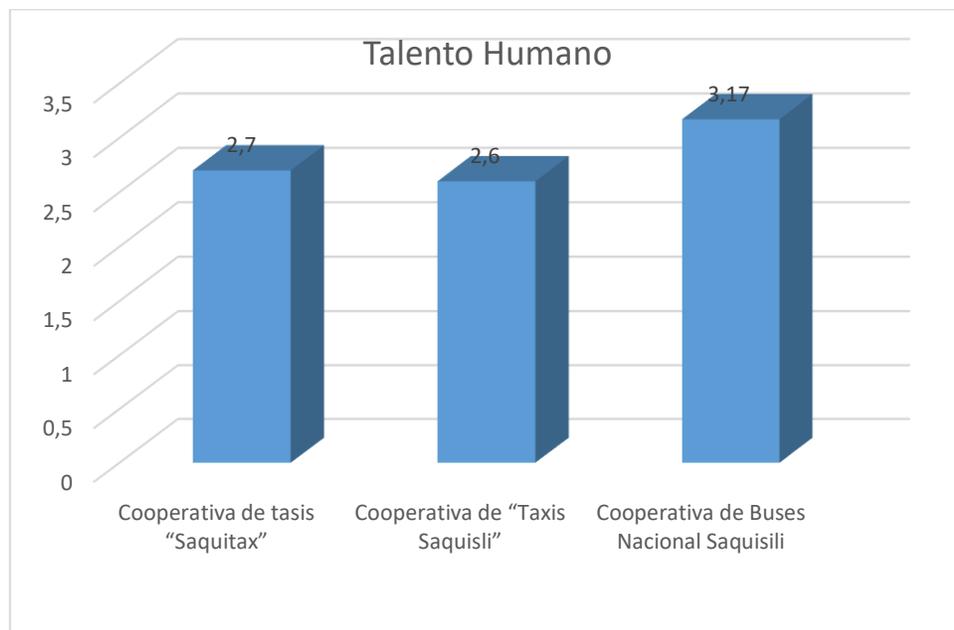


De acuerdo al gráfico de contabilidad y finanzas, la empresa Coop. de Buses Nacional Saquisili con 30 puntos, Coop de taxis Saquisili, con 22 puntos y Coop. de tasis "Saquitax" 21 puntos, son las empresas con mayor valor dentro del rango del 21% al 40% que determina baja competitividad, ya que. estas empresas cumplen con ciertos puntos específicos de las sub áreas como monitoreo de costos, administración financiera y contabilidad financiera ya que deben llevar a cabo un análisis de los presupuestos mensuales.

10.2.6. Área, de talento humano

Figura 11.

Talento Humano

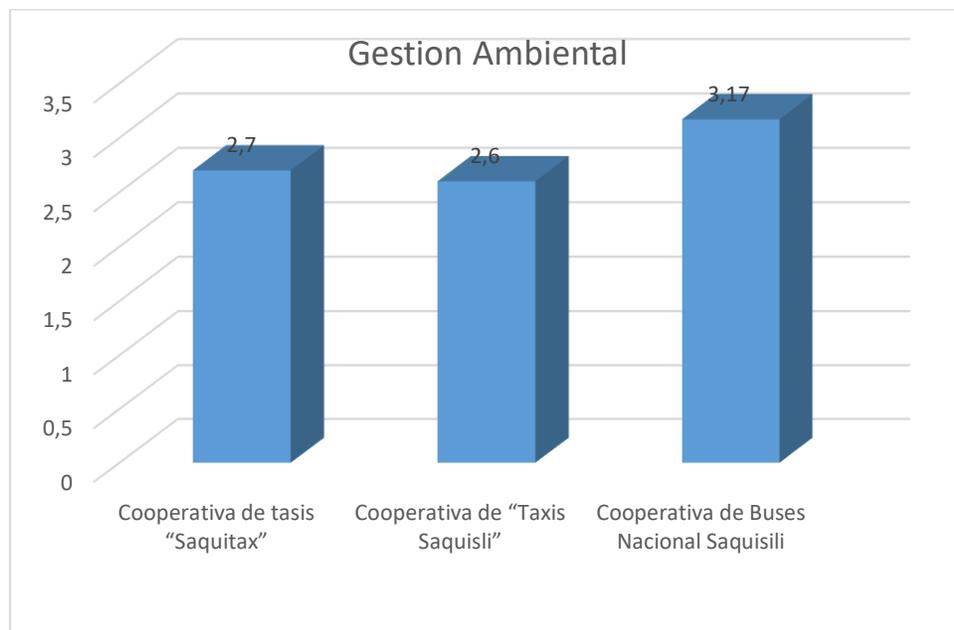


De acuerdo al gráfico de talento humano, la empresa Coop. de Buse Nacional de Saquisli, con 41 puntos es la empresa con mayor valor dentro del rango del 41% al 60% que determina mediana competitividad cumpliendo con las políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por el personal, existe una junta directiva que lidera la empresa así mismo cuentan con un programa de salud ocupacional, implementado el plan de prevención de enfermedades seguridad laboral. Las empresas restantes se encuentran en un rango del 21% al 40%, determinando una baja competitividad debido a que las empresas no cumplen, con los requisitos legales vigentes y no entregan evidencias necesarias al momento de un control.

10.2.7. Área, de Gestión Ambiental

Figura 12.

Gestión Ambiental

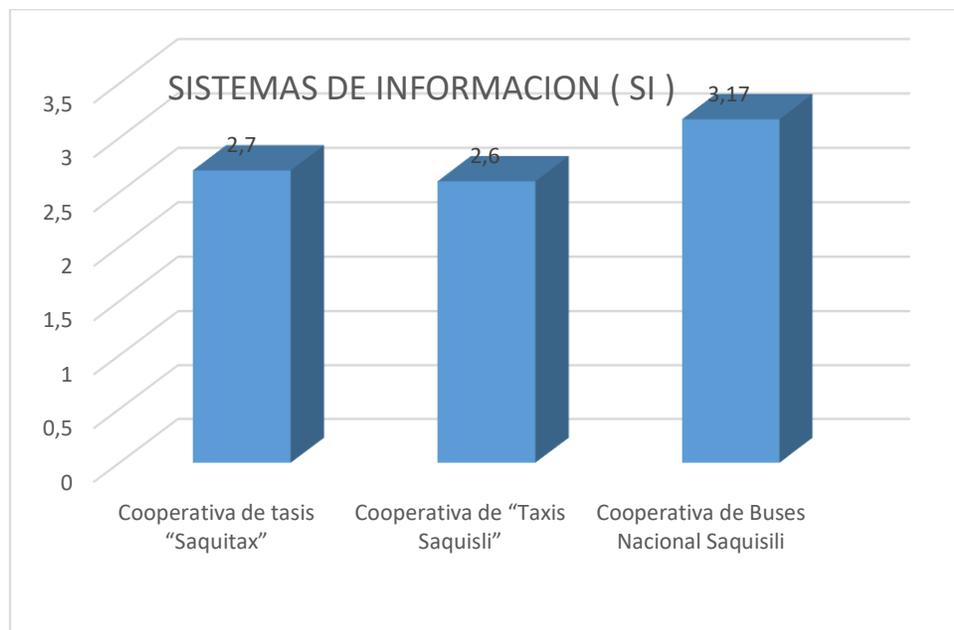


De acuerdo al grafico de gestión ambiental, la empresa Coop.de Buses Nacional Saquisili, con 22 puntos. Dentro del rango del 21% al 40%, determina una baja competitividad, de igual manera, estas empresas cumplen con las sub ares de gestión ambiental como políticas de la empresa garantizando un manejo adecuado y promoviendo la preservación de estos recursos y consideran las regulaciones ambientales, así como también tenemos el resto de empresas que se encuentran con un rango del 0% al 20%, que determina muy baja competitividad debido a que no tiene regulaciones ambientales y no ponen en marcha las norma ambientales, no consideran las regulaciones ambientales al momento de realizar cambios en su infraestructura y no tienen documentación que asegure el cumplimiento de las normas ambientales.

10.2.8. Áreas, sistemas de información

Figura 13.

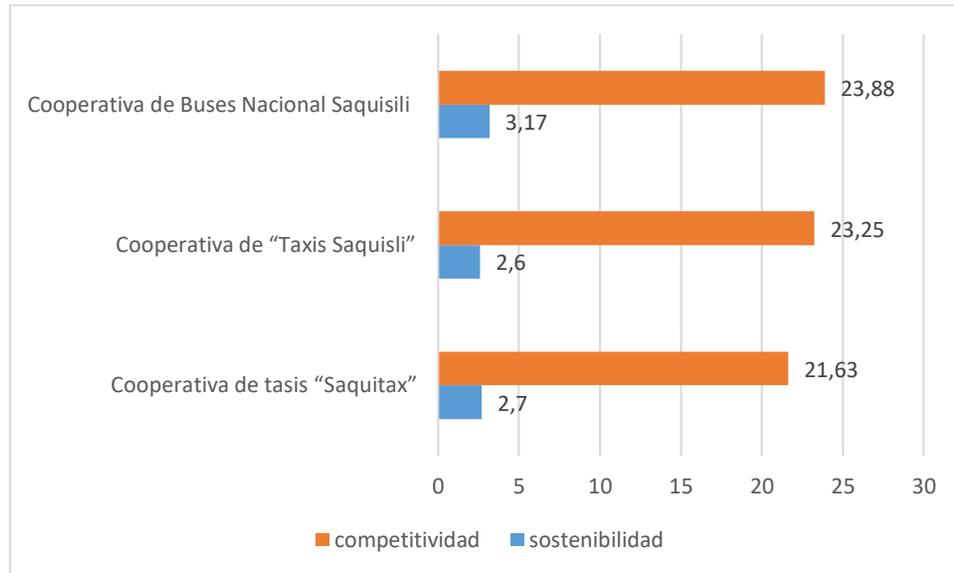
Sistemas de Información



De acuerdo al gráfico de sistemas de información, en la empresa Coop. de Buses Nacional Saquisli, con 25 puntos se encuentra en un rango del 21% al 40%, determina una baja competitividad, de todas maneras, las empresas actualizan nuevos desarrollos en programas, equipos y capacitación del personal, la gerencia define reportes que indican el tipo de datos requeridos para la toma de decisiones las demás empresas de rango 0% al 21%, que determina muy baja competitividad, aunque abordan algunas sub áreas, no mostraron pruebas de haber implementado sistemas, programas y generando informes.

10.3. Análisis de las empresas

Se analizó la sostenibilidad y competitividad por empresas, y se observó los resultados de las medias obtenidas de cada empresa en las diferentes áreas y dimensiones.

