



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 TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN
SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

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

Autora:

Villamarin Caiza Katherine Mishell

Tutor:

Abarca Zaquinaula Manuel Antonio

LATACUNGA – ECUADOR FEBRERO

2025

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Villamarin Caiza Katherine Mishell, con cédula de ciudadanía No. 1727927251, declaro ser autora del presente Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Licenciado Mg. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 14 de febrero del 2025



Katherine Mishell Villamarin Caiza

C.C. 1727927251

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 **VILLAMARIN CAIZA KATHERINE MISHHELL**, identificada con cédula de ciudadanía **1727927251** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI**”, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2020- Marzo 2021

Finalización de la carrera: Octubre 2024 – Marzo 2025

Aprobación en Consejo Directivo: 12 de diciembre del 2024

Tutor: Lcdo. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula, Mg.

Tema: “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI**”

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

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.

c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.

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

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 14 días del mes de febrero del 2025



Katherine Mishell Villamarín Caiza

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

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

“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”, de Villamarin Caiza Katherine Mishell, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 14 de febrero del 2025




Lcdó. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula Mg.
C.C: 1103989669
DOCENTE TUTOR

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, la postulante: Villamarin Caiza Katherine Mishell, con el título de Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE 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.

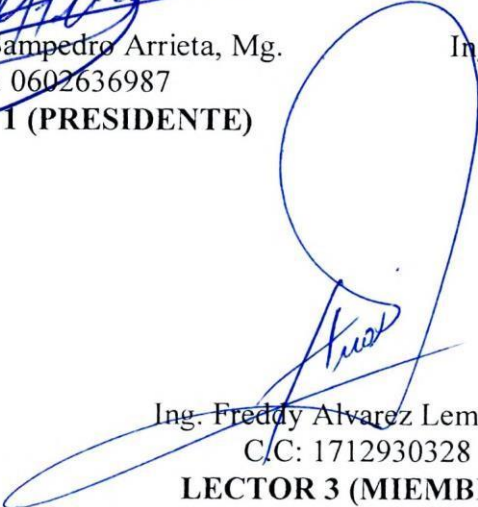
Latacunga, 14 de febrero del 2025



Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.
C.C: 0602636987
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Klever Homero Muñoz, Mg.
C.C: 0501397814
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Freddy Alvarez Lema, Mg.
C.C: 1712930328
LECTOR 3 (MIEMBRO)

DEDICATORIA

Le dedico el resultado de la presente tesis principalmente a Dios y la Virgen por haberme brindado fuerza, protección e inspiración para continuar todo este proceso universitario. A mis padres Marcelo Villamarin y Margoth Caiza por todo su sacrificio, esfuerzo y enseñanza. Gracias por creer en mí y no dejarme sola en todo este camino. A mis abuelos y hermanas por haber estado presente en mi vida además de su apoyo y paciencia.

Katherine Mishell Villamarin Caiza

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.”.

Autora: Villamarin Caiza
Katherine Mishell

RESUMEN

El propósito de la investigación fue evaluar la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, con el fin de proponer estrategias de mejora empresarial. En primer lugar, se evaluó la variable de sostenibilidad empresarial utilizando el instrumento de la metodología InnoVARSE, integrado por 30 indicadores divididos en 3 dimensiones: social, económico y medioambiental. En segundo lugar, se midió la variable de competitividad, utilizando el instrumento de la metodología BID (Banco Interamericano de Desarrollo), compuesto de 103 preguntas divididas en 8 áreas y 29 subáreas. En tercer lugar, con los datos obtenidos se elaboró un FODA se obtuvieron 16 estrategias de mejora empresarial. La población de estudio estuvo conformada por 4 empresas de alojamiento del cantón Saquisilí. Entre los principales resultados obtenidos tenemos: en la variable sostenibilidad las empresas obtuvieron un promedio de 6.1 ubicadas en el rango de buenas prácticas, mientras que en la variable competitividad las empresas obtuvieron un valor promedio de 18.79 ubicándose en el rango de muy baja competitividad. Por otro lado, se aplicó la prueba de correlación de Spearman mediante el software SPSS, y se obtuvo un valor de mayor a 0.05, o sea, no existe correlación entre las variables estudiadas, resaltando que al ser una muestra demasiado pequeña el resultado no es concluyente. En conclusión, entre las estrategias más importantes tenemos: Contratar agencias expertas en estrategias digitales, implementar un sistema de uso de recursos, supervisándolo con ayuda de la conexión de internet elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa.

Palabras clave: Sostenibilidad, competitividad, empresas turísticas, social, económico, ambiental, estrategias de mejora.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

**THEME: ““ANALYSIS OF THE SUSTAINABILITY AND COMPETITIVENESS OF
TOURIST LODGING COMPANIES IN THE CANTON OF SAQUISILI, PROVINCE OF
COTOPAXI”.”**

Author:

Villamarin Caiza Katherine Mishell

ABSTRACT

The purpose of the research was to evaluate the sustainability and competitiveness of tourism lodging companies in Saquisili canton, Cotopaxi province, in order to propose strategies for business improvement. First, the business sustainability variable was evaluated using the InnoVARSE methodology instrument, composed of 30 indicators divided into 3 dimensions: social, economic and environmental. Secondly, the competitiveness variable was measured using the IDB (Inter-American Development Bank) methodology instrument, composed of 103 questions divided into 8 areas and 29 sub-areas. Third, with the data obtained, a SWOT was prepared and 16 business improvement strategies were obtained. The study population consisted of 4 lodging companies in the canton of Saquisili. Among the main results obtained we have: in the sustainability variable, the companies obtained an average of 6.1 located in the range of good practices, while in the competitiveness variable, the companies obtained an average value of 18.79 located in the range of very low competitiveness. On the other hand, Spearman's correlation test was applied using SPSS software, and a value of greater than 0.05 was obtained, that is, there is no correlation between the variables studied, highlighting that since the sample was too small, the result is not conclusive. In conclusion, among the most important strategies we have: Hire expert agencies in digital strategies, implement a system of resource use, monitoring it with the help of internet connection elaborate environmental policies that promote equity and transparency in the company's environment.

Keywords: Sustainability, competitiveness, tourism enterprises, social, economic, environmental, improvement strategies.

INDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DE LA TUTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
AVAL DE LOS LECTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN	viii ABSTRACT
.....	ix
1. INFORMACIÓN GENERAL.	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	6
5.1. General	6
5.2. Específicos	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.	7
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	9
7.1. Marco Legal	9
7.2. Ley de turismo	9
7.3. Licencia única anual de funcionamiento.....	10
7.4. Empresa de Alojamiento	10
7.5. Clasificación de alojamiento	11
7.6. Turismo	13
7.7. Turismo en Ecuador	14
7.8. Sostenibilidad	14
7.8.1. Turismo sostenible	16

7.8.2. Desarrollo sostenible	17
7.8.3. Dimensión social	17
7.8.4. Dimensión económica	18
7.8.5. Dimensión ambiental	18
7.8.6. Sostenibilidad en las empresas turísticas	18
7.8.7. Indicador de sostenibilidad	19
7.8.8. Cómo se evalúa la sostenibilidad	19
7.8.9. Innovación para la sostenibilidad las empresas	19
7.8.10. Sostenibilidad Empresarial	20
7.8.11. Para medir la sostenibilidad	21
7.8.12. Metodologías para medir la sostenibilidad	21
7.8.13. Metodología InnovaRSE	30
7.8.14. Fases del proceso InnovaRSE:	31
7.9. Competitividad	31
7.9.1. La competitividad empresarial	32
7.9.2. Importancia de la competitividad en las empresas de hospedaje	33
7.9.3. Para que se mide la competitividad	34
7.9.4. Metodologías para medir la competitividad hotelera	34
7.9.5. Mapa de Competitividad del BID	45
7.9.6. Fases del mapa de la competitividad BID:	45
7.10. Análisis FODA	46
7.10.1. Metodología del FODA	46
7.11. Programa estadístico SPSS	47
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS	48
8.1. Pregunta científica	48
9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL	49
9.1. Descripción del área de estudio	49
9.2. Protocolo de la investigación	50

9.3. Población de estudio	50
9.4. Descripción de las empresas	51
9.4.1. Cuestionario	52
9.4.2. Metodología InnoVARSE para evaluar la sostenibilidad	53
9.4.3. Metodología BID para evaluar la competitividad	54
9.5. Proceso de aplicación.....	57
9.5.1. Investigación de campo	57
9.6. Sistematización de datos recolectados	57
9.6.1. Variable de competitividad	58
9.6.2. Variable de sostenibilidad	58
9.7. Análisis FODA	58
9.8. Prueba estadística de correlación.....	61
10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	61
10.1. Variable de Sostenibilidad	62
10.2. Variable de Competitividad	64
10.2.1. Análisis por Empresa	69
10.2.2. Análisis de la Competitividad y la Sostenibilidad de las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí	72
10.3. Prueba estadística de correlación	73
10.4. FODA	74
10.4.1. Matriz de Evaluación Interna	74
10.4.1. Matriz de Evaluación Externa	80
10.4.2. Matriz FODA	84
10.4.3. Valoración de la Matriz MEFI	87
10.4.4. Valoración de la Matriz MEFE	90
10.4.5. Matriz Estratégica FODA	93
10.4.6. Matriz de Evaluación de Estrategias	97
10.5. Estrategias de mejora	99

11. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)	100
11.1. Impacto Social	100
11.2. Impacto Económico	100
11.3. Impacto Ambiental	100
12. PRESUPUESTO DEL PROYECTO	101
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
13.1. Conclusiones	102
13.2. Recomendaciones	103
14. BIBLIOGRAFÍA	104
15. ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios directos e indirecto	4
Tabla 2 Sistemas de tareas.....	8
Tabla 3 Clasificación de alojamientos	11
Tabla 4 Metodologías para medir la sostenibilidad.	22
Tabla 5 Metodologías para medir la competitividad.	35
Tabla 6 Empresas de hospedaje del cantón Saquisilí.....	50
Tabla 7 Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem	53
Tabla 8 Rangos de la escala de la variable de sostenibilidad	54
Tabla 9 Áreas y sub áreas a estudiar la competitividad.	54
Tabla 10 Calificaciones de cada ítem.	55
Tabla 11 Calificaciones de cada ítem.	56
Tabla 12 Rangos que determinan la competitividad	56
Tabla 13 Cronograma de salidas de campo.	57
Tabla 14 Cronograma de salidas de campo.	60
Tabla 15 Prueba estadística Spearman	73
Tabla 16 Matriz de evaluación interna	76
Tabla 17 Matriz de evaluación externa	81
Tabla 18 Matriz FODA	85
Tabla 19 Valoración de Matriz EFI	88
Tabla 20 Valoración de la Matriz MEFE	91
Tabla 21 Matriz Estrategica FODA	94

Tabla 22 Análisis de Estrategias	97
Tabla 23 Matriz Resumen de estrategias	99
Tabla 24 Presupuesto	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa Saquisilí	49
Figura 2 Eje Económico	62
Figura 3 Eje Ambiental	63
Figura 4 Eje Social	64
Figura 5 Plan Estratégico	65
Figura 6 Cadena de Valor	65
Figura 7 Aseguramiento de Calidad	66
Figura 8 Merchandising	66
Figura 9 Contabilidad y Finanzas	67
Figura 10 Talento Humano.....	67
Figura 11 Gestión Ambiental	68
Figura 12 Sistema de Información	68
Figura 13 Índice de Competitividad y Sostenibilidad.....	72

1. INFORMACIÓN GENERAL.

Título del proyecto:

Análisis de la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio:

Octubre 2024

Fecha de finalización:

Marzo 2025

Lugar de ejecución:

Cantón Saquisilí, Provincia Cotopaxi **Facultad**

que auspicia:

Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos

Naturales **Carrera que auspicia:** Licenciatura de

Turismo **Equipo de Trabajo:**

Tutor: Lic. Manuel Antonio Abarca Zaquinaula. Mgs.

Número de cédula: 1103989669

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

Número telefónico: 0991975168

Coordinadora del Proyecto:

Nombres y Apellidos: Katherine Mishell Villamarin Caiza **Número**

de cédula: 1727927251

Correo electrónico: katherine.villamarin7251@utc.edu.ec

Número de teléfono: 0997026451 **Área**

de Conocimiento:

Se ha obtenido en función a las normas CINE de la UNESCO, en donde será de aporte fundamental el área 81 de servicios personales.

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible **Línea**

de vinculación de la carrera:

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

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En la presente investigación se realizó el análisis de sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, para saber ¿cómo las empresas de hospedaje están gestionando sus recursos de manera sostenible? entendiendo que las empresas actualmente deben utilizar de manera adecuada los recursos naturales, realizando buenas prácticas medioambientales y que adopten medidas que reduzcan el impacto ecológico, sin descuidar la calidad del servicio, los precios y la capacidad para atraer y retener clientes, todo esto con el objetivo de plantear estrategias que permitan la mejora de los establecimientos.