Figura 14.*Análisis de las empresas*

- **Cooperativa de Buses Nacional Saquisilí**

La empresa obtuvo un puntaje de 3.17, en la variable de sostenibilidad lo que determina que se encuentra en áreas de mejora. En la dimensión económica esta empresa, si cumple con todas las obligaciones legales relativas a la legalización de los libros contables, pago de impuestos y auditorias, así como realizar actividades de control sobre sus operaciones con las entidades financieras, utilizando criterios económicos y de prácticas socialmente responsables. En lo que refiere a la dimensión ambiental, tienen un correcto puntaje por ocupación de estrategias para reducción de la huella ecológica y tener políticas ambientales, de igual manera. el uso de indicadores de consumo para el control de los aspectos ambientales, referentes a agua, energía y combustibles. Por último, en la dimensión social se constata que la empresa cuenta con políticas de seguridad laboral y se preocupa por los aspectos relacionados con la igualdad de género.

En la variable de competitividad la empresa obtuvo un resultado del 23.88 en el rango de 21% al 40%, lo cual determina una baja competitividad. Sin embargo, esta empresa ha obtenido en segundo valor más alto, debido a que cumple varios parámetros de las 8 sub áreas designadas, como haber realizado un proceso de planificación en los últimos dos años, impulsar programas de calidad contar con un organigrama establecido y el sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa.

- **Cooperativa de taxis “Saquisili”**

La empresa obtuvo un puntaje de 2.6, en la variable de sostenibilidad lo cual determina que se encuentra en una categoría de áreas de mejora. En la medición económica. Aunque cumple con las obligaciones legales, aún necesita mejorar en la planificación de inversiones y actualizar sus políticas de distribución, ya que no hay suficientes evidencias en sus ventas de recorridos, balances económicos y registros de aportaciones para la cooperativa. En la dimensión ambiental, no tienen un sistema de gestión ambiental, no cuentan con políticas ambientales, no tienen un sistema implementado de gestión ambiental con objetivos y metas. en la dimensión social la empresa revisa regularmente la evaluación inicial y valoración del riesgo, mediante controles periódicos de un sistema para que los trabajadores de la empresa, participe en la definición de un plan estratégico. La empresa debe tomar medidas correctivas e implementar una mejora sostenible en su empresa.

En la variable de competitividad esta empresa obtuvo un puntaje de 23.25%, en el rango del 21% al 40%, lo cual indica una baja competitividad debido a la falta de una estrategia de negocios documentada y conocida por los responsables, una dirección efectiva por parte de la junta directiva y un programa de salud ocupacional, para prevenir enfermedades laborales, lo cual supone una vulnerabilidad importante para la empresa.

- **Cooperativa tasis “ Saquitax”**

La empresa obtuvo un puntaje de 2.7, en la variable de sostenibilidad lo que determina que se encuentra en Área de mejora. En la dimensión social, la empresa carece de incentivos para la superación personal de los trabajadores, así como la falta de pertenecía hacia la empresa. En cuanto la dimensión económica no cumple con todas las obligaciones legales como el pago de impuestos a tiempo y auditorias, pero así mismo cumple con establecer buenos criterios para el buen gobierno de la misma. En la dimensión ambiental referentes a agua y energía.

En la variable de competitividad, la empresa obtuvo un puntaje del 21.63% en el rango del 21% al 40%, lo cual determina que se encuentra en una baja competitividad, ya que se han identificado algunos inconvenientes en la planificación de las empresas, como la falta de estrategias y planes de trabajo, no cuenta con una planificación tributaria definida, sin embargo, también se han encontrado aspectos positivos como el mantenimiento adecuado de la instalación y la ubicación estratégica de la infraestructura.

10.4.Índice de sostenibilidad y competitividad

Se realizará el análisis del índice de sostenibilidad con las siguientes valoraciones: 3 o menor se encuentra en áreas de mejora; de 4 a 6 en procesos de mejora; de 7 a 9 en buenas prácticas y 10 es que cumple con todos los procesos y se encuentra en fase de desarrollo.

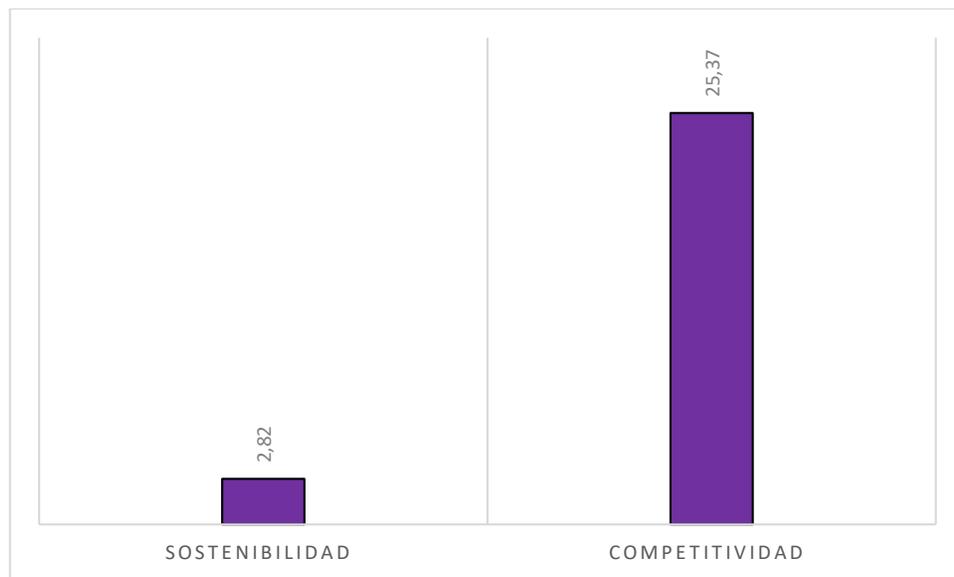
En el caso de la competitividad el análisis del índice se realizará con la escala del 0% al 100% como se observa a continuación:

- 0% al 20% - muy baja competitividad;
- 21% al 40% - baja competitividad;
- 41% al 60% - mediana competitividad;

- 61% al 80% - alta competitividad; y,
- 81% al 100% - muy alta competitividad.

Figura 15.

Índice de contabilidad y sostenibilidad



Se realizó un análisis, sobre el índice de la variable de competitividad y sostenibilidad de las empresas de transporte turístico del cantón Saquisilí, y se constata que estas empresas tienen un bajo valor en ambas variables.

Se puede observar, que el índice de la sostenibilidad de las empresas de transporte y operación turísticas en el cantón Saquisilí, es de 2,82 esto quiere decir, que todas las empresas estudiadas están determinadas en áreas de mejora, ya que no están cumpliendo con los tres ejes de la sostenibilidad: ambiental, económica y social. Debido a la falta de interés y conocimiento por parte de estas empresas turísticas sobre la importancia de llevar a cabo la ejecución de prácticas sostenibles. Por esa razón, es crucial resaltar que la sostenibilidad no solo es importante desde el punto de vista de la responsabilidad social y ambiental, sino que también tiene un impacto

significativo en la competitividad empresarial. Por lo tanto, las empresas que optan por adoptar practicas sostenibles, pueden experimentar mejoras significativas en su rendimiento, lo que a su vez atraer a más turistas.

El índice de competitividad de las empresas de transporte turístico del cantón Saquisilí, es de 25,37%, en un rango del 21% al 40%, esto indica que se encuentra en un nivel bajo de competitividad, ya que estas empresas no consideran su rentabilidad, ni la competencia, si no que se enfocan únicamente en obtener ganancias económicas sin implementar mejoras en las 8 áreas y sub áreas de la competitividad, por tal motivo es necesaria la implementación de prácticas sostenibles y competitivas que puedan generar beneficios económicos y ambientales a corto y largo plazo.

10.5.Prueba estadística de correlación SPSS

Figura 16.

Correlación de Spearman

			Correlaciones	
			Sostenibilidad	Competitividad
Sostenibilidad		Coefficiente de correlación	1,000	-,500
		Sig. (bilateral)	.	,667
		N	3	3
Competitividad		Coefficiente de correlación	-,500	1,000
		Sig. (bilateral)	,667	.
		N	3	3

Mediante el SPSS, se interpreta que el (P) valor o el nivel de significancia es de, el autor se equivoque o se afirme la hipótesis planteada, para la investigación se trabajó con el 0,05 el 5% de probabilidad.

Se realizó un análisis estadístico utilizando el programa SPSS, para determinar, si existe una correlación entre las variables de sostenibilidad y competitividad de 3 empresas de transporte

turístico del cantón Saquisilí, los resultados de la tabla muestran que el coeficiente de correlación de sostenibilidad tiene un valor de 1,000. lo que indica que la variable está altamente correlacionada consigo mismo. Por otro lado, el coeficiente de competitividad es de 0,500, lo cual indica una correlación débil con la sostenibilidad. Sin embargo, como el valor de significación es mayor al 0,05 se determinó que la correlación entre estas dos variables no es estadísticamente significativa.

Al aplicar la prueba estadística de correlación entre la sostenibilidad y la competitividad se analizó que puede ser más fuerte, si se aplicaran juntas en las empresas debido a la creciente demanda de turistas por destinos y experiencias sostenibles. Por lo tanto, las empresas de transporte turístico del cantón Saquisilí, pueden tener una ventaja competitiva al mejorar su reputación. Además, la adopción de prácticas sostenibles también puede mejorar la relación con la población.

10.6. Análisis FODA

Se realizó un estudio de análisis FODA, para identificar los factores internos y externos que afectan a las empresas. Con este análisis, se correlaciona cuidadosamente los factores más importantes y de impacto en la organización, con el objetivo de comprender las fortalezas, débiles, oportunidades y amenazas de la organización. Esto permite tomar decisiones estratégicas informadas y efectivas en beneficio de estas empresas.

10.6.1. Matriz EFI (Evaluación de factores Internos)

Se utilizó la matriz EFI, para identificar los factores internos en las empresas de transporte turístico del cantón Saquisilí, se encontró fortalezas y debilidades, en 5 áreas clave: administrativa, talento humano, sostenibilidad, tecnología e innovación y cultura empresarial. En total se evaluará 50 sub factores en un rango de alto medio y bajo impacto y se desarrollaron estrategias para mejorar el desempeño empresarial

10.6.1.1. Factor administrativo

Se evaluará aspectos favorables y desfavorables, lo que reveló que las empresas presentan mayores falencias en la gestión administrativa, ya que carecen de una planificación estratégica que les permite mejorar su organización interna. Es necesario solucionar este problema, enfocando la gestión en la eficiencia para garantizar su éxito y permanencia en el mercado turístico a nivel nacional e internacional.

10.6.1.2. Factores de talento humano

En el ámbito de talento humano, las empresas presentan deficiencias que requieren atención, ya que se necesita tener manuales y registros del personal. Para su correcto funcionamiento, planes de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad y planes de emergencia que garanticen un excelente ambiente laboral.

10.6.1.3. Factor de sostenibilidad

Se ha identificado que las empresas presentan deficiencia en el aspecto de sostenibilidad, ya que carecen de políticas ambientales y no se considera necesarias. Sin embargo, se tiene que implementar indicadores de consumo para el control de los aspectos ambientales, referentes a agua, energía y combustibles. De igual manera, es necesario que se planifiquen estrategias en las dimensiones económica, social y ambiental para que las empresas puedan ser más consideradas con el medio ambiente y reducir daños ambientales.

10.6.1.4. Factor de tecnología e innovación

Las empresas tienen como desventaja la tecnología, ya que no se mantienen actualizadas con nuevos equipos cómodos para el uso del cliente, por lo cual se debe actualizar a los trabajadores de la empresa en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de informática, logrando que el personal esté adecuado y capacitado en factores de tendencia de tecnología.

10.6.1.5. Factor cultura empresarial

La cultura empresarial, las empresas de transporte turístico no se enfoca en mejorar cada día, para brindar experiencias únicas a sus clientes ni ofrecen varios servicios, estas empresas no valoran la innovación, la creatividad ni el trabajo en equipo para ofrecer servicios turísticos de calidad. Además, estas empresas no presentan un buen porcentaje de responsabilidad social y ambiental en sus operaciones, ni buscan establecer relaciones a largo plazo con sus clientes, la formación constante del personal debe ser adoptada por las empresas de transporte y operación turística, para mantener la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

De igual manera, presentan deficiencias en varios aspectos. La gestión administrativa es débil debido a la falta de planificación estratégica. En cuanto talento humano, carecen de manuales y registros, así como programas de salud ocupacional. En sostenibilidad, no tiene políticas ambientales, tampoco indicadores de consumo. En tecnología e innovación, no se actualizan con nuevos dispositivos. Por último, la cultura empresarial no se enfoca en brindar experiencias que satisfagan al cliente, por lo mencionado es necesario crear estrategias que mejoren estos aspectos negativos para garantizar el éxito en el mercado turístico.

Tabla 10.*Matriz de evaluación interna (MEFI)*

MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA											
ADMINISTRATIVA		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Falta de claridad en los roles y responsabilidades del personal administrativo	FAC.ADM					X			X	
2	Estructura organizativa bien definida y eficiente	FAC.ADM	X						X		
3	Ineficiencia en la gestión de los recursos financieros	FAC.ADM				X			X		
4	Personal administrativo altamente capacitado y comprometido	FAC.ADM	X						X		
5	Deficiencias en la comunicación interna y externa	FAC.ADM					X			X	
6	Sistemas de gestión de calidad implementados y eficaces	FAC.ADM	X						X		
7	Carencia de políticas	FAC.ADM				X			X		
8	Uso efectivo de la tecnología para mejorar los procesos administrativos	FAC.ADM		X						X	

9	Limitada capacidad y adaptación al cambio e innovación	FAC.ADM				X			X		
10	Buen manejo de la planificación estratégica y toma de decisiones	FAC.ADM	X						X		
TALENTO HUMANO		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Ausencia de programas de bienestar para los empleados	FAC.TH					X			X	
2	Escasa inversión en capacitaciones del personal	FAC.TH				X			X		
3	Falta de flexibilidad en políticas de la empresa	FAC.TH					X			X	
4	Deficiente gestión interna	FAC.TH				X			X		
5	Clima laboral negativo	FAC.TH				X			X		
6	Implementación de programas de desarrollo profesional	FAC.TH	X						X		
7	Fomenta un ambiente laboral inclusivo	FAC.TH		X						X	
8	Motivan y reconocen el trabajo de los empleados	FAC.TH	X						X		
9	Posee un equipo de recursos humanos competente	FAC.TH		X						X	
10	Retroalimenta y evalúa los procedimientos de la empresa	FAC.TH		X						X	

SOSTENIBILIDAD		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Uso eficiente de recursos	FAC.SOS		X					X		
2	Gestión adecuada de recursos	FAC.SOS	X						X		
3	Mal uso de energía eléctrica	FAC.SOS				X				X	
4	Adopción de prácticas éticas y responsabilidad corporativa	FAC.SOS	X						X		
5	Falta de programas de capacitación en sostenibilidad	FAC.SOS				X			X		
6	Falta de innovación en servicios sostenibles	FAC.SOS				X			X		
7	Baja participación y comunicación entre empleados	FAC.SOS				X			X		
8	Falta de actualización de documentos en gestión ambiental	FAC.SOS				X			X		
9	Falta de compromiso y conciencia en normas ambientales	FAC.SOS					X			X	
10	Falta de medición y seguimiento de indicadores de sostenibilidad	FAC.SOS					X			X	
TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO

1	Equipo capacitado en innovación	FAC.TI		X					X		
2	Uso eficiente de datos para la toma de decisiones	FAC.TI	X					X			
3	Integración de la tecnología en toda la cadena de valor	FAC.TI	X					X			
4	Uso de tecnología para resolver problemas comerciales	FAC.TI		X					X		
5	Colaboración con instituciones académicas	FAC.TI	X					X			
6	Falta de inversión en investigación y desarrollo.	FAC.TI					X		X		
7	Falta de alianzas con empresas tecnológicas	FAC.TI					X		X		
8	Dificultad para identificar las tendencias del mercado	FAC.TI						X		X	
9	Inadecuada gestión de los servicios incluyendo su lanzamiento	FAC.TI					X		X		
10	Tecnologías desactualizadas	FAC.TI				X			X		
CULTURA EMPRESARIAL		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Falta de confianza y apoyo entre los miembros de equipo	FAC.CE				X			X		

2	Altos niveles de estrés laboral	FAC.CE					X			X		
3	Trabajo excesivo	FAC.CE					X			X		
4	Falta de atención a las necesidades individuales	FAC.CE						X			X	
5	Ambiente laboral orientado al aprendizaje	FAC.CE	X							X		
6	Incentivos y beneficios que fomenten la salud y bienestar	FAC.CE	X							X		
7	Cultura empresarial que piensa en el futuro de la empresa	FAC.CE	X							X		
8	Ambiente laboral sin discriminación	FAC.CE	X							X		
9	Creatividad, honestidad e integridad	FAC.CE		X							X	
10	Cultura empresarial empática	FAC.CE	X							X		

10.6.2. Matriz EFE (Evaluación de factores Externos)

La matriz EFE, es clave para un análisis completo de las áreas de una empresa, ayuda en la toma de decisiones para mejorar y competir en un mercado sostenible. Se evalúa 5 factores externos: económico, medioambiental, social y cultural, tecnología, político y legal. Por lo tanto, se evaluará un total de 50 sub factores, que se distribuirán en oportunidades y amenazas, que podrían afectar o brindar oportunidades a las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí.

10.6.2.1. Factor económico

En el ámbito económico, se pudo identificar aspectos favorables como desfavorables para las empresas, se ha identificado posibilidades y riesgos, se busca implementar nuevas estrategias, las cuales permitan a las empresas convertir las dificultades, como oportunidades, impulsando el crecimiento y evitando que el establecimiento, se estanque.

10.6.2.2. Factor medioambiental

La falta de conocimiento de la población a nivel macro y micro, afecta el factor de medio ambiente, ya que no prestan atención a los nuevos desastres causados por falta de medidas, para reducir el impacto de los negocios, es necesario tomar acciones medioambientales para poder crear conciencia y reducir la contaminación.

10.6.2.3. Factor social y cultural

En el ámbito social, se pudo identificar varias oportunidades que pueden ser beneficiosas para las empresas, siendo este un aspecto fundamental en su funcionalidad. Estos establecimientos, necesitan mejorar su gestión analizando los factores externos que los impactan. Se implementarán acciones para fomentar la creación de empleo e inclusión social en todas las áreas de la empresa, así como mantener capacitado al personal y lograr desarrollar un buen desempeño en el ámbito laboral, social, cultural y ambiental.

10.6.2.4. Factor tecnológico

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una nueva tendencia y estrategia de marketing, para los establecimientos. Se pretende desarrollar sistemas tecnológicos, que informen a las personas sobre las empresas de transporte y operación turística existente en el cantón Saquisilí. Así mismo como la ubicación y servicios que ofrece en la ciudad, logrando una mejora comunicación entre el cliente y la empresa lo que mejorará notablemente la experiencia del visitante.

10.6.2.5. Factor político legal

El factor político y legal, tiene un impacto negativo en las empresas de transporte y operación turística, se debe a la necesidad de cumplir con regulaciones estrictas, obtener permisos y licencias, de alto valor económico, así como enfrentar cambios políticos y económicos, que pueden afectar a la demanda turística. Estos factores dan como resultado obstáculos y costos adicionales para la empresa, dificultades en su operación y rentabilidad en el mercado turístico.

En las empresas, el factor económico tiene oportunidades y riesgos, por lo que se buscan estrategias innovadoras para impulsar el crecimiento del negocio, en el factor medio ambiental destaca la necesidad de tomar medidas para reducir la contaminación y crear conciencia. El factor social y cultural identifica oportunidades para mejorar la gestión y apoyar la inclusión social en todas las áreas de la empresa. El factor tecnológico, destaca el uso de redes sociales, como una estrategia de marketing y se busca desarrollar sistemas tecnológicos para mejorar la comunicación con los clientes, en el factor político y legal es negativo debido a las regulaciones estrictas, permisos costosos y cambios políticos, económicos que afectan a la demandada turística y así ves a la empresa.

Tabla 11.*Matriz de evaluación externa (MEFE)*

MATRIZ DE EL VALUACIÓN EXTERNA											
FACTOR ECONÓMICO		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Bajos niveles de inflación y tasas de interés favorables	FAC.ECO		X						X	
2	Mayor competencia en el mercado turístico	FAC.ECO				X			X		
3	Aumento de la demanda del mercado por servicios específicos	FAC.ECO	X						X		
4	Cambios en las tendencias de consumo	FAC.ECO				X			X		
5	Expansión del mercado a nivel nacional	FAC.ECO	X						X		
6	Aumento de la inversión extranjera directa	FAC.ECO	X						X		
7	Nuevos mercados nominados como competencia directa	FAC.ECO				X			X		
8	Disminución de la actividad económica	FAC.ECO					X			X	

9	Competencia desleal	FAC.ECO					X			X	
10	Poca oportunidad laboral en el sector turístico	FAC.ECO				X			X		
FACTOR MEDIOAMBIENTAL		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Mayor demanda de productos o servicios sostenibles	FAC.MA	X						X		
2	Mayor conciencia pública sobre la importancia de la sostenibilidad lo que puede fortalecer la reputación de la empresa	FAC.MA	X						X		
3	Acceso a recursos naturales renovables o materias primas sostenibles	FAC.MA		X						X	
4	Colaboración con organizaciones ambientales	FAC.MA		X						X	
5	Expansión hacia mercados internacionales	FAC.MA	X						X		
6	Regulaciones ambientales más estrictas	FAC.MA					X			X	