Es importante que las empresas de hospedaje descubran las oportunidades que a través de la presente investigación puedan tener y que les permita mejorar su sostenibilidad y competitividad, con la finalidad de brindar un mejor servicio a los turistas y que su empresa crezca sosteniblemente. Además, de superar los obstáculos empresariales que están teniendo actualmente, como, por ejemplo; carencia de infraestructura adecuada, desconocimiento en prácticas sostenibles entre otros. A sapiencia que el turismo es una fuente relevante de ingresos y empleos para diversas comunidades e incrementar así la contribución del sector turístico al desarrollo económico y social del cantón Saquisilí.

Es necesario saber el estado actual de las empresas de hospedaje, para reconocer sus dificultades y poder desarrollar estrategias que puedan operar de una forma eficiente. Así mismo es esencial analizar los aspectos positivos y negativos de cada empresa, para que sean capaces de ofrecer servicios de alta calidad y expandirse a escala nacional.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Los beneficiarios directos incluyen a todos los propietarios de los establecimientos hoteleros que deseen adquirir conocimientos sobre el buen manejo turístico sostenible, y relacionarse directamente con su sector de mercado, los turistas nacionales y extranjeros. Además, los habitantes del cantón Saquisilí tendrán un amplio conocimiento de oferta turística.

Tabla1

Beneficiarios directos e indirectos

BENEFICIARIOS DIRECTOS	
Servicios de alojamiento:	4
Turistas nacionales:	42.729
Turistas extranjeros:	4.800
BENEFICIARIOS INDIRECTOS	
Población de Saquisilí:	Hombres: 11.957 Mujeres: 13.363

Nota: Información tomada del Catastro de establecimientos turísticos, Censo del 2010 por (MINTUR, 2022) , (INEC, 2010) y. (Daniel, “ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO DEL CANTÓN SAQUISILÍ”.)

4. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel general la sostenibilidad ha sido un problema donde altamente a estudiado, menciona que la sostenibilidad cuenta con tres componentes que son sociales, económicos y ambiental. Donde la infraestructura sigue creciendo en busca de garantizar tasas de crecimiento sostenibles a mediano y corto plazo mediante los ingresos económicos de las actividades.

(Madroñero-Palacios S. &.-H., 2018)

Según el autor, manifiesta que los ejes principales ha sido un tema controversial para el mundo que llega a hablar de términos sostenibles de la variedad de hechos históricos, que en la

América Latina considera una fuente de materia prima, dando como resultado a los diferentes países por lo que la necesidad permite a explorar nuevos mercados.

Según (Toscano-Hernández A. E.-D., 2020), en el Ecuador la sostenibilidad es mayor desafío para los emprendedores es elegir las herramientas adecuadas para garantizar el proceso de desarrollo sostenible, es importante ayudar a los emprendedores a encontrar modelos que protejan el medio ambiente al crear nueva infraestructura hotelera.

La competitividad de las empresas PYMES en Ecuador están establecidas como pequeñas y grandes empresas, teniendo ventajas y desventajas de las mismas, sin embargo, (Rasa), menciona que en Ecuador estas empresas trabajan de manera desarticulada o de manera Cluster, provocando deficiencias en la competitividad. A esto se refiere que las empresas se reúnan y trabajen de manera igualitaria, sin idea o enfoque a la innovación, o necesidades del mercado.

Ecuador no cuenta con una adecuada gestión por parte de los establecimientos, incluso han creado estrategias sostenibles para permanecer en el tiempo, pero ninguna ha logrado cristalizarse, debido a que progresivamente sea ha expandido al no haber algún tipo de compromiso por parte de las empresas para llevar una competitividad adecuada en su sector. (Arevalo Torres & Crespo Rosillo, 2020)

Este problema acarrea deficiencias competitivas, se puede decir entonces que dentro de las empresas turísticas existe un déficit de innovación, de acuerdo a Robayo (Barragan, 2022), existe una falta de interés por parte de los residentes de la localidad, además de no existir ningún estudio competitivo de las empresas hoteleras, lo que podría provocar una temporada monótona, o de a costumbrismo, llegando a cerrar, o tener temporadas bajas de demanda.

La actividad turística en el cantón Saquisilí ha aumentado significativamente debido al mercado que se lleva a cabo en estos lugares, donde se venden diversos productos, como la plaza Kennedy, también conocida como "la plaza Kennedy". La plaza Vicente Rocafuerte,

también llamada "la plaza de las gallinas" o "la plaza de granos". Tanto los visitantes como los comerciantes extranjeros deben alojarse en zonas cercanas debido a la falta de información sobre la planta turística del cantón. Según Javier Quishpe, habitante de la parroquia Saquisilí, comenta que los comerciantes externos duermen en sus vehículos en las calles que lindan con las plazas ya que no saben cuán costoso puede ser una habitación por una noche. (Daniel, Universidad Técnica de Cotopaxi, 2020)

5. OBJETIVOS

5.1. General

Analizar la sostenibilidad y la competitividad de las empresas hospedaje del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, mediante indicadores que permitan proponer estrategias de desarrollo y la mejora para el servicio.

5.2. Específicos

1. Evaluar el nivel de sostenibilidad aplicando la metodología de InnoVARSE con un cuestionario de 30 ítems segmentados en 3 dimensiones social, económico y ambiental en las empresas establecidas.
2. Medir el nivel de competitividad aplicando la metodología BID donde se utilizará 103 preguntas segmentadas en 8 áreas en las empresas establecidas.
3. Proponer estrategias de mejora para las empresas turísticas mediante un FODA con factores internos y externos.

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

Para la realización del proyecto de investigación se han establecido tareas y actividades conforme a los objetivos previamente fijados, tal como se ilustra en la Tabla 2.

Tabla 2*Sistema de tareas*

ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS			
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	METODOLOGÍA	RESULTADOS OBTENIDOS
Objetivo 1 Evaluar el nivel de sostenibilidad aplicando la metodología de InnoVARSE con un cuestionario de 30 ítems segmentados en 3 dimensiones social, económico y ambiental en las empresas establecidas.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la población de estudio. - Aplicar la técnica de muestreo más adecuada para la investigación. - Elaborar un cronograma de salidas de campo. - Aplicar el cuestionario de la metodología InnoVARSE en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica. - Técnica de la encuesta. - Cuestionario - Técnica de recolección de datos en campo. 	Nivel de las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí en la sostenibilidad.
Objetivo 2 Medir el nivel de competitividad aplicando la metodología BID donde se utilizará 103 preguntas segmentadas en 8 áreas en las empresas establecidas.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la población de estudio. - Aplicar la técnica de muestreo más adecuada para la investigación. - Elaborar un cronograma de salidas de campo. - Aplicar la encuesta en base a la metodología del BID en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí. 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión bibliográfica. - Técnica de la encuesta. - Cuestionario - Técnica de recolección de datos en campo. 	Nivel de las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí en el enfoque competitivo.

<p>Objetivo 3 Proponer estrategias de mejora las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.</p>	<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. - Elaborar un análisis FODA. - Identificar las principales estrategias de mejora las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí. 	<ul style="list-style-type: none"> - Herramientas de la estadística inferencial - Estrategias definidas. SPSS - Matriz FODA - Matriz MEFE, MEFI - Matriz Cruzada - Matriz Estratégica
---	---	--

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

7.1. Marco Legal

Según, (MINTUR, 2015), El sector de alojamiento está compuesto por leyes, reglamentos, decretos, resoluciones, conceptos y otras disposiciones emitidas por las autoridades competentes. Es importante que las empresas y usuarios de los servicios de hospedaje turístico conozcan y respeten el marco legal de alojamiento que especifica el manejo, la gestión y la práctica de reglamentos para las distintas actividades de los establecimientos.

Es fundamental la importancia del cumplimiento legal en el sector turístico de alojamiento, las mismas que están regido por leyes, reglamentos y otras disposiciones emitidas por las autoridades competentes, sin embargo, los proveedores como los usuarios deben conocer y respetar este marco legal, que aborda aspectos como el manejo y gestión de hospedajes.

7.2. Ley de turismo

De acuerdo a (MINTUR, 2014), menciona que el turismo es una actividad donde abarca diferentes acciones asociadas a la temática en tanto el uso de recursos culturales y naturales dentro de un sector en específico, el turismo ejerce la función de desplazamiento en cualquier sitio sin ánimo a radicarse, y disfrutar de todo lo que están ofrecen (Art. 2). También están integrados ciertos servicios que permiten que el turismo se realice de forma correcta y completa como: restaurantes, hoteles, servicio de transporte, agencias de viaje, y terceras como: servicio y asistencia vehicular, asistencia médica, de acuerdo a la Ley de turismo.

Cabe destacar que el turismo engloba diversas actividades relacionadas con el aprovechamiento de recursos culturales y naturales en una región específica, involucrando el desplazamiento temporal sin intención de establecerse, con el afán de disfrutar de lo ofrecido.

Además, se menciona la integración de servicios esenciales para la realización adecuada y completa del turismo.

7.3. Licencia única anual de funcionamiento

En el reglamento de alojamientos turísticos Según, (MINTUR, 2016), es indispensable la LUAF para que los establecimientos puedan operar con normalidad, esta tendrá una vigencia de 1 año y sesenta días del año siguiente para actualizarlo, posterior a eso cada uno deben contar con permisos adicionales como: bomberos, permisos de suelo y servicios básicos. (Art 55).

Este párrafo enfatiza la importancia de cumplir requisitos legales y regulatorios para el funcionamiento adecuado de establecimientos turísticos, tales como la licencia anual de funcionamiento según el reglamento de alojamientos turísticos establecido por el ministerio de turismo. Se señala que esta licencia es esencial para que establecimientos turísticos puedan operar de manera regular y legal.

7.4. Empresa de Alojamiento

(Ulacia, 2018), menciona que alojamiento turístico se encuentra definido como un conjunto de bienes que son destinados para las personas que están buscando de un servicio de hospedaje que no será permanente sino por un tiempo específico, el cual puede ser con o sin alimentación, dependiendo a los gustos y preferencias que esté buscando el cliente, con el fin de alojarse en sus instalaciones y de disfrutar su estancia con comodidades. Por ello, el ministerio de turismo, establece como un conjunto de instalaciones destinadas a proporcionar servicios de hospedaje temporal a huéspedes, que pueden incluir o no alimentación, dependiendo de las preferencias del cliente.

7.5. Clasificación de alojamiento

En la actualidad hay diferentes tipos de alojamiento donde ofrecen servicios basados en pernoctaciones para los turistas, lo único que desean es relajarse y disfrutar de su estancia en el lugar visitado, los servicios que ofrece la empresa dependen en gran medida de su ubicación, y también cada alojamiento cuentan con diferentes actividades de entretenimiento para satisfacer las necesidades de los clientes.

Según (TURISMO, 2020), el reglamento de alojamientos turísticos indica que se clasifican en 9 tipos, los mismos que brindan un servicio de hospedaje con distintas áreas recreativas dependiendo a los gustos que está buscando un turista para sentir cómodo y relajado en su estancia, a continuación, se describe cada uno de ellos.

Tabla 3

Clasificación de alojamiento

TIPO	CARACTERÍSTICA	CATEGORÍA S DEL HOTEL
Hotel H	Habitaciones privadas Baño privado Servicio de alimentos Restaurante Cafetería Mínimo 5 habitaciones	Va desde 2 a 5 estrellas.
Hostal HS	Habitaciones privadas Habitaciones compartidas Baño privado Servicio de alimentación. Mínimo 5 habitaciones	Va desde 1 a 3 estrellas.

Hostería HT	Habitaciones o cabañas privadas	
	Cuartos de baño	
	Bloques independientes	
	Mínimo 5 habitaciones	
Va desde 3 a 5 estrellas.	Hacienda Turística HA Habitaciones privadas cuartos de baño privado o compartido localizado en parajes naturales o a centros poblados Servicio de alimentos y bebidas mínimo 5 habitaciones	Va desde 3 a 5 estrellas
Lodge L	Habitaciones o cabañas privadas Cuartos de baño privado o compartido ubicado en áreas naturales Excursiones organizadas para observar flora y fauna del lugar Servicio de alimentos y bebidas mínimo 5 habitaciones	Va desde 3 a 5 estrellas
Resort RS	Habitaciones privadas con cuarto de baño Actividades de recreación, o deportivas prestaciones de alimentos y bebidas Ubicado en espacios naturales, playas, bosques mínimo 5 habitaciones	Va desde 4 a 5 estrellas
Refugio RF	Habitaciones privadas o compartidas Cuartos de baño privados o compartidos Área de comedor, y cocina. Ubicado en montañas, o áreas naturales Actividades de turismo de alta montaña.	Categoría única.
Campamento Turístico CT	Tiendas de campaña mínimo cuartos de baño compartidos terrenos o áreas delimitadas facilidad de preparación de alimentos al exterior Seguridad y señalética interna en toda su área	Categoría única.

Casa de Huéspedes CH	Ofrece servicio de hospedaje en la vivienda del prestador de servicio de alimentos y bebidas Cuartos de baño privados Mínimo dos o cuatro habitaciones.	Categoría única.
-------------------------	---	------------------

Nota: Reglamento de alojamiento (2016)

7.6. Turismo

Según, (Mora Pisco, 2018), el turismo a nivel global es una cuestión clave para comprender la emprendedora de este sector en el progreso económico y social del país. Sin embargo, para comprender este proceso es necesario descubrir factores que determinan esta relación, para luego presentar los desafíos de hacer cada una de actividades turísticas.

El autor menciona que se destaca la importancia de hacer el turismo de una industria sustentable considerando los cambios sociopolítico actuales y futuros del país. Se enfatiza que el turismo que se basa en los elementos claves como la cultura y el patrimonio, sobre todo buscando las necesidades de alianzas estratégicos entre los sectores públicos y privados para fomentar el desarrollo turístico y establecer relaciones con comunidades emprendedoras.

Según, (Renda, 2017) el turismo se considera una forma de desarrollo, y promoción de las zonas rurales, que a menudo son zonas económica y socialmente deprimidas y propensas a la disminución de la población y actividades tradicionales. La creación de viviendas parece ser los principales tipos de negocios que representan una oportunidad de mantener la población.

Es fundamental realizar las promociones en los sectores rurales, indicando una oferta conveniente para las poblaciones como fomentar el desarrollo de crear más fuentes de trabajo.

7.7. Turismo en Ecuador

Según, (Bravo, 2018), las iniciativas planteadas por las entidades públicas y privadas es hacer conocer el turismo del Ecuador a todo el mundo, en cada gobierno del turno de Ecuador, dio paso dos iniciativas enfocadas en la promoción del turismo sostenible: el plan estratégico de turismo 2030 y el turismo consciente. Donde Ecuador como país ofrecen una diversidad de paisajes y actividades, esto lo convierte en un destino atractivo.

El autor comenta, sobre el turismo de nuestro país realmente es emocionante, el Ecuador es un país diverso con una amplia variedad de lugares turísticos donde permite realizar las diferentes actividades.

7.8. Sostenibilidad

Según, (Cortés Mura, 2015), en Bogotá, Colombia, la sostenibilidad se convirtió en una cuestión central en diversos campos como la economía, medio ambiente y la sociedad. La creciente conciencia sobre los retos ambientales como la pérdida de biodiversidad, cambio climático, y la escasez de recursos naturales ha generado un interés mundial en prácticas y políticas sostenibles.

El autor habla la sostenibilidad de las fuentes de recursos económicos, sabiendo que existía algunas pérdidas por el motivo de cambio climático hubo insuficiente los recursos naturales.

De acuerdo (Sepúlveda, 2016), la sostenibilidad trata de un enfoque que tiene como objetivo crear beneficios económicos a largo plazo, promover la equidad social. y al mismo tiempo proteger el medio ambiente. Es decir, puede lograr que se mejore o perjudique al momento de desarrollar la actividad, ya que la mayor parte de personas solo buscan satisfacer

las necesidades de turistas sin tomar en cuenta el desgaste de recursos, es por eso que se debe realizar el uso correcto de ellos pensando en las futuras generaciones.

Análisis de los autores, es importante crear los objetivos mejoras para largo plazo sin contaminar el medio ambiente que permita fomentar más actividades para la visita de los turistas.

Según, (Aguilar López, 2017), menciona que existe el consejo de turismo sostenible, donde es una organización que causa el turismo sostenible, basándose en su misión y comprensión de las buenas prácticas sostenibles. Además, cuando se trata de sostenibilidad sabemos que está relacionado con los recursos y su uso, que depende de una actividad que involucra a varios actores, la protección del medio ambiente debe comenzar con los beneficiarios directos e indirectos que son las personas responsables.

El autor pronuncia, fijar donde da mejor aumento de las actividades tener un buen sustento dentro de los territorios con eso para no demostrar el fracaso, sino conllevar hacia adelante a la empresa.

Según, (Carlos Severiche-Sierra, 2017), menciona que los hoteles que actualmente operan en nuestro país necesitan estandarizar los procedimientos relacionados con desarrollo sostenible, de modo que no se rijan únicamente por las medidas específicas de los departamentos de gestión hotelera, y promuevan, el desarrollo sostenible a partir el punto de vista social.

Es importante realizar las publicidades de las hoteleras, de esa manera obtener más acogida de los clientes con mejor atención para el buen desarrollo sostenible, sobre todo enfocar más en los respectivos métodos marcar una diferencia.

Según, (Amado, 2019), la sostenibilidad en Bogotá, Colombia, y cómo este concepto abarca diversos ámbitos como el medio ambiente, la economía, la sociedad y la cultura. Se reconoce que la sostenibilidad es un tema central debido a los retos ambientales globales como el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

Los países internacionales mencionan algunos ámbitos, principalmente debido a actividades para poder sostener sobre el cambio climático.

7.8.1. Turismo sostenible

Según, (Caribe, 1999), menciona que es una actividad turismo lucrativa, pero está enfocada al cuidado y preservación de su entorno y el medio ambiente, incluso existiendo problemas de contaminación, erosión, e impacto ambiental, sin embargo, existen programas y actores cuyo trabajo es minimizar estos impactos y propagar el cuidado y educación ambiental.

Esta definición resalta que el turismo es una actividad lucrativa con alta demanda, es crucial que se enfoque en el cuidado y preservación del entorno y el medio ambiente. Aunque existen problemas de contaminación, erosión e impacto ambiental, se menciona la existencia de programas y actores que trabajan para minimizar estos impactos y promover la educación ambiental.

(Pardo, 2022), en los últimos años, el turismo ha convertido en principales actividades para la economía general, pero la pandemia COVID-19 fue devastadora para sectores que se han visto muy afectados.

El desarrollo sostenible se integró rápidamente en la economía, cultural y social y así extender el compromiso a la próxima generación trabajar hacia la plena sostenibilidad, y reconocer la necesidad de avanzar.

7.8.2. Desarrollo sostenible

Es la base primordial para las principales iniciativas de desarrollo e implementación de acuerdo (Jacqueline, 2020), Estos indicadores están diseñados específicamente para usuarios interesados y forman un sistema de señalización que permite a los países medir su progreso hacia el desarrollo sostenible.

Según, (Hernández, 2020), comenta, que las organizaciones enfrentan importantes desafíos en su compleja dinámica de productividad, ya que sus acciones deben centrarse en la sostenibilidad y la competitividad.

De acuerdo (Petro., 2019), menciona que desarrollo sostenible aparece en el año 1987, siendo un concepto que alertaba de las consecuencias medio ambientales negativas del desarrollo económico y la globalización bajo la publicación de buscar posibles soluciones a los problemas.

Se destaca la importancia de desarrollo sostenible, los cuales fue fundamentales para las iniciativas de desarrollo e implementación, estos indicadores están diseñados específicamente para medir el progreso de los países hacia el desarrollo sostenible y forman un sistema de señalización crucial para los consumidores interesados en este tema.

7.8.3. Dimensión social

(López, 2018), menciona que es la base fundamental del desarrollo sostenible, ya que se basa en las relaciones entre las personas, las formas de organización, la interacción, la participación en la toma de decisiones.

Según el autor manifiesta sustancialmente trabajar en equipo de acuerdo a las necesidades que hace falta, es fundamental organizar con las personas que apoya a realizar una decisión firme para un mejor funcionamiento.

7.8.4. Dimensión económica

Según, (Amador-Mercado, 2021), la dimensión económica se basa principalmente en actividades de seguros, economía eficiente a largo plazo de esta manera todo traerá beneficios socioeconómicos, miembros y distribución la empresa anfitriona tiene ingresos suficientes. Esta dimensión incluye grandes oportunidades laborales y, en segundo lugar, un crecimiento económico satisfactorio, reducir la pobreza y construir el desarrollo de actividades turísticas. Llevar la contabilidad y diferenciar el ingreso y egreso para el buen uso de ventas de actividades económicas.

7.8.5. Dimensión ambiental

Según, (Cóndor Salvatierra, 2018), Esta dimensión ambiental es responsable de la protección y el pleno uso de recursos naturales y del mantenimiento de los procesos ecológicos básicos, al tiempo que ayuda a proteger la naturaleza.

Responsablemente saber administrar los recursos naturales pasar a tiempo dará el desarrollo factible.

7.8.6. Sostenibilidad en las empresas turísticas

(Tomás Azcárate, 2019), menciona que no existe duda, que el turismo es un motor económico para muchos países. A nivel global, la industria puede ofrecer nuevos índices en dos

áreas: Comparemos el número de turistas y su contribución al PIB del país, pero este aumento es considerable una perspectiva de sostenibilidad en los planes de implementación.

Estos enfoques de turismo sostenible deben cumplir tres criterios: en primer lugar, la mejora de vida y el consiguiente bienestar y satisfacción con la vida de las localidades de acogida, y, en segundo lugar, el cuidado del territorio, considerando el entorno natural y el patrimonio cultural, en tercer lugar, la satisfacción del turista. (Freites, 2019)

7.8.7. Indicador de sostenibilidad

(Quiroga, 2017), menciona que cada conjunto de indicadores forma una técnica de señales que dirige hacia el progreso de metas y objetivos específicos. Por lo tanto, el indicador ambiental permite evaluar las tendencias más importantes de la dinámica ambiental.

El mencionado párrafo se realiza un plan de trabajo, prácticamente con el anhelo de los objetivos más favorecido a los posterior realizará a evaluar.

7.8.8. Cómo se evalúa la sostenibilidad

Según, (Serrano-Amado, 2018), menciona la herramienta que se debe utilizar para medir la sostenibilidad, prácticamente debe tener en cuenta el número de personas activas que ocasionan este recurso y los recursos que consumen en su vida diaria, ya que esto calcula el área de recursos que las personas necesitan en un área determinada para minimizar el impacto de producción en la vida de cada individuo.

Resaltar la importancia de huella ecológica como herramienta para poder medir la sostenibilidad, con esta herramienta permite calcular el área de recursos necesaria para satisfacer las necesidades de una población y minimizar el impacto ambiental.

7.8.9. Innovación para la sostenibilidad las empresas

Según, (Velázquez, 2019), La industria hotelera es considerada el sector más importante de la actividad turística que permite generar ingresos y satisfacer las necesidades de los huéspedes. Sin embargo, ha sido ampliamente criticado por su uso irrazonable de los recursos naturales. En este modo, la creación tiene la estrategia para que beneficie el posicionamiento, el conocimiento de la marca y la diferenciación, especialmente en áreas altamente sensibles a los cambios del mercado y donde el uso y protección del medio ambiente es esencial para sostenibilidad.

Es una empresa donde permite ofrecer las ventas sin ningún tipo de inconvenientes, de esa manera ganar el satisfecho para los clientes.

7.8.10. Sostenibilidad Empresarial

Según, (Toscano-Hernández A. E.-D.-B., 2020) El origen de la preocupación oficial sobre la sostenibilidad, se ubica en la primera conferencia mundial organizada por la ONU en 1972. De acuerdo a (Madroñero-Palacios S. &.-H., 2018), menciona que la sostenibilidad empresarial empieza por involucrar a la sociedad, en este caso podemos decir que los residentes de los atractivos turísticos, o destinos, deben empezar a promover y renovar una imagen sostenible del lugar donde puedan residir los turistas y que visiten los lugares más altos de eso vayan adquiriendo las experiencias ambientales.

Para el desarrollo sostenibilidad se reúnen entre los países internacionales, con la misión de crear una empresa de alta categoría, apoyar a las personas más necesitada.

(Mosquera, 2019), se puede resaltar la importancia, de la participación de la sociedad, incluidos los residentes locales, en promoción de sostenibilidad en el sector turístico desde el

nivel local. En la organización se mantiene la participación firme afán de lograr a sacar el producto de la primera necesidad.

7.8.11. Para medir la sostenibilidad

Según, (Lagunas-Vázquez, 2017), explica una de las herramientas y metodologías para medir la sostenibilidad han sido propuestas desde la cumbre de la tierra, donde celebró en Río de Janeiro, Brasil, en 1992, también describen al menos, 17 herramientas como indicadores e índices que incluyen aspectos económicos, ambientales y sociales para la medición de sostenibilidad.

Con las herramientas ha logrado encontrar las metodologías necesarias para el mejor trabajo y sostenible.

En este aspecto han desarrollado varios esfuerzos en todo el mundo para examinar la sostenibilidad desde diferentes perspectivas y métodos. De esta manera, algunas herramientas evalúan el apoyo del sistema social, es decir, muchas veces incluyen información y factores que hacen aparecer al público en sus cambios, otras tienen prioridad los aspectos ambientales y algunas tienen más dinero. Se fija que algunos índices son muy útiles en el análisis global y regional y que otros pueden ser útiles en la valoración de la sostenibilidad a nivel del país (Hernández Espíndola, 2023).

El autor destaca que la mayoría de los materiales y sistemáticos para calcular la sostenibilidad surgieron después de la cumbre de la tierra de 1992 en río de Janeiro. Describe al menos 17 herramientas, incluyendo indicadores e índices, que abarcan los ejes económicos, ambientales y sociales para medir la sostenibilidad.