7	Riesgo de eventos climáticos extremos que puedan interrumpir los servicios que ofrece la empresa	FAC.MA				X			X		
8	Riesgo de contaminación por parte de los turistas	FAC.MA				X			X		
9	Dificultad para obtener financiamiento en proyectos relacionados con la sostenibilidad	FAC.MA					X			X	
10	Riesgo de desprestigio por campañas o movimientos medioambientales	FAC.MA					X			X	
FACTOR SOCIAL Y CULTURAL		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Fusión con otras empresas del mismo sector	FAC.SOC		X						X	
2	Desarrollo de nuevas formas de promoción	FAC.SOC	X						X		
3	Personalización de los servicios	FAC.SOC	X						X		
4	Ferias culturales y productos o servicios artesanales	FAC.SOC	X						X		

5	Ofertar las fiestas tradicionales y populares	FAC.SOC	X						X		
6	Cambios en las preferencias del consumidor	FAC.SOC					X			X	
7	Falta de mano de obra cualificada disponible	FAC.SOC				X			X		
8	Aumento de precios en materias primas	FAC.SOC				X			X		
9	Perdida de reputación	FAC.SOC				X			X		
10	Cambios demográficos (envejecimiento de la población)	FAC.SOC					X			X	
FACTOR TECNOLÓGICO		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Implementación del teletrabajo y ventas en línea	FAC.TEC		X						X	
2	Acceso a nuevos canales de distribución	FAC.TEC	X						X		
3	Cambio en la tecnología información y comunicación (TIC)	FAC.TEC		X						X	
4	Mejora en la experiencia del cliente	FAC.TEC	X						X		

5	Mayor seguridad y privacidad en los datos del cliente	FAC.TEC	X						X		
6	Incremento en costos operativos	FAC.TEC					X			X	
7	Limitaciones presupuestarias	FAC.TEC					X			X	
8	Pérdida de clientes clave	FAC.TEC				X			X		
9	Amenazas cibernéticas o robo de datos	FAC.TEC				X			X		
10	Cambios tecnológicos que requieren de más inversión	FAC.TEC				X			X		
FACTOR POLITICO Y LEGAL		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Cambios en la legislación laboral	FAC.POL				X			X		
2	Cumple con las políticas fiscales y tributarias	FAC.POL	X						X		
3	Cumple las normas de contratación pública	FAC.POL	X						X		
4	Tiene normativas en la privacidad de información	FAC.POL	X						X		
5	Regulaciones en la publicidad y marketing	FAC.POL		X						X	

6	Poseen políticas de inversión extranjera	FAC.POL		X						X	
7	Limitaciones en créditos o financiamiento	FAC.POL				X			X		
8	Inestabilidad en las normas de transporte	FAC.POL				X			X		
9	Regulaciones de importación y exportación	FAC.POL					X			X	
10	Problemas de suministro o distribución	FAC.POL				X			X		

10.6.3. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

La matriz FODA que representa a continuación, muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí, provincia del Cotopaxi. Se presenta un total de 10 factores (5 internos y 5 externos) analizados y 100 sub áreas factores evaluados entre alto, medio y bajo, el cual indican el impacto que tiene dentro de las empresas.

Se encontró un total, de 24 fortalezas que se pueden aprovechar para que las empresas puedan mantenerse compitiendo en el mercado turístico, igual manera se encontró 16 oportunidades que deben ser aprovechadas para reducir el impacto de las amenazas que tiene un total 17.

El análisis FODA nos proporciona una visión total de las empresas, permitiendo identificar fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas de las empresas. Esta herramienta estratégica ayuda a tomar decisiones, para poder diseñar planes de acción efectivos y de manera que la competitividad en el entorno empresarial. al igual como recurso importante para el crecimiento y éxito a largo plazo de las empresas. gracias a este análisis, se va a crear estrategias de mejora para que las empresas identifiquen y aprovechen sus oportunidades, mejorando sus procesos, aumentar la eficiencia y productividad, mejorar la calidad, impulsar la innovación y asegurar el crecimiento sostenible de la empresa.

Tabla 12.*Matriz FODA*

	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
F1	Estructura organizativa bien definida y eficiente	O1	Bajos niveles de inflación y tasas de interés favorables
F2	Personal administrativo altamente capacitado y comprometido	O2	Aumento de la demanda del mercado por servicios específicos
F3	Sistemas de gestión de calidad implementados y eficaces	O3	Expansión del mercado a nivel nacional
F4	Uso efectivo de la tecnología para mejorar los procesos administrativos	O4	Aumento de la inversión extranjera directa
F5	Buen manejo de la planificación estratégica y toma de decisiones	O5	Mayor demanda de productos o servicios sostenibles
F6	Implementación de programas de desarrollo profesional	O6	Mayor conciencia pública sobre la importancia de la sostenibilidad lo que puede fortalecer la reputación de la empresa
F7	Fomenta un ambiente laboral inclusivo	O7	Acceso a recursos naturales renovables o materias primas sostenibles
F8	Motivan y reconocen el trabajo de los empleados	O8	Colaboración con organizaciones ambientales
F9	Posee un equipo de recursos humanos competente	O9	Expansión hacia más territorios
F10	Retroalimenta y evalúa los procedimientos de la empresa	O10	Fusión con otras empresas del mismo sector
F11	Uso eficiente de recursos	O11	Desarrollo de nuevas formas de promoción
F12	Gestión adecuada de recursos	O12	Personalización de los servicios
F13	Adopción de prácticas éticas y responsabilidad corporativa	O13	Mejora en la experiencia del cliente
F14	Equipo capacitado en innovación	O14	Cumple con las políticas fiscales y tributarias
F15	Uso eficiente de datos para la toma de decisiones	O15	Cumple las normas de contratación pública
F16	Integración de la tecnología en toda la cadena de valor	O16	Tiene normativas en la privacidad de información
F17	Uso de tecnología para resolver problemas comerciales	O17	
F18	Colaboración con instituciones académicas	O18	
F19	Ambiente laboral orientado al aprendizaje	O19	
F20	Incentivos y beneficios que fomenten la salud y bienestar	O20	
F21	Cultura empresarial que piensa en el futuro de la empresa	O21	
F22	Ambiente laboral sin discriminación	O22	

F23	Creatividad, honestidad e integridad	O23	
F24	Cultura empresarial empática	O24	
	DEBILIDADES		AMENAZAS
D1	Falta de claridad en los roles y responsabilidades del personal administrativo	A1	Mayor competencia en el mercado turístico
D2	Ineficiencia en la gestión de los recursos financieros	A2	Cambios en las tendencias de consumo
D3	Deficiencias en la comunicación interna y externa	A3	Nuevos mercados nominados como competencia directa
D4	Carencia de políticas	A4	Competencia desleal
D5	Limitada capacidad y adaptación al cambio e innovación	A5	Poca oportunidad laboral en el sector turístico
D6	Ausencia de programas de bienestar para los empleados	A6	Regulaciones ambientales más estrictas
D7	Escasa inversión en capacitaciones del personal	A7	Riesgo de eventos climáticos extremos que puedan interrumpir los servicios que ofrece la empresa
D8	Falta de flexibilidad en políticas de la empresa	A8	Riesgo de contaminación por parte de los turistas
D9	Deficiente gestión interna	A9	Dificultad para obtener financiamiento en proyectos relacionados con la sostenibilidad
D10	Clima laboral negativo	A10	Riesgo de desprestigio por campañas o movimientos medioambientales
D11	Mal uso de energía eléctrica	A11	Cambios en las preferencias del consumidor
D12	Falta de programas de capacitación en sostenibilidad	A12	Perdida de reputación
D13	Baja participación y comunicación entre empleados	A13	Cambios demográficos (envejecimiento de la población)
D14	Falta de actualización de documentos en gestión ambiental	A14	Limitaciones presupuestarias
D15	Falta de compromiso y conciencia en normas ambientales	A15	Cambios tecnológicos que requieren de más inversión
D16	Falta de medición y seguimiento de indicadores de sostenibilidad	A16	Limitaciones en créditos o financiamiento
D17	Falta de inversión en investigación y desarrollo	A17	Inestabilidad en las normas de transporte
D18	Tecnologías desactualizadas	A18	
D19	Falta de confianza y apoyo entre los miembros de equipo	A19	
D20	Altos niveles de estrés laboral	A20	

10.6.3.1. Valoración de la Matriz EFI

En la siguiente tabla, se muestran los 44 factores internos de los cuales 24 son identificados como fortalezas y 20 como debilidades. Al realizar la suma ponderada de estos factores es de 2,66. superando el valor promedio de 2,50. Esto indica que las empresas de transporte y operación turística pueden aprovechar al máximo sus fortalezas, para competir en el mercado turístico. Se evaluaron y ponderaron las fortalezas con un 60% y las debilidades con un 40%, con una suma total de 100% en los aspectos internos de la empresa. Las fortalezas obtuvieron una puntuación total de 2,13 y las debilidades con un total de 0,53. Las fortalezas más importantes tienen valores entre 0,16 y 0,9, mientras que las debilidades valores entre 0,04 y 0,01.

Tabla 13.*Valoración EFI*

	FORTALEZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Estructura organizativa bien definida y eficiente	0,03	3%	4	0,12
F2	Personal administrativo altamente capacitado y comprometido	0,03	3%	4	0,12
F3	Sistemas de gestión de calidad implementados y eficaces	0,02	2%	4	0,08
F4	Uso efectivo de la tecnología para mejorar los procesos administrativos	0,04	4%	3	0,12
F5	Buen manejo de la planificación estratégica y toma de decisiones	0,01	1%	3	0,03
F6	Implementación de programas de desarrollo profesional	0,03	3%	4	0,12
F7	Fomenta un ambiente laboral inclusivo	0,04	4%	3	0,12
F8	Motivan y reconocen el trabajo de los empleados	0,05	5%	4	0,20
F9	Posee un equipo de recursos humanos competente	0,03	3%	4	0,12
F10	Retroalimenta y evalúa los procedimientos de la empresa	0,04	4%	4	0,16
F11	Uso eficiente de recursos	0,03	3%	3	0,09
F12	Gestión adecuada de recursos	0,02	2%	3	0,06
F13	Adopción de prácticas éticas y responsabilidad corporativa	0,03	3%	3	0,09
F14	Equipo capacitado en innovación	0,02	2%	3	0,06
F15	Uso eficiente de datos para la toma de decisiones	0,04	4%	4	0,16
F16	Integración de la tecnología en toda la cadena de valor	0,02	2%	3	0,06
F17	Uso de tecnología para resolver problemas comerciales	0,01	1%	3	0,03
F18	Colaboración con instituciones académicas	0,03	3%	3	0,09
F19	Ambiente laboral orientado al aprendizaje	0,02	2%	3	0,06
F20	Incentivos y beneficios que fomenten la salud y bienestar	0,02	2%	3	0,06
F21	Cultura empresarial que piensa en el futuro de la empresa	0,01	1%	3	0,03
F22	Ambiente laboral sin discriminación	0,01	1%	3	0,03
F23	Creatividad, honestidad e integridad	0,02	2%	3	0,06
	Cultura empresarial empática	0,02	2%	3	0,06