7.8.12. Metodologías para medir la sostenibilidad

A continuación, se muestran 30 diferentes metodologías para evaluar y medir la sostenibilidad de las empresas, mediante los indicadores e información respectiva.

Tabla 4 Metodologías para medir la sostenibilidad.

METODOLOGÍA	AUTORES Y DETALLE GENERAL	INDICADORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Índice de Desarrollo Sustentable	De acuerdo con (Quiroga Martínez, 2001), se encarga de evaluar la sostenibilidad mediante el factor social, económico y natural.	Los indicadores miden la calidad del agua, calidad ambiental, políticas, igualdad y el consumo de energía	Evalúa el progreso del desarrollo sostenible. Contiene índices para el desarrollo regional. Experiencias de desarrollo de indicadores.	Costo de inversión alto.
Indicadores de responsabilidad social empresarial basados en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el Global Reporting Initiative para evaluar la gestión de los agentes comercializadores y distribuidores de energía en Colombia	(Cortés V et al., 2018) Se fundamenta en el aspecto social, ambiental y económico.	Los indicadores evalúan el número de casos de discriminación, las emisiones de gases de efecto invernadero y el desempeño social.	Los indicadores toman en cuenta a los derechos humanos del staff. Permite medir, controlar y cuantificar los impactos negativos. Se puede estudiar internamente y externamente a la empresa.	Solo sirve para el estudio de empresas eléctricas. Enfoques centrados en empresas que requieran de un análisis interno del personal.

Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial	Señala (Barcellos de Paula, 2011) que se mide el factor económico, el medio ambiental y social.	Los indicadores análisis la gestión de recursos humanos y de proveedores, riesgos y crisis financieras.	Posee una educación empresarial. Dispone de una correlación económica, empresarial y ambiental.	No evalúa a los proveedores de manera interna.
Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol	En base a (Damian, 2016) se evalúa el medio ambiental, la parte financiera y social.	Los indicadores se basan en los residuos de vidrios recogidos y porcentaje de suelo urbano, además de los ingresos corrientes, el porcentaje de centros	Existe una relación estrecha con los prestadores de servicio turístico. Busca el buen vivir de las personas.	Poco seguimiento para que todos sus objetivos se cumplan.
Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba)	Según (Albert & Nel, 2012) se evalúa la estructura territorial económica y los cambios del uso ambiental.	Los indicadores miden la accesibilidad interna y externa, ingresos generados por el turismo, generación de residuos, el consumo de energías renovables y no renovables.	Se basa en un estudio de ingresos turísticos. Analiza la parte social y económica.	Datos no exactos tanto de la actividad turística como del consumo de energías.

Administración de la planta turística y el desarrollo del turismo sostenible	De acuerdo a (Fernández, 2009) se mide la productividad, la integridad y el bienestar social.	Los indicadores se basan en el concepto urbano y el desarrollo abstracto de la idea de ambiente.	Enfocada en la conservación empresarial y analiza los estudios ambientales, sociales y de producción.	Más interés por la parte urbana que por el aspecto ambiental.
Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas	(Márquez et al., 2015) se fundamentan en la sostenibilidad eficaz, maximizando los beneficios sociales en las comunidades.	Los indicadores son el inventario del patrimonio, oportunidades locales de trabajo y reducción de los residuos sólidos.	Ayuda a tener un conocimiento cultural. Análisis de los sitios turísticos visitados. Protege el	Escases de inventarios con respeto a la parte cultural.

prácticas en turismo			patrimonio cultural.	
Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica	De acuerdo a (Torres, 2017) evalúa la parte ambiental, social y económico.	Los indicadores están enfocados en el medio ambiente, los recursos no renovables y el dinero mediante procesos de producción.	Realiza análisis mediante la ubicación. Analiza a partir de la cultura. Protege al ambiente.	Dificultades para el acceso a su ubicación.
Género, Medio Ambiente Y Sustentabilidad Del Desarrollo	Señala (Rico, 1998) que se evalúa mediante criterios contextuales, ubicación y enfoque relacional.	Los indicadores se fundamentan en una matriz en la que se insertan tanto la cotidianidad de las personas como las definiciones de políticas.	Igual de género a trabajos en empresas de manera sostenible. Logra el desarrollo político, ambiental, y económico.	Poco interés de los actores de las empresas.
Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México	En base a (Olivier Salomé et al., 2015) evalúa con una representación esquemática de un proyecto.	Los indicadores son el modelo económico e impactos socioambientales, y la comisión nacional del agua.	Análisis financiero, industrial, comercial, turístico y agropecuario. Análisis partiendo de la ubicación geográfica.	Dificultad de acceso. Poca información para analizarla.
Sistema productivo a turístico y desarrollo local	De acuerdo (Madruga Torres, 2021) evalúa por el sistema conceptual, local,	Los indicadores se enfocan en Coordinación mediante el Sistema Organizativo e Institucional que	Estudio conjunto con actores gubernamentales.	Escasez de instrumentos teóricos y metodológicos propios.
	económico y político.	tenga el territorio.		

Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local	Según (Jiménez & Martín, 2017) evalúan dimisiones como: económicas, empleos, control de entrada y recursos de las comunidades.	Los indicadores son el número de pernотaciones por mes, y la rentabilidad hotelera.	Desarrollo de las comunidades. Control de turistas.	Poco interés de actores clave.
Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores	Indica (Fábregas et al., 2017) que se evalúa el aspecto ambiental, sociocultural, económico, político y administrativo.	Los indicadores se basan en el esquema de Ordenamiento Territorial, Plan de Desarrollo y el Plan de Manejo Integral de Residuos Sólidos.	Beneficia a las instituciones de educación superior. Ayuda al desarrollo de la económica y del personal.	Poca importancia por parte de empresas.
Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica	De acuerdo (López, 2017) evalúa los aspectos ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos.	Los indicadores se enfocan en insumos biodegradables en áreas públicas, en un staff de trabajo de personas con discapacidad y de distintas razas.	Capacitaciones al personal. Desarrollo empresarial en las áreas y personal. Logran una imagen ambiental para la empresa.	Problemas de organización.
Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona	Según (Oliveros Ocampo & Beltrán Vargas, 2018) mide mediante el proceso de cálculo de los	Los indicadores se basan en rangos y sumas de variables.	Análisis económico turístico de las empresas. Guía de buenas prácticas para	Falta de información por parte de la empresa.

en el departamento de Magdalena, Colombia	índices descriptivos.		prestadores. Análisis SPSS.	
Sistema de indicadores de sostenibilidad del desarrollo del turismo: un estudio de caso del municipio de Areia – PB	De acuerdo a (Cavalcanti Silva & Ataíde Cândido, 2016) evalúa la dimensión medioambiental , cultural, social, económica, turística e institucional.	Los indicadores se fundamentan en programas para reducir el consumo, del agua, la cantidad de residuos sólidos que genera el turismo, cantidad de oferta de productos locales y número de residentes locales que trabajan en el sector de la hostelería.	Realiza un análisis económico turístico de las empresas.	Poco interés por parte de los actores.
Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística, una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis	Según (Macário de Oliveira et al., 2013) evalúa el aspecto social, ambiental y político.	Los indicadores se basan en los porcentajes, niveles, cumpliendo, acorde a los aspectos.	Realiza análisis mediante escalas. Analiza los indicadores mediante el espacio geográfico empresarial.	Poco interés por parte de la localidad. Es difícil la aplicación indicadores cuando se tiene pocos datos.
Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón	En base a (Álvarez Díaz, 2015) evalúa el impacto medioambiental , social, cultural y económico.	Los indicadores son los visitantes a lugar de interés históricos y establecimientos de alojamiento con certificados de calidad.	Desarrollo del lugar turístico. Analiza el medio ambiental.	Inexistencia de información. Poco interés de las empresas con respecto a la sostenibilidad .

Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza	Según (Medrano Aranda & Lardiés Bosque, 2014) evalúa temáticas aplicadas a la ciudad Zaragoza.	Los indicadores se fundamentan en tendencias del turismo, en la infraestructura turística, residuos sólidos, transporte y movilidad.	Estudios sobre turistas. Análisis sobre transportes.	Escasa interés por parte de los prestadores.
Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México	En base a (Arévalo Pacheco et al., 2015) evalúa la sostenibilidad mediante Indicadores del MESMIS	Los indicadores se basan en el estudio de la dimensión económica, social y ambiental, cada uno con una calificación: 20 no sustentable, 40 poco sustentable, 60 sustentable, 80 regular, 100 muy sustentable.	Estudio de sostenibilidad en áreas naturales. Aporte al desarrollo de recursos naturales.	Poca información apropiada para estudiar el caso.
Sustainable Tourism Indicators and Destination Management	De acuerdo al (Minister of Tourism and Environment, 2007) evalúa las etapas del proceso de elaboración de productos, organización y crecimiento.	Los indicadores se enfocan en un inventario de fuentes de datos	Monitorios regulares de la producción	Poca colaboración por los prestadores.

Comercio de servicios ambientales vinculados al turismo y revisión de la sostenibilidad del turismo en tres	Según (Pozos et al., 2021) evalúa los servicios ambientales del recurso natural.	Los indicadores se basan en el valor de uso y valor de no uso y costos de oportunidad y	Analiza el ecosistema y su uso natural. Se fundamenta en una educación ambiental.	Poca colaboración por parte de la población de la zona de estudio.
casos de valor estudio.		transferencia de valor ambiental		
Complejidad, desarrollo sostenible y turismo. Reflexiones sobre el modelo P-E-R (Presión-EstadoRespuesta) y la necesidad de aproximaciones transdisciplinarias	En base a (González Damián, 2004) evalúa la dimensión social, económica, ambiental e institucional.	Indicadores de presión, de estado y respuesta para las cuatro dimensiones.	Estudia la parte financiera empresarial. Analiza los recursos de utilización de la empresa.	Poco interés por parte de las empresas.
Indicadores de desarrollo sustentable y su aplicación	De acuerdo a (Badii et al., 2018) evalúa el bienestar humano, ecológico e interacciones.	Los indicadores se basan en la salud, educación, vivienda y seguridad, agua, suelos, niñez, equidad y desarrollo económico.	Interactúa con la población de un territorio. Analiza la parte ecológica.	Poco interés de actores clave.
Sustentabilidad e Indicadores de Desarrollo Turístico en México	Según (Ibáñez Pérez, 2010) evalúa el medio ambiente, entorno socioeconómico y el turismo.	Los indicadores son el consumo de agua y energía, generación de basura, el nivel de desempleo y la demanda turística.	Desarrollo en el turismo. Análisis de turistas en atractivos locales. Análisis de condiciones del sitio.	Pocos datos de algunos territorios por lo que dificulta al análisis.

Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y	En base a (Ibáñez Pérez, 2018) evalúa el componente social y ambiental.	Los indicadores miden el grado de competitividad de los servicios turísticos e identifica el grado de cobertura de	Analiza el turismo local. Estudia los recursos naturales. Incremento de la parte económica.	Dificultad de acceso a información.
consulta a expertos.		servicios básicos mediante el análisis de los patrones de consumo local.		
Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos para la Evaluación Integrada de los Destinos Turísticos	De acuerdo a (Linares et al., 2019) evalúa mediante 5 bases: preparación para la evaluación de la sostenibilidad, diagnóstico del área, identificación y validación del sistema de indicadores, evaluación integrada de la sostenibilidad del destino turístico y monitoreo sistemático.	Los indicadores son dar a conocer los objetivos trazados en la evaluación integrada de la sostenibilidad y exponer una caracterización de la región turística, también la dimensión económica, social y ambiental en el destino turístico.	Diagnostica el comportamiento general de las dimensiones económica, social y ambiental en el destino turístico.	Poca colaboración por parte de las entidades.

Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores	Según (Ibáñez Pérez, 2018) evalúa el medio ambiente, el entorno socioeconómico, el turismo y el desarrollo urbano.	Los indicadores son el consumo de agua y energía, calidad de aire y generación de basura, el desempleo, seguridad, demanda turística y certificaciones	Analiza la seguridad de un sitio. Analiza el desempleo de las personas.	Los datos que se obtiene no son precisos.
Metodología InnovaRSE	De acuerdo con (Navarra, 2020) evalúa el diagnóstico de RSE (responsabilidad social empresarial) en 3 dimensiones: social, ambiental y económica.	Los indicadores son a través de un diagnóstico del lugar, un plan de buenas prácticas ambientales y ciclos de mejora en base al estudio de cada dimensión.	Analiza la dimensión social, económica y ambiental de un prestador de servicio para mejorar su sostenibilidad empresarial.	No encontrar la suficiente información para analizar la sostenibilidad de mejorar su sostenibilidad empresarial

Nota: Adaptado de metodologías investigadas emitidas por docentes Universidad Técnica de Cotopaxi 2022.

Como resultado se puede evidenciar, la sostenibilidad en mayoría de la metodología analiza tres factores principales. Además, las evaluaciones de sostenibilidad económica, ambiental, y social pueden reflejarse interna o externamente, al igual que ciertos tipos de actividades y métodos de evaluación ambiental.

7.8.13. Metodología InnovaRSE

La metodología InnovaRSE se enfoca en el aspecto sostenibilidad, menciona (Navarra, 2020) , que pretende ser una herramienta de levantamiento de información de campo que tiene

como referencia iniciar con la incorporación sistemática de sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas en base de un proceso de mejora continua que apoye con distintas estrategias de gestión y ayude en lo posible a mejorar la sostenibilidad y logre el posicionamiento ambiental de la empresa en su entorno social y económico. Cuenta con 30 enunciados divididos en las 3 dimensiones, es decir 10 preguntas para la dimensión social, 10 preguntas para la dimensión ambiental y 10 preguntas para la dimensión económica. La calificación de cada enunciado tiene una valoración que va de 0 al 10.

7.8.14. Fases del proceso InnovaRSE:

Diagnóstico de la empresa: Se realiza a través del análisis de ejes económica, social y ambiental donde se encuentra el prestador de servicio mediante las ponderaciones de las preguntas. Es decir, donde se encuesta a los propietarios a través del instrumento que consta 30 enunciados, indica 10 enunciados para cada una de los ejes.

Plan de actuación: se identifica en que área está ubicado la empresa, entre las cuales están las áreas de mejora lo que significa que se encuentra en un rango bajo, procesos de mejora en un rango medio y buenas prácticas en un rango alto.

La memoria de sostenibilidad: se identifica en que rango se encuentra la empresa en base al diagnóstico de la empresa esta se distribuye en: muy alta sostenibilidad (100), alta sostenibilidad (80), media sostenibilidad (60), baja sostenibilidad (40) y muy baja sostenibilidad (20 hasta 0), y cuál es la dimensión más afectada.

7.9. Competitividad

Según, (Medeiros, 2020), la competitividad es algo vinculado exclusivamente a las grandes empresariales, pero hay que considerarla como una forma de vida, una forma de crear y disfrutar de bienestar. Ser competitivo significa competir con espíritu de unidad, respetar a los demás, que compiten con el único fin de estar solos y no preocuparse por la calidad del servicio ofrecido a sus clientes. Por ello, la competitividad no debe ser sólo en el ámbito empresarial o económico, sino que puede considerarse como una filosofía de vida que incluye muchos aspectos. Esto incluye como interactúan a las personas, cuáles son los fortalecimientos de habilidades y talentos, para una buena contribución de la empresa ayudar el bienestar de los individuos y la sociedad.

De acuerdo (Rubio, 1975), la competitividad permite a las empresas tener éxito en el mundo en que operan, las empresas son competitivas cuando logran producir productos o servicios con calidad superior de sus competidores en el resto del mundo.

La competitividad se percibe comúnmente como algo asociado únicamente a las grandes empresas, pero en realidad debería considerarse como una forma de vida que implica crear y disfrutar del bienestar. Ser competitivo implica competir con un espíritu de unidad, respetando a los demás y preocupándose por la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

7.9.1. La competitividad empresarial

Según, (Labarca, 2007), señala la Real Academia Española en el año 1992 se define la competitividad como competitivo, cada uno de ellos marca la diferencia en las empresas, de esa manera para producir y mercadear productos de mejores calidades.

Realiza la diferencia de la competitividad en cada una de las empresas que existe, los propietarios mantener con la calidad de los productos y menos costo del mercado.

(Yugcha, 2021), menciona que la competitividad en un país opera en condiciones de libre mercado leal y capaz de producir servicios y bienes que superen las expectativas donde se pudo probar con éxito los mercados internacionales, manteniendo o incluso aumentando los ingresos reales de la población.

La competitividad puede marcar la diferencia en los países o en los mercados con la calidad de producto, de acuerdo como trabaja los dueños de la empresa.

Según, (Cabrera-Martinez, 2012), Bogotá, Colombia en marzo del 2011, el propósito de esta investigación es indicar las fases que debe seguir la metodología de competitividad de las Pymes.

Estos temas financieros y administrativos. Es el aporte de este trabajo de una síntesis de diferentes enfoques para calcular la competitividad, la manera del trabajo es resaltar los criterios y variables lo que pretende medir la competitividad global.

(Cedeño-Mendoza, 2020), menciona que la competitividad y gestión de calidad hoteleras es un campo amplio, la imagen de un gran hotel se basa en su propiedad certificados que acrediten la calidad, protección del medio ambiente, seguridad alimentaria, inocuidad, etc. Sin pensar de una a otra manera afectará la movilidad y el flujo turístico, como la industria hotelera de los países en desarrollo, está caracterizado por pequeñas empresas, a menudo familiares, requiere establecer un programa competitivo basado en la mejora del servicio de buena calidad que ofrece a los clientes.

7.9.2. Importancia de la competitividad en las empresas de hospedaje

Según, (Millán-García, 2018), menciona que es necesario establecer la diferencia con los factores que producen, donde se busca la teoría económica que se ha denominado y maximizado de los beneficios. Para destacar en este entorno, las empresas hoteleras deben centrarse o buscar una estrategia para la competencia de esa manera diferenciarse y atraer más clientes.

(Levenson, 1983), menciona que es fundamental el sector hotelero, que para destacar en este mercado las empresas siempre deben enfocarse en competencia, para diferenciarse y atraer clientes. Se recalca la necesidad de identificar los factores necesarios que forman competitividad en los lugares correspondientes, donde la maximización de beneficios realiza un papel primordial.

7.9.3. Para que se mide la competitividad

Según, (Benzaquen, 2011), menciona, que buscan un sistema de mejor enfoque frente a la competencia en el mercado y mejorar sus ingresos, donde la empresa crea un sistema de desempeño y mejora del servicio, la organización, lo cual es reflejado en la calidad y precio. Cabe destacar se mide para determinar la capacidad de la empresa.

(Manosalvas Vaca, 2017), menciona que es importante medir la capacidad de empresa, sector o país para competir en mercado y lograr un desempeño superior en comparación con sus competidores, lo que implica la insuficiencia de implementar estrategias efectivas para destacarse. Algunas empresas tienen la razón de cumplir con todos los parámetros necesarios para sacar adelante a la empresa.

7.9.4. Metodologías para medir la competitividad hotelera

A continuación, se muestran diferentes metodologías que acceden evaluar la competitividad desde diferentes factores, indicadores, y herramientas que permiten tener como resultado el nivel de competitividad empresarial.

Tabla 5 Metodologías para medir la competitividad.

METODOLOGÍA	AUTORES Y DETALLE GENERAL	INDICADORES	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales.	Esta metodología les pertenece a los autores: De la Hoz (2016), trata básicamente de la evaluación de competitividad en base al factor económico de la empresa, procesos internos, aprendizaje y crecimiento, clientes, y dimensiones de mercado.	En la mayoría de indicadores se distribuyen por el factor a evaluar, van desde un análisis de ingresos económicos mediante un porcentaje, hasta el estudio de mercado, clientes, y evaluación interna de la empresa.	Evaluaciones métricas para evaluar la competitividad. Evaluación mediante diferentes perspectivas. Evaluaciones por promedios.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

<p>Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México.</p>	<p>Esta metodología le pertenece a Bañuelos et al. (2021), el cual evalúa la competitividad mediante 5 fases, de manera interna de la empresa, partiendo de la constitución empresarial, procesos de construcciones de soluciones a entregar, servicios, modelos de caso, y lecciones aprendidas.</p>	<p>Dentro de varios indicadores están el análisis situacional, estrategias con organizaciones, propuestas de soluciones, revisiones técnicas mediante documentos y leyes del país, y estudios con resultados estadísticos.</p>	<p>Trabajo mediante muestra poblacional. Estudio interno de la empresa. Servicios y preferencias del cliente.</p>	<p>Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.</p>
--	---	--	---	---

<p>El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y turística en Cartagena.</p>	<p>Esta metodología le pertenece a: Lillo (2007), Trata sobre la evaluación de competitividad empresarial mediante la planificación estratégica, las operaciones y productos, calidad, comercialización, estudios financieros de la productividad y mercado, recursos humanos, gestión ambiental, y un sistema de información.</p>	<p>Varios de los indicadores nos muestran una evaluación interna de la empresa, desde la normativa general, sus objetivos de venta, relaciones, políticas, estrategias, rotación de clientes, clima o ambiente laboral, inducciones, todo con la finalidad de mejorar su actividad y producto o servicio final.</p>	<p>Integración y planeación de mercado. Fomento de programas productivos. Desarrollo productivo a empresas, y empresas de producción. Utilización FODA.</p>	<p>Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas. Metodología extensa</p>
<p>Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana.</p>	<p>Autor: Saavedra (2012), trata sobre el análisis competitivo interno y externo de la empresa haciendo énfasis en los distintos tipos de dimensiones que permiten la actividad desde donde se analice.</p>	<p>Los indicadores se analizan desde el proceso productivo, oferta, y los apoyos institucionales que la empresa recibe.</p>	<p>Análisis exacto de la demanda, y relaciones interempresarial es. Mejora y capacitaciones al personal.</p>	<p>Información necesaria privada con poco acceso. Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.</p>

Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.	Según Clavijo (2020), la competitividad empresarial se mide internamente	Los indicadores desde la capacidad directiva, recursos tecnológicos.	Análisis innovador Impulso de mejora interno. Análisis financiero.	Poco interés de los actores clave.
	hacia lo externo.			
Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California.	Ibarra (2017), esta metodología como se explica con anterioridad estudia todo el proceso de funcionamiento , producción y comercialización, esta metodología se aplicó en Baja California.	Varios de los indicadores aplican o están enfocados al análisis de estrategias, producción, comercialización, análisis de finanzas, gestión ambiental, e inducciones y capacitaciones por parte de recursos humanos.	Estudio interno de la empresa. Análisis FODA Tamaño de la empresa, representa competitividad.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial.	Los autores: Álvarez (2021), proponen un estudio de competitividad a través de codificaciones e indicadores que parten su análisis desde la innovación.	Los indicadores son codificaciones: 1- 6 / 7. 7b. 7c. 7d. y 8 / 9. 9i – 9k / 10. – 16 17. 17 ^a – 17j / 18. 18 ^a . – 18j / 19. 19 ^a . – 19d.	Estudio interno de la empresa. Transformación de nuevas ideas o productos. Innovación.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.

Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano.	Cuesta (2011), propone estudiar la competitividad mediante el análisis del desempeño por competencias.	Los indicadores hacen énfasis al estudio de competencias laborales, es decir los puestos operativos, cargos, procesos, y objetivo general empresarial.	Identificación apropiada de puestos del personal. Desarrollo e impulso estratégico interno	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Análisis de los factores de competitividad para la	Benites Gutiérrez (2020), proponen	Varios de los indicadores están relacionados a	Estudios de valor de mercado. Estudios de	Poco interés de los actores clave. Poca información
productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú).	analizar la competitividad mediante los factores de capital humano, financiero, calidad, y tecnología empresarial.	encuestas de calidad, producción, calidad, eficacia, interna y externa de la empresa, y su herramienta para medir cada indicador son escalas de números enteros.	valor de clientes. Estudios culturales.	destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.

Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos.	González (2009), evalúan la competitividad desde el destino, los servicios, calidad, ubicación, seguridad, los servicios y atractivos que existen, la publicidad, entre otros.	Los indicadores están relacionados al estudio del destino, factores relevantes de atracción del destino, y los factores de soporte y recursos, en donde están la infraestructura, transporte, y otros servicios que interactúan de manera directa con el turista.	Estudios de proveedores. Estudio de preferencias de clientes. Estudio de mercado.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas
Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes.	Los autores: Rohvein (2013) proponen un estudio competitivo interno de la empresa, desde el ingreso del turista, y el enfoque general en las distintas áreas operacionales.	Los indicadores estudian de manera específica en el control, organización, planificación, y reacción de actividades y servicios que se relacionan directa e indirectamente al cliente.	Evaluación interna. Control organizacional interno de la empresa. Inventario.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.

Innovación y Competitividad Empresarial.	Bernasconi Melucci (2015), propone un estudio de competitividad por naturaleza, y aportación o novedad, es decir su innovación en diferentes aspectos, y el grado de atracción que aporta y promueve la visita del turista.	Los indicadores están enfocados a la innovación, comercial, financiera, organizativa, tecnológica, y I+D, que es el estudio de atracción.	Opción a innovación. Estudios de proceso empresarial. Análisis de necesidad de mercado.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas. Poca innovación o desarrollo de los actores clave.
Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico.	L. A. Á. Barragán & Sierra (2021), proponen una metodología en donde se analice desde el nivel micro, infraestructura, satisfacción, calidad, servicio, procesos, e infraestructura.	Los indicadores están enfocados para analizar la infraestructura de la empresa, el proceso de creación del servicio o producto, el análisis de satisfacción del cliente, y la calidad.	Estudio correlacional. Muestras o resultado por promedio o porcentaje.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad.	Saavedra-García et al. (2020), estudian la competitividad desde el tamaño, y sector, esta metodología se aplicó en México.	Los indicadores parten desde el plan de comercialización y sus procesos. Mercado, estrategias, precio, distribución, competidores, entre otros.	Conectividad empresarial. Análisis PYME. Análisis interno y externo. Mejora empresarial. Impulso de personal positivo.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.