					2,13
	DEBILDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
D1	Falta de claridad en los roles y responsabilidades del personal administrativo	0,02	2%	2	0,04
D2	Ineficiencia en la gestión de los recursos financieros	0,02	2%	2	0,04
D3	Deficiencias en la comunicación interna y externa	0,02	2%	2	0,04
D4	Carencia de políticas	0,01	1%	1	0,01
D5	Limitada capacidad y adaptación al cambio e innovación	0,02	2%	2	0,04
D6	Ausencia de programas de bienestar para los empleados	0,01	1%	1	0,01
D7	Escasa inversión en capacitaciones del personal	0,01	1%	1	0,01
D8	Falta de flexibilidad en políticas de la empresa	0,02	2%	2	0,04
D9	Deficiente gestión interna	0,02	2%	2	0,04
D10	Clima laboral negativo	0,02	2%	2	0,04
D11	Mal uso de energía eléctrica	0,01	1%	1	0,01
D12	Falta de programas de capacitación en sostenibilidad	0,01	1%	1	0,01
D13	Baja participación y comunicación entre empleados	0,01	1%	1	0,01
D14	Falta de actualización de documentos en gestión ambiental	0,01	1%	1	0,01
D15	Falta de compromiso y conciencia en normas ambientales	0,02	2%	2	0,04
D16	Falta de medición y seguimiento de indicadores de sostenibilidad	0,02	2%	2	0,04
D17	Falta de inversión en investigación y desarrollo	0,02	2%	2	0,04
D18	Tecnologías desactualizadas	0,02	2%	2	0,04
D19	Falta de confianza y apoyo entre los miembros de equipo	0,01	1%	1	0,01
D20	Altos niveles de estrés laboral	0,01	1%	1	0,01
TOTAL		1	100%		0,53
				Total	2,66

10.6.3.2. Valoración de la Matriz EFE

En la siguiente tabla se identificó 31 sub factores externos, los cuales 16 son oportunidades y 15 amenazas, en las empresas de transporte y operación turística del cantón Saquisilí (transporte) en el cantón Saquisilí, la suma total ponderada de los dos factores es 2,56. el resultado nos indica, que las empresas pueden aprovechar las oportunidades y buscar estrategias para mitigar las amenazas, el análisis se dividió en dos, 50% oportunidades y 50% amenazas la cual su suma da un 100% de los factores externos de la empresa.

Las puntuaciones más altas en oportunidades como amenazas son de 0,16. las oportunidades sobresalen factores como, expansión del mercado nacional, desarrollo de nuevas formas de promoción y aumento de la demanda del mercado turístico. Por otro lado, las amenazas que afectan mayor competencia en el mercado turístico, competencia directa y cambios demográficos.

Tabla 14.*Valorización EFI*

	OPORTUNIDADES	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Bajos niveles de inflación y tasas de interés favorables	0,04	4%	4	0,16
O2	Aumento de la demanda del mercado por servicios específicos	0,03	3%	3	0,09
O3	Expansión del mercado a nivel nacional	0,03	2%	4	0,12
O4	Aumento de la inversión extranjera directa	0,02	3%	3	0,06
O5	Mayor demanda de productos o servicios sostenibles	0,02	4%	4	0,08
O6	Mayor conciencia pública sobre la importancia de la sostenibilidad lo que puede fortalecer la reputación de la empresa	0,01	2%	3	0,03
O7	Acceso a recursos naturales renovables o materias primas sostenibles	0,04	1%	4	0,16
O8	Colaboración con organizaciones ambientales	0,01	2%	1	0,01
O9	Expansión hacia más territorios	0,03	2%	1	0,03
O10	Fusión con otras empresas del mismo sector	0,04	1%	3	0,12
O11	Desarrollo de nuevas formas de promoción	0,03	3%	2	0,06
O12	Personalización de los servicios	0,02	3%	3	0,06
O13	Mejora en la experiencia del cliente	0,04	4%	3	0,12
O14	Cumple con las políticas fiscales y tributarias	0,02	2%	1	0,02
O15	Cumple las normas de contratación pública	0,03	3%	2	0,06
O16	Tiene normativas en la privacidad de información	0,02	4%	3	0,06
		0,19			1,24
	AMENAZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
A1	Mayor competencia en el mercado turístico	0,04	2%	4	0,16
A2	Cambios en las tendencias de consumo	0,03	1%	1	0,03
A3	Nuevos mercados nominados como competencia directa	0,04	4%	4	0,16
A4	Competencia desleal	0,03	4%	2	0,06
A5	Poca oportunidad laboral en el sector turístico	0,03	4%	2	0,06
A6	Regulaciones ambientales más estrictas	0,02	2%	2	0,04

A7	Riesgo de eventos climáticos extremos que puedan interrumpir los servicios que ofrece la empresa	0,04	4%	1	0,04
A8	Riesgo de contaminación por parte de los turistas	0,03	4%	2	0,06
A9	Dificultad para obtener financiamiento en proyectos relacionados con la sostenibilidad	0,03	4%	4	0,12
A10	Riesgo de desprestigio por campañas o movimientos medioambientales	0,03	4%	2	0,06
A11	Cambios en las preferencias del consumidor	0,02	4%	3	0,06
A12	Perdida de reputación	0,02	4%	1	0,02
A13	Cambios demográficos (envejecimiento de la población)	0,04	2%	4	0,16
A14	Limitaciones presupuestarias	0,02	3%	3	0,06
A15	Cambios tecnológicos que requieren de más inversión	0,03	2%	3	0,09
	Limitaciones en créditos o financiamiento	0,03	2%	4	0,12
	Inestabilidad en las normas de transporte	0,02	2%	1	0,02
		0,50	52%	2	
		1	100%		1,32
				total	2,56

10.6.3.3. Matriz FODA Cruzado

Una vez identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Valorados en 100 sub factores encontrados en las Matrices EFI Y EFE, se procede a realizar la matriz estratégica del FODA cruzado, donde se obtendrá un total de 22 estrategias de mejora, con las combinaciones.

FO: fortalezas y oportunidades

FA: fortalezas y amenazas

DO: debilidades y oportunidades

DA: debilidades y amenazas

Tabla 15.*FODA Cruzado*

MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	F1 Estructura organizativa bien definida y eficiente	D1 Falta de claridad en los roles y responsabilidades del personal administrativo
	F2 Personal administrativo altamente capacitado y comprometido	D2 Ineficiencia en la gestión de los recursos financieros
	F3 Sistemas de gestión de calidad implementados y eficaces	D3 Deficiencias en la comunicación interna y externa
	F4 Uso efectivo de la tecnología para mejorar los procesos administrativos	D4 Carencia de políticas
	F5 Buen manejo de la planificación estratégica y toma de decisiones	D5 Limitada capacidad y adaptación al cambio e innovación
	F6 Implementación de programas de desarrollo profesional	D6 Ausencia de programas de bienestar para los empleados
	F7 Fomenta un ambiente laboral inclusivo	D7 Escasa inversión en capacitaciones del personal
	F8 Motivan y reconocen el trabajo de los empleados	D8 Falta de flexibilidad en políticas de la empresa
	F9 Posee un equipo de recursos humanos competente	D9 Deficiente gestión interna
	F10 Retroalimenta y evalúa los procedimientos de la empresa	D10 Clima laboral negativo
	F11 Uso eficiente de recursos	D11 Mal uso de energía eléctrica
	F12 Gestión adecuada de recursos	D12 Falta de programas de capacitación en sostenibilidad
	F13 Adopción de prácticas éticas y responsabilidad corporativa	D13 Baja participación y comunicación entre empleados
F14 Equipo capacitado en innovación	D14 Falta de actualización de documentos en gestión ambiental	

	F15 Uso eficiente de datos para la toma de decisiones	D15 Falta de compromiso y conciencia en normas ambientales
	F 16 Integración de la tecnología en toda la cadena de valor	D16 Falta de medición y seguimiento de indicadores de sostenibilidad
	F17 Uso de tecnología para resolver problemas comerciales	D17 Falta de inversión en investigación y desarrollo
	F18 Colaboración con instituciones académicas	D18 Tecnologías desactualizadas
	F19 Ambiente laboral orientado al aprendizaje	D19 Falta de confianza y apoyo entre los miembros de equipo
	F20 Incentivos y beneficios que fomenten la salud y bienestar	D20 Altos niveles de estrés laboral
	F21 Cultura empresarial que piensa en el futuro de la empresa	
	F22 Ambiente laboral sin discriminación	
	F23 Creatividad, honestidad e integridad	
	F24 Cultura empresarial empática	
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1 Bajos niveles de inflación y tasas de interés favorables	F1-O12 Crear una estructura definida y eficiente en la empresa, para realizar nuevos planes de marketing y promoción, con el finde tener clientes a corto o largo plazo.	D2-O3: Gestionar los recursos financieros para lograr una expansión del mercado a nivel nacional
O2 Aumento de la demanda del mercado por servicios específicos	F10-O2 Retroalimentar y evaluar los procesos de la empresa aumentando la demanda del mercado en los servicios específicos.	D7- O14 Invertir en capacitaciones de atención al cliente, para el personal de la empresa, con el propósito de mejorar la atención y experiencia al cliente.
O3 Expansión del mercado a nivel nacional	F12- O5 Crear capacitaciones dirigida al público, para mejorar la conciencia pública sobre la sostenibilidad, beneficiando a la reputación de las empresas.	D1-O11 Establecer políticas con los roles administrativos, los cuales deberán coexistir con otras empresas, para realizar comparaciones, sobre sus planes, para mejorar en sus servicios.

O4 Aumento de la inversión extranjera directa	F2-04 Invertir en personal capacitado sobre la competitividad, con el finde crear servicios de calidad, para los visitantes extranjeros aumento la inversión por parte de ellos.	D5- 05 Realizar capacitaciones de innovación sobre nuevos productos y servicios sostenibles que se pueden prestar a los clientes.
O5 Mayor demanda de productos o servicios sostenibles	F3-06 Implementar sistemas de gestión por parte del área administrativa para fomentar en el publico la importancia de la sostenibilidad y a su vez mejorar la reputación de la empresa como una empresa aportadora de conocimientos.	D6-08 Contratar organizaciones de medio ambiente, dando como resultado un bienestar y conocimiento sobre temas medioambientales a la empresa.
O6 Mayor consciencia pública sobre la importancia de la sostenibilidad lo que puede fortalecer la reputación de la empresa	F5 - 014 Adquirir nuevos equipos tecnológicos, que podrán ser de uso para crear páginas propias, donde se recolectara las opiniones de sus clientes, con el fin de mejorar la experiencia de ellos.	D17- 09 Invertir en capacitaciones de investigación y desarrollo para poder extender sus trayectos de operación y generar más ingresos.
O7 Acceso a recursos naturales renovables o materias primas sostenibles		
O8 Colaboración con organizaciones ambientales		
O9 Expansión hacia más territorios		
O11 Fusión con otras empresas del mismo sector		
O12 Desarrollo de nuevas formas de promoción		
O13 Personalización de los servicios		

O14 Mejora en la experiencia del cliente		
O15 Cumple con las políticas fiscales y tributarias		
O16 Cumple las normas de contratación pública		
O17 Tiene normativas en la privacidad de información		
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
A1 Mayor competencia en el mercado turístico	F2-A3 Implementar uso de la tecnología, para adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficaz mente.	D12- A6 Implementar capacitaciones de sostenibilidad debido al cambio en las regulaciones ambiental.
A2 Cambios en las tendencias de consumo	F17-A2 Implementar uso de la tecnología para el uso de los servicios que presta la empresa y adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficaz mente.	D14-A12 Realizar actualizaciones semestrales de los documentos en gestión ambiental, evitando el desprestigio de la empresa por campañas o movimientos medio ambientales.
A3 Nuevos mercados nominados como competencia directa	F18- A11 Implementar rutas, para ayudar con el acercamiento a los clientes que se encuentren en áreas aledañas.	D18- A15 Creer alianzas con empresas tecnológicas permitiendo un uso mayor y poder competir en el mercado turístico.
A4 Competencia desleal	F19-A17 Capacitar al personal laboral semestral mente, con el fin de orientar sobre las normas de transporte, actuales y futuras.	D20- A11 Realizara actividades para los colaboradores para evitar perdida de los clientes por mala atención.