Competitividad en las Organizaciones.	Ramírez et al. (2018), proponen una metodología que estudie la competitividad empresarial desde el factor social y sus características.	Los indicadores se relacionan a la innovación tecnológica, diseño de instalaciones, ventaja competitiva del producto, relaciones laborales, y visión del futuro de la empresa social.	Análisis al mercado. Evaluación de host. Impulso de desarrollo interno de la empresa.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio.	Los autores J. M. Ponce et al. (2020), proponen estudiar la competitividad Pyme, a través de la inteligencia internacional mercado, logística, y análisis financiero.	Los indicadores evalúan los mercados potenciales, análisis comercial, social, económico, requisitos legales, estudios financieros, entre otros.	Selección de mercados potenciales. Plazas de venta. Preferencias de la demanda.	Poco interés de las empresas. Poca información brindada de los actores clave.
La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo.	Medeiros et al. (2020), muestran un análisis competitivo a través del sistema, la empresa, y la estructura.	Los indicadores estudian la parte legal, su infraestructura, mercado, normas, desempeño, capacitaciones, instituciones, entre otros.	Análisis competitivo a nivel global. Análisis de competitividad global. Ventajas de factores globales.	Inaccessibilidad de información. Extensa muestra de estudio.

Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial.	Los autores Mejía et al. (2019), estudian la competitividad empresarial desde el enfoque de dirección, operativo, y de apoyo, haciendo énfasis en el estudio interno de la empresa.	Los indicadores van desde el plan estratégico, ubicación, infraestructura, gestión ambiental, mercado, demanda, costos, finanzas, entre otros.	Planificaciones de desarrollo económico financiero. Involucración de todos los ámbitos a estudiar. Impulso de desarrollo.	Empresas pequeñas frente a multinacionales . Falta de cooperación entre colegas. Representatividad d micro y macro empresas.
El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.	Lillo (2007), estudia la competitividad desde la apertura del turismo, su desarrollo social, y entorno al que se desarrolla para brindar la actividad turística.	El indicador turístico se analiza mediante las herramientas y técnicas en análisis del sistema hotelero, precios, medio ambiente, tecnología, y desarrollo social, entre otros.	Análisis de mejoras de viabilidad. Mejoras uso de recursos naturales. Impulso de desarrollo empresarial.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.
Factores e indicadores de competitividad hotelera.	Millán-García (2018), valoran la competitividad desde las características turísticas, gestiones de mejora continua, humana, cliente, y beneficios.	Los indicadores valoran la filosofía de la empresa, calidad del servicio, políticas, retribuciones, rentabilidad, mercado, entre otros.	Estudios a partir de niveles meta, macro, meso, y micro. Vocación turística de personal. Crecimiento empresarial.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.

Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial.	Ramón (2021), la competitividad se mide a través del análisis cliente – mercado, económico – financiero, técnica, medio ambiente, y social.	Los indicadores evalúan a los proveedores, clientes, su satisfacción, mercado, productividad, inconformidad, cultura ambiental, recursos humanos, entre otros.	Estudio interno. Análisis de servicio. Impulso de desarrollo y mejora.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial.	De acuerdo a Ramírez Molina & Ampudia Sjogreen (2018), evalúan la competitividad mediante la aritmética, resultado conseguido a través de sus indicadores.	Los indicadores evalúan la: innovación, tecnología, flexibilidad productiva, calidad, en una escala de: 1 -3, 4 – 6, 7 – 9, 10 – 12.	Estudio del personal administrativo. Análisis interno de la empresa. Impulso de mejora al servicio del cliente.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).	Arévalo (2015), la competitividad se mide a nivel, meta, social, y nivel, micro, macro, y meso.	Los indicadores van de acuerdo a la satisfacción, calidad, soporte, requisitos, potenciación, y productividad.	Índices de eficiencia. Análisis de satisfacción del cliente. Propuestas de mejora.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.

Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 20132014.	Cadena (2017), propone el análisis competitivo a través del marco regulatorio, ambiente negocios, seguridad, políticas públicas, competitividad precios, infraestructura, mercado, recursos naturales, viaje de turismo, entre otros.	Los indicadores son más extensos desde el derecho de propiedad, requerimientos de visa, calidad de infraestructura, uso de internet, capacitaciones primarias, regulación laboral, entre otros.	Cálculos muestrales de población. Análisis de satisfacción del cliente. Estrategias de mejora de servicio al cliente.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Estudios de Competitividad.	Leal et al. (2015), evalúa la competitividad desde la capacidad de operación, y administrativa.	Los indicadores van desde la planificación estratégica, compromiso directivo, manuales, contratos rentabilidad, costos, entre otros.	Propuestas de conservación y eliminación. Análisis interno y externo empresarial. Enmarcaciones de visión y objetivos a futuro.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria.	Girán et al. (2008), miden la competitividad desde los factores claves del éxito los cuales son: gerencia, mercadeo, calidad, ambiente, y productividad.	La técnica utilizada es una valoración y escala mayor a cero, igual acero, y menor acero.	Análisis situacional. Análisis en dos variables.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.

Cuaderno Técnico N° 14 Algunos Ejemplos De Cómo Medir La Competitividad.	Rojas et al. (2000), evalúan la competitividad desde los factores sectoriales, sistémicos, e internos de la empresa	Los indicadores evalúan desde la capacidad tecnológica, calidad de recursos humanos, fortalecimiento en redes, esquemas organizacionales, entre otros.	Análisis internos de la empresa. Análisis gubernamentales externos. Impulso de mejoras económicas.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19.	J. García (2021), estudian la competitividad desde el nivel de predominación e innovación Mypes.	Los indicadores evalúan la infraestructura, capital humano, creatividad, desempeño financiero, desempeño de producción, limitaciones de innovación, efecto de innovación, factores de éxito entre otros. Y su herramienta de valoración se	Análisis de requerimientos básicos. Análisis de eficiencia. Mejoras en innovación.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.

Nota: Adaptado de metodologías investigadas emitidas por docentes Universidad

Técnica de Cotopaxi 2022

		basa en porcentajes.		
Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por mujeres en la región de Xalapa.	Izquierdo (2008), evalúan sobre los factores de capacidad, y eficiencia, esta metodología se aplicó en Xalapa, México.	Los indicadores se evalúan en el factor económico, productividad, costos / precios, tecnología, medio ambiente, y capacidad productiva.	Análisis macro, meso, y micro. País, industria, empresa, y región. Análisis de rentabilidad.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.
Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas.	Sepúlveda (2010), evalúan la competitividad a través de la vigilancia, toma de decisiones, infraestructura, I+D, evaluación financiera, posicionamiento, satisfacción del cliente, y planeación estratégica.	Los indicadores y herramientas van acorde a preguntas tipo encuesta para analizar diferentes factores como: fuentes, conocimiento, política, propiedad, experiencia, ente otros.	Análisis interno y externo empresarial. Impulsos de mejora en el personal. Mejora de posicionamiento.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

Como resultado general del proyecto de investigación para medir la competitividad se toma la metodología BID, donde se mide a partir de diferentes factores estos pueden ser internos o externos, sobre todo enfocándose en la productividad y manejo del control interno de cada establecimiento, y a la vez cómo se corresponde con la sociedad, y los factores externos que permiten que la actividad turística funcione. Como se puede analizar el control normativo,

administrativo, y sus departamentos, también se lo puede hacer desde el objetivo empresarial, su visión. Además de ello la competitividad también llega desde la parte comercial, mercado, cliente, instituciones, proveedores, y su relación con los recursos y entorno natural.

7.9.5. Mapa de Competitividad del BID

Según, (Saavedra, 2012), establece que el mapa de competitividad fue desarrollado por el BID y adaptado por la Cámara de Comercio de Medellín y Antioquía, con la finalidad de realizar un diagnóstico empresarial que permitiera conocer las debilidades y fortalezas de empresas que afecta su productividad, logrando como resultado a un nivel alto de competitividad en los establecimientos de hospedaje. Cuenta con 103 preguntas que están distribuidos en ocho áreas entre ellas están las siguientes: producción y compras, planeamiento estratégico, contabilidad y finanzas, aseguramiento de calidad, talento humano, sistema de información y gestión ambiental y 28 subáreas cada ítem tiene una valoración de 0 a 5.

7.9.6. Fases del mapa de la competitividad BID:

Diagnóstico estratégico:

Se analiza si las empresas cuentan con planteamiento estratégico, una misión, visión, objetivos y estrategias claras para conseguir una rentabilidad.

Análisis económico financiero:

Se identifica cual es el conocimiento que poseen los propietarios en base al ámbito económico.

Diagnósticos funcionales:

Se analiza cómo se encuentra la parte social y ambiental al momento del funcionamiento de las empresas o instituciones.

Análisis de la competitividad:

Se identifica el rango de competitividad de establecimiento a través del análisis de las preguntas realizadas, se puede calificar en muy alta competitividad (100), alta competitividad (80), mediana competitividad (60), baja competitividad (40) y muy baja competitividad (20 a 0), y con ello saber el área más afectada dentro de los establecimientos.

7.10. Análisis FODA

El Análisis FODA es una metodología de estudio para saber en qué situación de una organización o empresa en su contexto y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

7.10.1. Metodología del FODA

La metodología del FODA está compuesta por algunas etapas como lo menciona García López & Cano Flores, (2013), entre ellas están las siguientes:

Integración del equipo: consta de un equipo de miembros claves para toma de decisiones y la planeación.

Diseño de la agenda de trabajo: la mayoría de los planes establecen objetivos específicos o metas de desempeño medibles para una organización.

Sesión de trabajo (lluvia de ideas): se fundamenta en lluvias de ideas que dicen los miembros de la investigación.

Selección y análisis de problemas: buscar soluciones a los problemas que se encuentren en la investigación a través del equipo de trabajo.

Ordenamiento de los problemas: seleccionar 10 propuestas, posterior a eso a las 10 debilidades se les asignará un orden calificativo con el número 10 al más importante y 1 al menos importante.

Evaluación a los problemas: se efectuará la sumatoria correspondiente.

Selección los problemas: se ordena las propuestas de mayor a menor dependiendo del valor obtenido.

Análisis comparativo del FODA: cada propuesta es estudiada, conociendo cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Alternativas estratégicas: se presenta las alternativas estratégicas para solventar los problemas, aprovechando las fortalezas y minimizando las amenazas.

Plan de operación: elaboración de planes estratégicos para el desarrollo de la empresa.

7.11. Programa estadístico SPSS

Esta herramienta informática menciona (Rivadeneira, 2020), que viene integrada por programas y subprogramas interconectados entre sí, también se basa en un proceso analítico, iniciando desde la planificación y producción de datos, a lo posterior finalizando con su presentación y distribución de los resultados, por lo cual el SPSS es el encargado de analizar los 26 datos numéricos que se obtiene de un proyecto para posteriormente realizar una prueba estadística que muestre si existe o no una correlación entre 2 o más variables.

En la actualidad el software SPSS es de utilidad para alcanzar datos estadísticos de forma sencilla y puede ser manejado para varios tipos de investigaciones, siendo así un programa con una alta veracidad.

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS

Existe correlación entre la sostenibilidad y la competitividad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.

H0:

No existe correlación entre la sostenibilidad y la competitividad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.

H1:

Existe competitividad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.

Existe sostenibilidad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.

8.1. Pregunta científica

¿Cuál es el índice de sostenibilidad turística que tienen las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí?

Las empresas de alojamiento turístico del cantón Saquisilí poseen un índice de sostenibilidad de 4.47 en una escala de 1 a 10, lo cual indica que está en proceso de mejora. Las empresas presentan deficiencias en las tres dimensiones: social, económica y ambiental, debido a que desconocen cómo pueden ser sostenibles y beneficiar sus negocios.

¿Cuál es el índice de competitividad turística que tienen las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí?

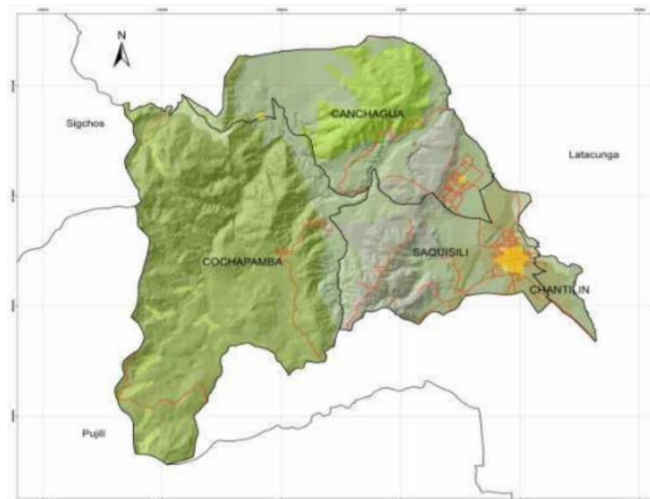
El índice de competitividad de las empresas de hospedaje turístico en el cantón Saquisilí se fundamenta en los resultados de las encuestas, obtenidos con un valor de 18.79 en una escala de 0% a 20%. Esto implica que los establecimientos poseen una competitividad muy baja, debido a que no cuentan con un plan estratégico y no les atrae la implementación de nuevas herramientas como equipos actualizados para expandirse en el mercado.

9. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL

9.1. Descripción del área de estudio

Figura 1

Mapa de Saquisilí



Nota: Autor: PDOYT cantón Saquisilí (2015)

El cantón Saquisilí se encuentra ubicado a una distancia de 13 km de la ciudad de Latacunga, con un recorrido de 6 km de distancia de la vía E35, su entrada se realiza mediante una carretera asfaltada, cuenta con una población de 25.320 habitantes entre hombres y mujeres según el censo del 2010, fue creado el 18 de octubre del 1943, cuenta con una extensión 3.36%

del territorio provincial, y un rango altitudinal de 2.240 a 4.280 m.s.n.m. El cantón Saquisilí se encuentra conformado por una parroquia urbana: Saquisilí y 3 parroquias rurales: Canchagua, Cochapamba y Chantilín y sus límites son: Norte: Latacunga, Sur: Latacunga, Este: Latacunga, Oeste: Pujilí y Sigchos. (PDOYT, 2015)

9.2. Protocolo de la investigación

El presente trabajo de tesis corresponde a una investigación con enfoque cuantitativo, perteneciente al nivel relacional de corte transversal, ya que, las variables de estudio se evaluaron una única vez durante el proceso investigativo. Las variables de estudio fueron evaluadas utilizando dos metodologías: la Metodología InnovaRSE y la Metodología BID, empleando el método deductivo para deducir y concluir en los indicadores correspondientes y realizar la comprobación de la hipótesis formulada.

9.3. Población de estudio

La presente investigación estuvo conformada por una población de estudio de 4 empresas turísticas de hospedaje localizadas en el cantón Saquisilí, y que fueron inventariadas legalmente en el catastro de establecimientos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Tabla 6 Empresas de hospedaje del cantón Saquisilí

EMPRESAS
• HOTEL COLONIAL 7 PLAZAS
• HOSTAL SAN CARLOS
• QUINTA LAS MERCEDES
• HOSTERIA GILOCARMELO

Nota: Información tomada del catastro de las empresas turísticas establecimientos turísticos del cantón Saquisilí por (MINTUR, 2022)

9.4.Descripción de las empresas

□ Hotel Colonial 7 Plazas

El Hotel Colonial 7 Plazas, se encuentra ubicada en el cantón Saquisilí, parroquia de Saquisilí con dirección Bolívar, Pichincha, 2-06; referencia a 100 metros antes del parque central. Tiene una categoría de 2 estrellas, su número de contacto 32721681, cuentan con habitaciones familiares (4 personas) con un valor de \$40, habitaciones simples (1 persona) con un valor de \$15 y habitaciones matrimoniales (2 personas) con un valor de \$20 todas ellas incluyen: la noche hasta el siguiente día máximo hasta las 10 am, wifi, agua caliente, TV cable, calefactor.

□ Hostal San Carlos

El Hostal San Carlos, se encuentra ubicada en el cantón Saquisilí, parroquia Saquisilí con dirección calle Simón Bolívar, Mariscal Sucre. Tiene una categoría de 1 estrella, su número de contacto 0995708447, cuenta con habitaciones simples y dobles todas ellas incluyen baño privado, TV cable y parqueadero. Sus instalaciones se encuentran en la zona central y tiene condiciones óptimas, proporcionando al turista una estancia placentera durante su visita y agradable, su equipo es muy cordial.

□ Quinta las Mercedes

La Quinta las Mercedes, se encuentra ubicada en el cantón Saquisilí, parroquia Saquisilí con dirección 9 de octubre, vía a Poalo,572; referencia a una cuadra y media de la capilla. Tiene una categoría de 3 estrellas, su teléfono es 0994708824. Es una antigua vivienda familiar con

un pasado agrícola y ganadero que se ha convertido en una hostería, preservando así la tradición y cultura del lugar. Proporciona servicio de hospedaje con desayuno incluido y recorridos por el Volcán Cotopaxi y la Laguna del Volcán Quilotoa. Las infraestructuras y áreas abiertas facilitan al visitante la realización de actividades agroturísticas, recreativas y eventos sociales.

□ **Hostería Gilocarmelo**

La Hostería Gilocarmelo, cuenta con pocas habitaciones que se dividen en simples dobles y familiares, tiene todos los servicios básicos, además cuenta con más servicios complementarios como piscina, sauna, turco. Dentro de las habitaciones hay servicio de internet, televisión satelital, baño privado y chimenea, un espacio amplio para la distracción e interacción con la naturaleza por parte de los turistas, posee grandes jardines, con gran variedad de flora y canchas para que la gente practique el deporte.

9.4.1. Cuestionario

El cuestionario se utilizó como instrumento primordial en la investigación para evaluar y medir la sostenibilidad y competitividad de las empresas de hospedaje en el Cantón Saquisilí. Por lo tanto, se tomó la decisión de seleccionar la metodología Innovarse y BID, dado que hay una profunda conexión y orientación en relación con la actividad turística, así como la relación entre los impactos sociales, medioambientales y económicos. Para medir el grado de sostenibilidad, se llevó a cabo un cuestionario estructurado en tres dimensiones: económica, ambiental y social, Cada dimensión cuenta con 10 ítems que se centran en la gestión interna en comparación con la actividad externa. Se valoraron estos elementos en una escala de 1 a 10, estableciendo su clasificación como: buenas prácticas con valoración de 7 a 10, procesos de mejora con una valoración de 4 a 6, y áreas de mejora con una valoración inferior a 3.

Para evaluar la competitividad, llevó a cabo un cuestionario que se basó en 8 áreas generales y sub áreas, sumando un total de 103 ítems de evaluación. Para calificar los resultados, se utiliza una escala de 1 a 5, en un rango de 0% a 20%, siendo (1) 0% a 20 %, muy baja competitividad, (2) 21% a 40%, baja competitividad, (3) 41% a 60%, mediana competitividad, (4) 61% a 80%, alta competitividad, (5) 81% a 100% muy alta competitividad (Saavedra, 2012)

9.4.2. Metodología InnoVARSE para evaluar la sostenibilidad

Para evaluar el primer objetivo, se aplicó la metodología InnoVARSE mediante un cuestionario de 30 ítems, con 10 preguntas para cada dimensión, en el que se llevaron a cabo las encuestas a los dueños o administradores de los locales. La puntuación se otorgó en una escala de 1 a 10, con el objetivo de establecer el grado de sostenibilidad de la empresa según su peso. Para los resultados finales, se agregó el valor de cada dimensión adquirida en cada elemento, después se sumaron las dimensiones y se las dividieron en tres, lo que resultó en un resultado global de la variable de sostenibilidad.

Tabla 7 Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem

Nombre de empresa											
Enunciado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Media
Dimensión económica											
Dimensión ambiental											
Dimensión social											

Nota: adaptado a la Metodología (Navarra, 2020)

Después se llevó a cabo una investigación para determinar en qué escala se encontraba cada empresa de turismo, donde se verificó la valoración de cada uno de los establecimientos, empleando los rangos de la siguiente forma: 3 o menos fueron áreas de mejora, 4 a 6 fueron procesos de mejora y 7 a 10 fueron buenas prácticas.

Tabla 8 Rangos de la escala de la variable de sostenibilidad

Valoración de la Escala (1 a 10)	
Área de mejora	De 3 o inferior
Proceso de mejora	De 4 a 6
Buenas practicas	De 7 o superior

Nota: adaptado a la Metodología Navarra, (2020)

9.4.3. Metodología BID para evaluar la competitividad

Para el segundo objetivo, se empleó la metodología creada por el BID, en la que se llevó a cabo una encuesta a los dueños de las empresas de turismo. Se utilizaron 103 preguntas que se segmentaron en ocho áreas: planificación estratégica, aseguramiento de calidad, cadena de valor, contabilidad y finanzas, merchandising, gestión ambiental, sistemas de información y talento humano.

Tabla 9 Áreas y sub áreas a estudiar la competitividad.

Planeación estratégica	<input type="checkbox"/> Proceso de planeación estratégica <input type="checkbox"/> Implementación de la estrategia
Producción y compras	<input type="checkbox"/> Planeación y proceso de producción <input type="checkbox"/> Capacidad del proceso <input type="checkbox"/> Mantenimiento

	<input type="checkbox"/> Investigación y desarrollo <input type="checkbox"/> Aprovisionamiento <input type="checkbox"/> Manejo de inventarios <input type="checkbox"/> Ubicación e infraestructura	SUB ÁREAS • Procesos • Salidas
Aseguramiento de calidad	<input type="checkbox"/> Aspectos generales de la calidad <input type="checkbox"/> Sistemas de calidad	
Comercialización	<input type="checkbox"/> Mercado nacional: mercadeo y ventas <input type="checkbox"/> Mercado nacional: servicios <input type="checkbox"/> Mercado nacional: distribución	
ÁREAS		
Contabilidad y finanzas	<input type="checkbox"/> Monitoreo de costos y contabilidad <input type="checkbox"/> Administración financiera	
Recursos humanos	<input type="checkbox"/> Normas legales y tributarias <input type="checkbox"/> Aspectos generales <input type="checkbox"/> Capacitación y promoción del personal <input type="checkbox"/> Cultura organizacional	
Gestión ambiental	<input type="checkbox"/> Salud y seguridad industrial <input type="checkbox"/> Política ambiental de la empresa <input type="checkbox"/> Estrategia para proteger el medioambiente <input type="checkbox"/> Concientización y capacitación del personal en temas ambientales <input type="checkbox"/> Administración del desperdicio	
Sistemas de información	<input type="checkbox"/> Planeación del sistema <input type="checkbox"/> Entradas	

Nota: Adaptado a la metodología de (Saavedra, 2012)

Tabla 10 Calificaciones de cada ítem.

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)
 Y la calificación 5 indica que está documentado, difundido,
 y actualizado (2022)

Nota: Adaptado a la metodología (Saavedra, 2012)

Para obtener los resultados finales se multiplicó la nota inicial con la ponderación, en donde dio el resultado a la nota ponderada de cada área de establecimientos, luego se sumó las notas ponderadas de las 8 áreas y finalmente se dividió para 8. Se obtuvo un dato que verifica en que rango se encuentra la empresa turística.

Tabla 11 Calificaciones de cada ítem.

AREA	NOTA INICIAL	PREGUNTAS	PONDERACION	NOTA PONDERADA
Planeación estratégica				
Aseguramiento de calidad				
Cadena de valor				
Merchandising				
Contabilidad y finanzas				
Talento humano				
Gestión ambiental				
Sistemas de información				

Nota: Adaptado a la metodología (Saavedra, 2012)

Tabla 12 Rangos que determinan la competitividad

Rangos que determinan la Competitividad		
Grado de Competitividad	Número Entero	Porcentaje
Muy Baja Competitividad	De 0 a 2	Del 0% a 20%
Baja Competitividad	De 2,1 a 4	Del 21% a 40%
Mediana Competitividad	De 4,1 a 6	Del 41% a 60%
Alta Competitividad	De 6,1 a 8	Del 61% a 80%
Muy Alta Competitividad	De 8,1 a 10	Del 81% a 100%

Nota: adaptado a la Metodología (Navarra, 2020)

9.5. Proceso de aplicación

9.5.1. Investigación de campo

Para dar inicio a realizar las encuestas en las empresas de turismo y alcanzar el primer y segundo objetivo, se elaboró un calendario de salidas de campo, en el que se registraron las pruebas, la fecha, lugar, el nombre del establecimiento y los dueños de las empresas. A raíz de las metodologías implementadas en los hoteles del cantón Saquisilí. Este recorrido abarcó 3 salidas de campo, en las que se consiguió entrevistar a 4 establecimientos que figuran en el catastro.

Tabla 13 Cronograma de salidas de campo.

FECHA	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO	DUEÑO O GERENTE	OBSERVACIONES
22-10-2024	Saquisilí	HOTEL COLONIAL 7 PLAZAS	Sr. Néstor Gonzalo Pizaña	S/N
22-10-2024	Saquisilí	HOSTAL SAN CARLOS	Sra. Nataly Lenchiguano	S/N

24-10-2024	Saquisilí	QUINTA LAS MERCEDES	Sr. Homero Yanchapagsi	S/N
11/02/2024	Saquisilí	HOSTERÍA GILOCARMELO	Sra. Mariela Chinquini	S/N

9.6. Sistematización de datos recolectados

De los 3 locales inscritos en el catastro turístico, proporcionaron datos para la realización de las encuestas. Para recolectar datos, se llevaron a cabo encuestas a los dueños de hospedajes en el cantón Saquisilí, utilizando tanto la metodología InnovaRSE como la metodología BID. El procedimiento consistió en registrar los resultados en el programa Excel, con dos matrices de cada variable, mostrando los resultados por ítem. Esto facilitó la observación de los problemas de forma externa e interna, para luego trabajar con la matriz FODA.