A5 Poca oportunidad laboral en el sector turístico	F22-A5 Poner en práctica la inclusión de trabajadores sin discriminación con el fin de poder tener un buen ambiente laboral y tener un equipo eficaz.	
A6 Regulaciones ambientales más estrictas	F12- A14 Tramitar adecuadamente los recursos para evitar limitaciones presupuestarias en la empresa	
A7 Riesgo de eventos climáticos extremos que puedan interrumpir los servicios que ofrece la empresa		
A8 Riesgo de contaminación por parte de los turistas		
A9 Dificultad para obtener financiamiento en proyectos relacionados con la sostenibilidad		
A10 Riesgo de desprestigio por campañas o movimientos medioambientales		
A11 Cambios en las preferencias del consumidor		
A12 Pérdida de reputación		

A13 Cambios demográficos (envejecimiento de la población)
A14 Limitaciones presupuestarias
A15 Cambios tecnológicos que requieren de más inversión
A16 Limitaciones en créditos o financiamiento
A17 Inestabilidad en las normas de transporte

10.6.4. Evaluación y análisis estratégico

Las estrategias obtenidas, son acciones las cuales se pretende implementar en las empresas, que desean ser sostenibles y competitivas, mediante la mejora de la calidad de sus servicios e innovación, implementando planes de inversión, planes de reducción de contaminación ambiental y capacitaciones al personal, logrando que las empresas puedan crecer económicamente en el mercado turístico.

Se obtuvo 22 estrategias, para las empresas a partir de las combinaciones FO, FA, DO, DA, en estas se obtiene información de las áreas como el desarrollo profesional, gestión de recurso, talento humano, sistema de información, innovación, promoción, atención al cliente y gestión ambiental.

Con el fin de mejorar procesos de sostenibilidad y competitividad, aplicando prácticas que eleven sus niveles de calidad en los servicios prestados a los clientes.

Tabla 16.*Análisis estratégico*

ANALISIS ESTRATEGICO		IMPACTO		
FO		ALTO	MEDIO	BAJO
F1-O12	Crear una estructura definida y eficiente en la empresa, para realizar nuevos planes de marketing y promoción, con el finde tener clientes a corto o largo plazo.	X		
F10-O2	Retroalimentar y evaluar los procesos de la empresa aumentando la demanda del mercado en los servicios específicos.		X	
F12-O5	Crear capacitaciones dirigida al público, para mejorar la conciencia pública sobre la sostenibilidad, beneficiando a la reputación de las empresas.	X		
F2-04	Invertir en personal capacitado sobre la competitividad, con el finde crear servicios de calidad, para los visitantes extranjeros aumento la inversión por parte de ellos.	x		
F3-O6	Implementar sistemas de gestión por parte del área administrativa para fomentar en el publico la importancia de la sostenibilidad y a su vez mejorar la reputación de la empresa como una empresa aportadora de conocimientos.		X	
F5-O14	Adquirir nuevos equipos tecnológicos, que podrán ser de uso para crear páginas propias, donde se recolectara las opiniones de sus clientes, con el fin de mejorar la experiencia de ellos.	x		
FA				
F2-A3	Implementar uso de la tecnología, para adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficaz mente.		x	

F17-A2	Implementar uso de la tecnología para el uso de los servicios que presta la empresa y adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficaz mente.		x	
F18-A11	Implementar rutas, para ayudar con el acercamiento a los clientes que se encuentren en áreas aledañas.	X		
F19-A17	Capacitar al personal laboral semestral mente con el fin de orientar sobre las normas de transporte actuales y futuras.	X		
F22-A5	Poner en práctica la inclusión de trabajadores sin discriminación con el fin de poder tener un buen ambiente laboral y tener un equipo eficaz.		X	
F12-A14	Tramitar adecuadamente los recursos para evitar limitaciones presupuestarias en la empresa		X	
DO				
D2-O3	Gestionar los recursos financieros para lograr una expansión del mercado a nivel nacional		x	
D7-O14	Invertir en capacitaciones de atención al cliente, para el personal de la empresa, con el propósito de mejorar la atención y experiencia al cliente.	X		
D1-O11	Establecer políticas con los roles administrativos, los cuales deberán coexistir con otras empresas, para realizar comparaciones, sobre sus planes, para mejorar en sus servicios.	x		
D5-O5	Realizar capacitaciones de innovación sobre nuevos productos y servicios sostenibles que se pueden prestar a los clientes.		X	
D6-O8	Contratar organizaciones de medio ambiente, dando como resultado un bienestar y conocimiento sobre temas medioambientales a la empresa.	X		
D17-O9	Invertir en capacitaciones de investigación y desarrollo para poder extender sus trayectos de operación y generar más ingresos.		x	

DA				
D12-A6	Implementar capacitaciones de sostenibilidad debido al cambio en las regulaciones ambientales.		x	
D14-A12	Realizar actualizaciones semestrales de los documentos en gestión ambiental, evitando el desprestigio de la empresa por campañas o movimientos medio ambientales.	X		
D18-A15	Crear alianzas con empresas tecnológicas permitiendo un uso mayor y poder competir en el mercado turístico.		x	
D20-A11	Realizara actividades para los colaboradores para evitar perdida de los clientes por mala atención.	x	X	

10.6.5. Estrategias de mejor

A través del análisis estratégico FODA cruzado, se pudo identificar 12 estrategias para ayudar a mejorar la sostenibilidad y competitividad de las empresas de transporte turístico del Cantón Saquisilí, provincia del Cotopaxi.

Se lograron crear 12 estrategias, para mejorar las variables de sostenibilidad y competitividad en las empresas, tomando en cuenta las 8 áreas de la competitividad y los tres ejes de la sostenibilidad los cuales son: social, económico y ambiental. Estas estrategias lo que buscan en el eje económico, es Buscar que las empresas logren una infraestructura de profesionales las cuales se pueda obtener resultados adecuado e innovadores como la promoción de la empresa tanto a corto o largo plazo, crear capacitaciones para mejorar la conciencia pública sobre la sostenibilidad y competitividad, invertir en personal capacitado sobre la competitividad y normas para la mejora y creación de nuevos servicios de transporte turístico como una ruta, a la vez aumentando las inversiones tanto locales como posibles extranjeros, La dimensión social y en las áreas de talento humano, merchandising y sistemas de información busca implementar estas estrategias como: contratar equipó capacitado en innovación y en desarrollar nuevas formas de incentivar a los trabajadores con beneficios que fomenten la salud y bienestar laboral, con el fin de mejorar su capacidad y rendimiento en la empresa, intensificar el uso de la tecnología para mejorar los procesos administrativos y de seguridad evitando robo de datos, estar preparados para cambios en el mercado y poder adaptarse fácil mente a estos, invertir en capacitaciones para la mejora del personal en atención y experiencia el cliente, invertir en investigación de desarrollo brindando oportunidades laborales en el sector turístico y reducir niveles de estrés laborales evitando la pérdida de clientes por una mala atención, la dimensión ambiental se han planteado por minimizar el mal uso de la energía eléctrica, invirtiendo en capacitaciones sobre el tema de sostenibilidad

medioambiental en las empresas, mantener vínculos de gestión ambiental evitando el desprestigio de la empresa por parte de campañas o movimientos medioambientales.

Tabla 17.

Estrategias de mejora para las empresas de transporte turístico y operación turística.

Matriz	Resumen estratégico
F1-O2	Crear una estructura definida y eficiente en la empresa, para realizar nuevos planes de marketing y promoción, con el fin de tener clientes a corto o largo plazo.
F12-05	Crear capacitaciones dirigida al público, para mejorar la conciencia pública sobre la sostenibilidad, beneficiando a la reputación de las empresas.
F2-04	Invertir en personal capacitado sobre la competitividad, con el fin de crear servicios de calidad, para los visitantes extranjeros aumento la inversión por parte de ellos.
F5-014	Adquirir nuevos equipos tecnológicos, que podrán ser de uso para crear páginas propias, donde se recolectara las opiniones de sus clientes, con el fin de mejorar la experiencia de ellos.
F2-A3	Implementar uso de la tecnología, para adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficaz mente.
F18-A11	Implementar rutas, para ayudar con el acercamiento a los clientes que se encuentren en áreas aledañas.
F19-A17	Capacitar al personal laboral semestral mente, con el fin de orientar sobre las normas de transporte, actuales y futuras.
D7-014	Invertir en capacitaciones de atención al cliente, para el personal de la empresa, con el propósito de mejorar la atención y experiencia al cliente.
D1-011	Establecer políticas con los roles administrativos, los cuales deberán coexistir con otras empresas, para realizar comparaciones, sobre sus planes, para mejorar en sus servicios.
D6-O8	Contratar organizaciones de medio ambiente, dando como resultado un bienestar y conocimiento sobre temas medioambientales a la empresa.
D14-A12	Realizar actualizaciones semestrales de los documentos en gestión ambiental, evitando el desprestigio de la empresa por campañas o movimientos medio ambientales.
D20-A11	Realizara actividades para los colaboradores para evitar perdida de los clientes por mala atención.

11. PRESUPUESTO ESTRATEGICO

PRESUPUESTO				
ESTRATEGIAS	ACIONES	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Crear una estructura definida y eficiente en la empresa, para realizar nuevos planes de marketing y promoción, con el finde tener clientes a corto o largo plazo.	Personal adecuado	1	\$500	\$500
Crear capacitaciones dirigida al público, para mejorar la conciencia pública sobre la sostenibilidad, beneficiando a la reputación de las empresas.	Capacitaciones Dirigida al publico	1	\$300	\$300
Invertir en personal capacitado sobre la competitividad, con el finde crear servicios de calidad, para los visitantes extranjeros aumento la inversión por parte de ellos.	Personal Capacitado	1	\$450	\$450
Adquirir nuevos equipos tecnológicos, que podrán ser de uso para crear páginas propias, donde se recolectara las opiniones de sus clientes, con el fin de mejorar la experiencia de ellos.	Nuevos equipos tecnológicos	5	\$200	\$1000

Implementar uso de la tecnología, para adaptarse a las nuevas tendencias y poder solucionar los problemas eficazmente.	Software	4	\$50	\$200
Implementar rutas, para ayudar con el acercamiento a los clientes que se encuentren en áreas aledañas.	Trazo de rutas	1	\$500	\$500
Capacitar al personal laboral semestralmente, con el fin de orientar sobre las normas de transporte, actuales y futuras.	Capacitaciones	2 al año	\$300	\$300
Invertir en capacitaciones de atención al cliente, para el personal de la empresa, con el propósito de mejorar la atención y experiencia al cliente.	Capacitación atención al cliente	1	\$300	\$300
Establecer políticas con los roles administrativos, los cuales deberán coexistir con otras empresas, para realizar comparaciones, sobre sus planes, para mejorar en sus servicios.	Visita a las diferentes empresas	3	\$100	\$300
Contratar organizaciones de medio ambiente, dando				

como resultado un bienestar y conocimiento sobre temas medioambientales a la empresa.	Visita a organizaciones medio ambientales	3	\$100	\$300
Realizar actualizaciones semestrales de los documentos en gestión ambiental, evitando el desprestigio de la empresa por campañas o movimientos medio ambientales.	Documentación en gestión ambiental	1	\$300	\$300
Realizara actividades para los colaboradores para evitar perdida de los clientes por mala atención.	Actividades	1	\$100	\$100
			TOTAL	\$4,550

12. IMPACTOS

12.1. Impacto Social

El estudio realizado, pretende contribuir positivamente y de forma directa con las empresas de transporte turístico, mejorando la calidad de sus servicios y ofreciendo a los turistas la satisfacción, que necesitan al momento de desplazarse de un lugar a otro, de igual manera mejorar la accesibilidad de obtener un puesto laboral dentro de esta plaza, además se podría fomentar la inclusión social, promoviendo el desarrollo turístico beneficiando a las empresas y la comunidad.

12.2. Impacto económico

Las empresas de transporte turístico al usar las estrategias, creadas ayudaran a ingresar en el mercado turístico, de igual manera es una oportunidad de competitividad, un ingreso económico positivo, para mejorar la calidad de los servicios que ofrecen, promoviendo nuevas experiencias turísticas.

12.3. Impacto ambiental

Las empresas de transporte turístico, al utilizar las estrategias están comprometidas en minimizar los impactos ambientales, con la implementación y practicas sostenibles e innovadoras, dialogar con los clientes sobre el cuidado del medio ambiente, asegurando que la empresa pueda obtener distintivo, como certificados que valoren el compromiso con el medioambiente.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. Conclusiones

- Se llevo a cabo la evaluación de sostenibilidad en las empresas de transporte turístico en el Cantón Saquisilí, provincia del Cotopaxi. se encontraron 3 empresa de transporte turístico las cuales después del análisis y aplicación de la encuesta de la metodología InovaRSE, se determinó, que no son sostenibles, ya que su índice es de 2,82. encontrándose en áreas de mejora. Por tanto, se requiere de importancia ejercer planificación en las tres dimensiones: social, económica y ambiental. Implementado medidas que promueven la transformación, en las empresas con innovación y buenas prácticas sostenibles que mejoren tanto la imagen como la reputación de la empresa.
- Los resultados que indica sobre la competitividad una vez aplicada la encuestas de la metodología BID (Banco Internacional de desarrollo) en las empresas, son de un indica del 25,37%, encontrándose en un rango del 21% al 40%, que nos indica que se encuentra en un nivel bajo de competitividad, llegando a la conclusión de que la empresa enfrenta dificultades

en varias áreas como Merchandising, contabilidad financiera, aseguramiento de calidad, sistemas de información y gestión ambiental. se deberá implementar, de suma urgencia las estrategias presentadas a las empresas con el fin de dar un impulso a las empresas aumentando su competitividad.

- El proyecto de investigación permitió diseñar estrategias de mejora, con la ayuda de la aplicación de una Matriz FODA, para enfrentar y superar, las debilidades y amenazas que presentan cada empresa llegando a la conclusión, que las empresas de transporte turístico del cantón Saquisilí, no son sostenibles, no se encuentran en el mercado competitivo, ya que tuvieron índices bajos, por lo cual se deberán aplicar las estrategias que permitirán mejorar procesos, beneficiando principalmente a las empresas.

13.2.Recomendaciones

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

14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México, D. F., México: Editorial TRILLAS. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Aguiar López, J. G. (Julio-Diciembre de 2017). INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD PARA HOTELES CINCO ESTRELLAS DIMENSION: MEDICIÓN DIMENSIONAL SOCIAL, CULTURAL, AMBIENTAL, POLÍTICA Y ECONÓMICA. *SATHIRI*, XII(2), 107-126. Obtenido de <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/113/152>
- Alvarado Espinel, F. (24 de Junio de 2016). REGLAMENTO DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. *REGLAMENTO DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA*, 10. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>
- Álvarez Barragán, L. A., & Morales Sierra, M. E. (Enero de 2021). Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial. *Revista Panorama Económico*, 29(1). Obtenido de <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/3644>
- Álvarez Díaz, R. (2015). *Selección de indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón*. TRABAJO FIN DE MÁSTER, Universidad de Oviedo, Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo. Obtenido de

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/31135/TFM_Raquel%20Alvarez%20Diaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANT, A. N. (31 de Diciembre de 2014). REGLAMENTO DE TRANSPORTE TERRESTRE TURISTICO. *Resolución 108*. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>

Arévalo Hernández, J. L., & Sosa Márquez, J. H. (20 de Septiembre de 2015). Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). *UPB*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7271/AN%c3%81LISIS%20DE%20COMPETITIVIDAD%20COMO%20HERRAMIENTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arévalo Pacheco, G. J., Guerrero García Rojas, H. R., & Ortiz Paniagua, C. F. (2015). *EVALUACIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD DEL TURISMO DE SALUD EN MICHOACÁN, MÉXICO*. 20° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México, AMECIDER – CRIM, UNAM, Cuernavaca. Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx/2841/1/Eje3-021-Arevalo-Guerrero-Ortiz.pdf>

Astudillo, S., & Prada, J. (3 de diciembre de 2017). Empresas turísticas y factores de innovación: Evidencias a partir del caso de estudio de Cuenca (Ecuador). *Cuaderno Virtual de Turismo*, XVII(3), 5-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115454650001.pdf>

Badii, M., Guillén, A., Abreu, J., Toribio, Y., & Fernández, E. (2018). Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación. *Daena: International Journal of Good*

Conscience, 178-236. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v13-n1/A14.13\(1\)178-236.pdf](http://www.spentamexico.org/v13-n1/A14.13(1)178-236.pdf)

- 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. Obtenido de <https://upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/3513>
- Bernasconi Melucci, E. S. (2015). *Innovacion y competitividad empresarial*. Universitat Rovira i Virgili., Departament de Gestió d'Empreses. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle/10803/399536#page=1>
- Bravo, L., Alonso, A., & Pérez, M. (Junio de 2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL? *Revista ECA Sinergia*, IX(1). Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1195/1218>
- Buitriago Mejía, A., Rodríguez Barrero, M. S., & Serna Gómez, H. (26 de Junio de 2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *PODIUM*(35). Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/310>
- 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*, II(1), 108-129. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5536/553658819007/html/>
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (s.f.). *Productividad y Competitividad*. Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Economicas y Sociales. Obtenido de https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1607/1/02_productividad_competitividad.pdf

- Castaño, V., & Valencia, A. (1 de Febrero de 2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347750606007/347750606007.pdf>
- Castillo Maradiaga, K. G., & Hernández Peralta, E. M. (2018). *Planificación Estratégica: Matrices de análisis estratégico en la toma de decisiones*. Seminario de graduación para optar al Título de Licenciadas en Administración de empresas, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Departamento de Administración de Empresas, Managua. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/8747/1/18793.pdf>
- Castillo Montesdeoca, E., Martínez Roget, F., & Vázquez Rozas, E. (2015). EL TURISMO EN ECUADOR. NUEVAS TENDENCIAS EN EL TURISMO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCIÓN AL CRECIMIENTO ECONÓMICO. *Revista Galega de Economía*, XXIV(2), 69-88. Obtenido de <https://nucif.net/wp-content/uploads/2019/12/8-El-Turismo-en-Ecuador.-Nuevas-Tendencias-en-el-Turismo-SostenibleFile.pdf>
- Castillo Villanueva, L., González Vera, M. A., Campos Cámara, B., Velázquez Torres, D., Ferman Almada, J. L., García Gastelum, A., . . . Yeladaqui Tello, M. (2014). Modelo de indicadores para la evaluación y monitoreo del desarrollo sustentable en la zona costera de Mahahual, Quintana Roo, México. *Perspectiva Geográfica*, XIX(2), 309-330. Obtenido de <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/perspectiva/article/view/4102/3520>
- Cavalcanti Silva, N., & Ataíde Cândido, G. (2016). Sistema de indicadores de sostenibilidad para el desarrollo turístico: un estudio de caso del municipio de Areia – PB. *Revista Brasileña de Investigación en Turismo*, X(3), 475-496. Obtenido de

<http://www.spell.org.br/documentos/ver/42344/sistema-de-indicadores-de-sustentabilidade-do-desenvolvimento-do-turismo--um-estudo-de-caso-do-municipio-de-areia-----pb->

CEAACES. (2018). *Vinculacion utpl*. Obtenido de Anexo áreas unesco:

<https://vinculacion.utpl.edu.ec/sites/default/files/2018/documentosconsulta/anexo%20%C3%A1reas%20unesco.pdf>

CEPAL. (2001). *Transporte y Turismo en Centroamérica y el Caribe*. Mexico, D.F.

Obtenido de

<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/24198/LCMEXR816sSEM1295.pdf?sequence=1>

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, EDUCACIÓN, HUMANIDADES Y ARTE & SERVICIOS, V(1)*. Obtenido de

<https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/article/view/1512>

Clavijo, C. (30 de Junio de 2022). *Hubspot*. Obtenido de Blog.hubspot:

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

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*. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/87/87600009/html/>

- Cuesta Santos, A. R. (2011). Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/8KZtfqjTfHs4VWJytVzHQDC/?format=html>
- Damian, I. M. (2016). *Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol*. Tesis Doctoral, UNIVERSIDAD DE MÁLAGA , FACULTAD DE TURISMO, Málaga. Obtenido de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/13386/TD_DAMIAN_Ionela_Mihaela.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- D'Armas Regnault, M., & Torres Cobo, R. P. (2017). *Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. revisión bibliográfica*. Tesis de Ingeniería Industrial, Universidad Estatal de Milagro, Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/3677>
- Fernández, R. (2009). *INTRODUCCION A LA TEORIA Y METODOLOGIA DE LA GESTION AMBIENTAL URBANA*. FADU UBA, CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA EN GESTIÓN AMBIENTAL METROPOLITANA, Buenos Aires. Obtenido de <https://diplomadouaz.files.wordpress.com/2013/02/bibliografc3ada-sesic3b3n-3-4-gestic3b3n1-anc3a1lisis-de-polc3adticas-pc3bablicas-en-el-edo-de-zac-copia.pdf>
- Francesch, A. (Diciembre de 2004). Los conceptos del turismo. Una revision y una respuesta. *Gazeta de Antropología*. Obtenido de https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.pdf

GADM, L. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Latacunga 2016 - 2028*.

Obtenido de

https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf

Gallopín, G. (2003). *Sostenibilidad y desarrollo Sostenible: un enfoque sistémico*. Santiago

de Chile, Chile: CEPAL. Obtenido de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5763/S033120_es%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García Monsalve, J. J., Tumbajulca Ramírez, I. A., & Cruz Tarrillo, J. J. (2015). Innovación

organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el

Covid-19. *Comunicación, XII(2)*. Obtenido de

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000200099&script=sci_arttext

Girán, R., Vargas, H., & Osta, K. (2008). Propuesta metodológica para el análisis de

competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria.

Revista Ingeniería Industrial(2), 5-14. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3997729>

González Damián, M. A. (2004). *Complejidad, desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones*

sobre el modelo P-E-R (Presión-Estado-Respuesta) y la necesidad de

aproximaciones transdisciplinarias. VI Congreso Nacional de Investigación

Turística-CESTUR, Universidad Cristóbal Colón, Turismo y Desarrollo sostenible

en el Estado de Veracruz. Obtenido de

https://www.sectur.gob.mx/Congreso_de_Investigacion/ponencias/UCC.Alfonso%20Gonzalez%20Damian.pdf

- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*(23), 111-128. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201/67671>
- Hoz, E. D., González, Á. L., & Santana, A. (2016). Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales. *La Serena*, 27(6). Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642016000600003&script=sci_arttext&lng=en
- Ibáñez Pérez, R. M. (abril de 2010). Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México. *TURyDES. Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, III(7). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/07/rmip.htm>
- Ibáñez Pérez, Reyna María. (Noviembre de 2018). Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores , barómetros y consulta a expertos. *Nova Scientia*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052018000200475
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. d. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, XVIII(35). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-69612017000100107&script=sci_arttext
- INEC. (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: Fascículo provincial Cotopaxi*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>

- Izquierdo García, B., & Schuster Fonseca, J. (2008). Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa. *Investigacion Administrativa*, 37(102). Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782008000200082
- Ken Sánchez, H. A. (2007). *Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores*. TESIS, Universidad de Quintana Roo , Licenciatura en Turismo. Obtenido de <http://risisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/872>
- Lillo Bañuls, A., Ramón Rodríguez, A. B., & Sevilla Jiménez, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de Turismo*(19), 47-69. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831/13361>
- Linares, H. L., Gacía, M. E., & Rodríguez, M. C. (2019). Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos para la Evaluación Integrada de los Destinos Turísticos. *Sistema de Información Científica Redalyc*, XI(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473559029007>
- Luciano Barcellos, d. P. (2011). *MODELOS DE GESTIÓN APLICADOS A LA SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL*. Tesis Doctoral, Universitat de Barcelona, DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, Barcelona. Obtenido de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/35386/2/LBP_TESIS.pdf
- Macario de Oliveira, V., Pasa Gomez, C., & Ataide Candido, G. (2013). Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística: Una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis. *Estudios Y Perspectivas en Turismo*, 22(2), 177-197. Obtenido

de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322013000200001

Mares Bañuelos, O., Moreno Zacarías, H. M., & Arcega Ponce, A. (2021). Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México. *Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, XV(15). Obtenido de <https://riico.net/index.php/riico/article/view/2035>

Márquez, G., Toselli, C., Villanueva, R., Tákats, A., Cardoso da Silveira, P., Martins Guimarães, G., . . . Redin, E. (2015). Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo. *Anuario de investigación USAL*(2). Obtenido de <https://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/3592/4448>

Mathews, J. C. (2009). *COMPETITIVIDAD: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes*. Perú. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34389052/COMPETITIVIDAD_USAID-libre.pdf?1407406615=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCon_el_apoyo_de.pdf&Expires=1689096569&Signature=T4rdl3G73McsyBOZbTuH7a500A4-8aB6n7~v1v3zOY8LBPPH70ZrTUXa1x3UGZD1Y7

Medeiros, V., Godoi Gonçalves, L., & Camargos Teixeira, E. (Diciembre de 2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*(129). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45005/RVE129_Medeiros.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Medrano Aranda, S., & Lardiés Bosque, R. (2014). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza. *Dialnet*. *GEOGRAPHICALIA*(66), 99-132. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5029849>
- Mendoza Jiménez, J., & Hernández Martín, R. (Junio de 2017). Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local. *Cuadernos Economicos de ICE*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Raul-Hernandez-Martin/publication/331964281_Una_propuesta_metodologica_para_la_medicion_de_la_sostenibilidad_del_turismo_a_escal_a_local/links/5d64038692851c619d77ccc0/Una-propuesta-metodologica-para-la-medicion-de-la-sostenibilidad-del-turismo-a-escala-local
- Meneses, J. (s.f.). *El cuestionario*. Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Millán-García, C. H., & Gómez-Díaz, M. d. (2018). Factores e indicadores de competitividad hotelera. *Comepndium*, 21(40). Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88055200021/88055200021.pdf>
- MINTUR, M. d. (2021). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de Ecuador, servicios: <https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>
- Montero Fábregas, H., Arrieta Madrid, J., & Oyaga Martínez, R. (2017). Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores. *Memorias III Seminario Internacional de Ciencias Ambientales SUE-Caribe*, 178-180. Obtenido de https://mca.edu.co/wp-content/uploads/2019/09/m2017_46.pdf

- Navarra. (2016). *Sistema de gestión InnovaRSE*. Pamplona. Obtenido de <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/89B44146-1566-417A-8673-9B964C352410/411329/MetodologiaInnovaRSE.pdf>
- Navarra, G. d. (2023). *Portal de la responsabilidad Social de Navarra*. Obtenido de SISTEMA DE GESTION INNOVARSE: <https://innovarsenavarra.es/>
- NU.CEPAL.Subsede de México. (2004). *Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres casos de estudio*. CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/25650-comercio-servicios-ambientales-vinculados-al-turismo-revision-la-sostenibilidad>
- Olivares Leal, A., Ochoa Ruiz, J., & Coronado Quintana, J. A. (2015). *Estudios de Competitividad* (Vol. I). México: Qartuppi. Obtenido de <http://www.qartuppi.com/2015/COMPETITIVIDAD.pdf>
- Oliveros Ocampo, C. A., & Beltrán Vargas, J. E. (Enero-Junio de 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*, 27(1). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-215X2018000100100
- Olivier Salomé, B., Rodríguez Herrera, A. L., López Velasco, R., Cañedo Villareal, R., & Valera Pérez, M. Á. (2015). Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México. *Revista Latinoamericana el Ambiente y las Ciencias*, 11, 29-45. Obtenido de http://ri.uagro.mx/bitstream/handle/uagro/602/11266_ART2015_OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Pérez Albert, Y., & Nel·lo Endreu, M. (22 de Marzo de 2013). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba). *Revistas UCM. Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 33(1), 193-210. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/AGUC/article/view/42225/40199>
- Ponce Talancón, H. (enero-junio de 2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, XII(1), 113-130. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Ponce, J. M., Pastor, J. R., & Miño, G. E. (2020). Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio. *Revista Espacios*, 41(14), 25. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n14/20411425.html>
- Proaño Villavicencio, D. X., Gisbert Soler, V., & Perez Bernabeu, E. (22 de Diciembre de 2017). METODOLOGÍA PARA ELABORAR UN PLAN DE MEJORA CONTINUA. *3C empresa*, 50-56. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_6.pdf
- Quiroga Martínez, R. (Septiembre de 2001). Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas. *CEPAL. REPOSITORIO DIGITAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5570/S0110817_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjøgreen, D. M. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *RECITIUM Revista Electrónica de Ciencia y*

- Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo, IV(1)*. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/2249>
- Ramirez, B. I., Suástegui Barrera, C., Vázquez Rueda, L., Oleta Luna, M. S., & Cañedo Raygoza, L. A. (2018). *Competitividad en las Organizaciones*. Qartuppi. Obtenido de <http://www.qartuppi.com/2018/ORGANIZACIONES.pdf>
- Rico, M. N. (1998). Género, medio ambiente y sustentabilidad del desarrollo. *Repositorio Digital CEPAL*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5867>
- Rohvein, C., Paravie, D., Urrutia, S., Roark, G., Nunes, D., & Otogalli, D. (2013). Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las Pymes. *Revista Ciencias Estratégicas, 21(29)*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/7710>
- Rojas, P., Romero, S., & Sepúlveda, S. (1999). COMPETITIVIDAD DE LA AGRICULTURA: CADENAS AGROALIMENTARIAS Y EL IMPACTO DEL FACTOR LOCALIZACION ESPACIAL. *ALGUNOS EJEMPLOS DE CÓMO MEDIR LA COMPETITIVIDAD*. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B0241e/B0241e.pdf>
- Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento Y gestión(33)*, 93-124. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a05.pdf>
- Saavedra García, M. L. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. Barranquilla. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005

- Saavedra García, M. L., Demuner Flores, M. d., & Choy Zevallos, E. E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la ciudad de México y su relación con la competitividad. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, X(20), 283-305. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86182020000200283&script=sci_abstract&tIng=e
- San Martín, F., & Salcedo, P. (Julio de 2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: Un reto global. *Revista del centro de investigación*, VII(27), 77-91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/342/34202706.pdf>
- Sarmiento Reyes, Y. R., & Delgado Fernández, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *XV(2)*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200006
- Sepúlveda, J. D., Meriño, L. I., & Ríó, J. L. (2010). Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACIÓN & FINANZAS*, III(1). Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v3n1-2010/RIAF-V3N1-2010.pdf#page=99>
- Souto Grande, I. (4 de Diciembre de 2019). *USC, Máster en Marketing Digital*. Obtenido de Todo lo que necesitas saber sobre SPSS antes de utilizarlo: <https://www.uscmarketingdigital.com/todo-sobre-spss/>
- Torres, N., Falconi, M., Espín, M., & Fierro, P. (2018). *Estrategias de competitividad microempresarial para el desarrollo local en Ecuador*. ESPOCH, Riobamba. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccs/2018/07/competitividad-empresarial-ecuador.html>