9.6.1. Variable de competitividad

Para adquirir los resultados definitivos de la variable competitividad, se crearon tablas por cada entidad turística, las cuales se segmentaron en cada área, nota inicial, cantidad de preguntas planteadas, ponderación y notas ponderadas. Una vez obtenidos y localizados los resultados de las primeras notas, se ponderó por el 100%, proporcionando el resultado que se sumó y dividió para las 8 áreas. De esta forma, se obtuvo el dato final del porcentaje de competitividad de cada entidad turística.

9.6.2. Variable de sostenibilidad

Para lograr los resultados finales de los datos de sostenibilidad, se crearon las tablas derivadas de metodología, las cuales están divididas en tres dimensiones. Estas tablas se califican basándose en la media que se obtiene de la matriz general de resultados. Una vez

obtenidos los resultados, se suma y se divide para la cantidad de dimensiones. Después, se establecieron gráficos con los resultados de cada empresa turística para determinar nuestro criterio.

9.7. Análisis FODA

De acuerdo con el autor (Ocampo, 2021) el análisis FODA es una evaluación de factores que se encuentran divididos en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para evaluar internamente a una empresa se estudió las fortalezas y las debilidades, y para valorar externamente a una empresa se detectó las amenazas y las oportunidades que ofrece el entorno.

Fortalezas: Factores internos que se desarrollaron correctamente y generaron un valor grande a las empresas.

Debilidades: Factores que causan deficiencias en las empresas e inferioridad ante sus competidores.

Oportunidades: Factores externos que generaron un buen impacto en las empresas.

Amenazas: Factores Externos que provocaron un riesgo a los establecimientos.

Por lo tanto, en el proyecto de investigación se empleó la matriz FODA para elaborar estrategias de mejora basándose en los resultados logrados de las dos variables de estudio. Antes de proseguir con la investigación, se llevó a cabo el análisis que nos permitió valorar el rendimiento de las empresas de hospedaje en el cantón Saquisilí.

El segundo paso a seguir fue elaborar una matriz de valoración interna dividida en administración, captaciones, créditos, talento humano, tecnología e infraestructura y merchandising, estos apartados fueron clasificados por fortalezas y debilidades midiendo su impacto.

El tercer paso para proseguir con el análisis FODA implicó la elaboración de una matriz de evaluación externa, que implicó examinar las oportunidades y riesgos del ambiente, los cuales se segmentaron en los aspectos sociales, económicos, políticos, tecnológicos, ecológicos ambientales y competitivos.

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

Primero para elaborar la Matriz MEFI, se catalogaron todos los elementos que influyen en las empresas. En este punto, se estimó el peso de las fortalezas en un 60% y de las debilidades en un 40%, resultando en la sumatoria 1 entre ambas. Así pues, se evaluaron las fortalezas desde 1 hasta 4 y las debilidades desde 1 hasta 2, para luego multiplicar el peso por el valor de cada factor. El propósito es sumar las calificaciones ponderadas y obtener el resultado final para contrastar el peso y determinar cuál tiene mayor impacto en los establecimientos.

Para elaborar la matriz MEFE, se requirió examinar los elementos externos de las compañías. Por lo tanto, para proseguir con la evaluación, primero se registraron las oportunidades y amenazas. Luego se estimó el peso de las oportunidades en un 50% y de las amenazas en un 50%, resultando de la sumatoria el valor de 1. Así pues, se puntuaron las oportunidades y amenazas del 1 al 4, siendo 4 la puntuación más alta y 1 la más baja. Tras obtener los resultados, se decidió multiplicar el peso por el valor, para finalmente sumar todos los factores relevantes y obtener el resultado final.

Tras finalizar las matrices previamente citadas, se desarrolló un FODA cruzado, que resulta una herramienta imprescindible para los administradores. Este procedimiento facilitó la creación de estrategias fundamentadas en el principal FODA al separar la relación entre elementos internos y externos. Por lo tanto, se definieron estrategias de mejora y se detectaron

los aspectos críticos de las empresas de hospedaje, con la finalidad de posibilitar que empleen la sostenibilidad y la competitividad para triunfar en el sector turístico.

Tabla 14

FODA cruzado

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
Factores externos		
Oportunidades	Estrategia F-O	Estrategia D-O
Amenazas	Estrategia F-A	Estrategia D-A

Nota: Información tomada de (Narváez Guzmán, 2021)

Por otro lado, se llevó a cabo la matriz de evaluación de estrategias que implicó recolectar todas las estrategias diseñadas en la matriz FODA cruzada, midiendo cada estrategia entre alto, medio y bajo. Luego, se seleccionaron 4 estrategias basándose en fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. El propósito era enfrentar los retos internos y externos basándose en los resultados obtenidos de las evaluaciones de sostenibilidad y competitividad, considerando las características de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí.

Después de finalizar el proceso previamente mencionado, se determinaron 16 estrategias estructuradas en los tres aspectos: social, económico y ambiental, con la finalidad de que los propietarios de los negocios puedan escogerlas y emplearlas para su provecho. Adicionalmente, se incorporaron tácticas para potenciar la calidad de sus servicios, con el objetivo de incrementar su competitividad en el mercado.

9.8.Prueba estadística de correlación

El SPSS es un software que brinda las herramientas necesarias para buscar datos, formular hipótesis, ejecutar programas para explorar relaciones entre variables, identificar tendencias y analizar los datos mediante pruebas o gráficos estadísticos. (Castañeda, Cabrera, Navarro, & De Vries, 2019)

Así pues, se llevó a cabo la prueba estadística de correlación no paramétrica de Spearman con las variables de sostenibilidad y competitividad, empleando el programa SPSS.

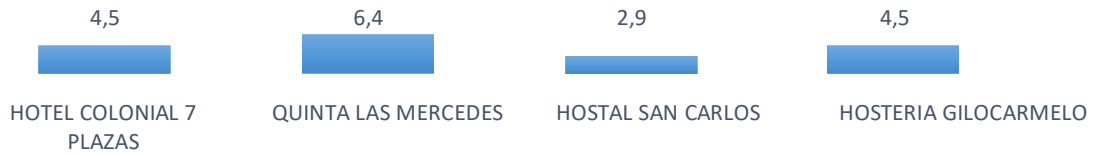
Este método es no paramétrico, dado que evalúa la intensidad y orientación de las dos variables. Además, para que la correlación sea significativa, no debe exceder el valor de significancia de 0.05.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

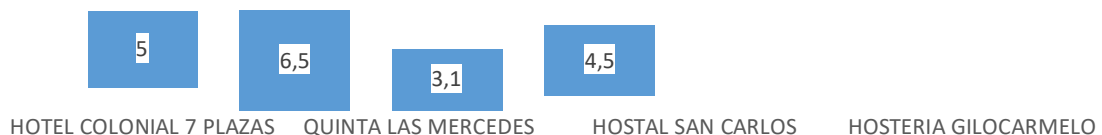
En la variable de sostenibilidad, los resultados se mostrarán a través de las tres dimensiones sociales, económicas y medioambientales, mientras que, en la variable de competitividad, se analizarán desde los campos de planificación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de la información. Adicionalmente, se explica el estudio FODA llevado a cabo a través de la matriz MEFE y MEFI, con el objetivo de identificar estrategias de mejora a través del FODA Cruzado, y se hace referencia a la utilización del test de correlación estadística utilizando el programa SPSS.

10.1. Variable de Sostenibilidad

En la siguiente sección, se muestran tres tablas estadísticas que abarcan las dimensiones social, económica y ambiental, los cuales muestran los resultados finales alcanzados mediante la metodología InnovaRSE.

Figura 2 Eje Económico

Como se muestra en la figura 2, la empresa de hospedaje la Quinta las Mercedes posee el valor más alto de 6,4, posicionándose en la categoría de buenas prácticas. Esto se debe a que cumple con responsabilidades legales, un plan de inversiones mediante el cual toman decisiones para poder lograr su sostenibilidad a largo plazo, administra sus gastos e ingresos y aplican prácticas socialmente responsables con lo cual garantizan buenas condiciones de trabajo, transformándose en una de las empresas que ha logrado gestionar sus recursos financieros a su beneficio. Por otro lado, las empresas el Hotel Colonial 7 Plazas y la Hostería Gilocarmelo están clasificados como en proceso de mejora, debido a que no tiene un organigrama estructural y un proceso de reserva eficiente, pero establecen programa de incentivos para sus empleados. En cambio, el Hostal San Carlos se encuentra clasificado en área de mejora, por lo que no presentó las pruebas necesarias para la justificación de los indicadores del instrumento de evaluación correspondiente al eje económico.

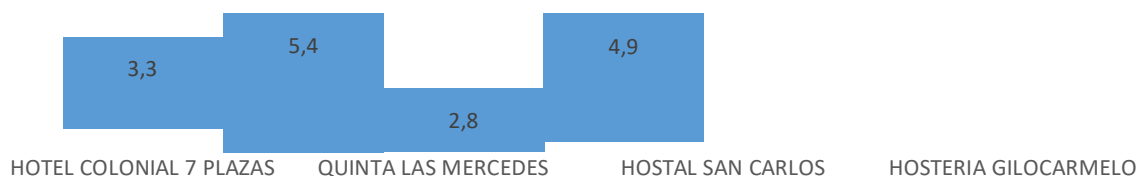
Figura 3 Eje ambiental

La empresa de hospedaje la Quinta las Mercedes obtuvo el valor más alto de 6,5 en la categoría de buenas prácticas, posicionándose como la empresa con mayor sostenibilidad, dado que, cuenta con políticas ambientales, prácticas para el cuidado del medio ambiente y reducir

su huella ambiental implementando una adecuada gestión de residuos, el Hotel Colonial 7 Plazas y la Hostería Gilocarmelo está clasificado en la categoría de procesos de mejora, porque se han propuesto el objetivo de aplicar estrategias para llevar a cabo una adecuada administración ambiental, reduciendo su consumo de agua y sus residuos. Finalmente, el Hostal San Carlos se sitúa en la categoría de áreas de mejora, donde hay diversas documentaciones que no corresponden al establecimiento, y carecen de suficientes pruebas para llevar a cabo la encuesta en comparación con otros hoteles.

Figura 4

Dimensión Social



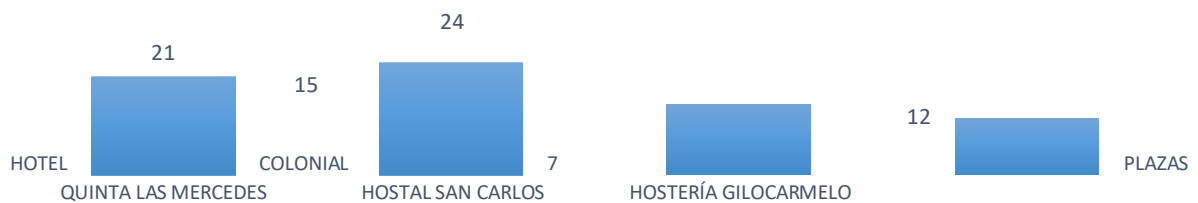
En la gráfica 4 se puede evidenciar que la Quinta las Mercedes y la Hostería Gilocarmelo se encuentra en la categoría de procesos de mejora, debido a que fomentan la inclusión y la equidad laboral, se observó un buen desempeño en cuanto a las políticas de seguridad, salud laboral, sistemas de promoción y contratación de proveedores. Finalmente, el Hostal San Carlos y el Hotel Colonial 7 Plazas se encuentran clasificados en la categoría de áreas de mejora por falta de conocimiento en algunos factores como: contratación de proveedores y salud laboral.

10.2. Variable de Competitividad

Los hallazgos de la metodología BID, en términos de variabilidad competitiva, se muestran en ocho figuras estadísticas que representan las áreas y sus correspondientes subáreas, acompañadas de sus resultados finales. Las figuras representan los resultados en porcentajes por cada empresa, reconociendo los desafíos particulares de cada subsector.

Figura 5

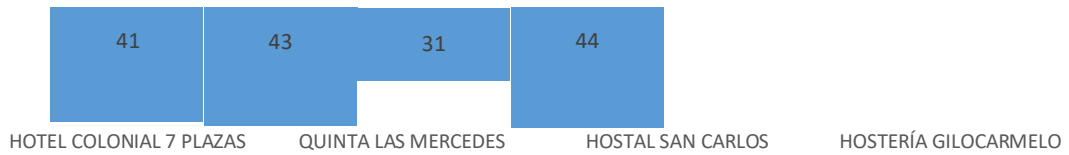
Planeamiento Estratégico



La figura 5 muestra los valores totales basándose en las encuestas realizadas a las empresas de hospedaje, respecto al enfoque estratégico de la competitividad. Esta gráfica muestra que las empresas la Quinta de las Mercedes (24%) y el Hotel Colonial 7 Plazas (21%), se ubican en procesos de documentación, lo que significa que está situado en una zona de baja competitividad, lo que implica que solo satisface ciertos criterios de las subáreas como estrategias fundamentales de negocio y competitivas. En última instancia, las empresas el Hostal San Carlos (15%) y la Hostería Gilocarmelo se encuentra en una muy baja

competitividad, por su falta de actualización en su desarrollo de estrategias y análisis tanto interno como externo de la empresa.

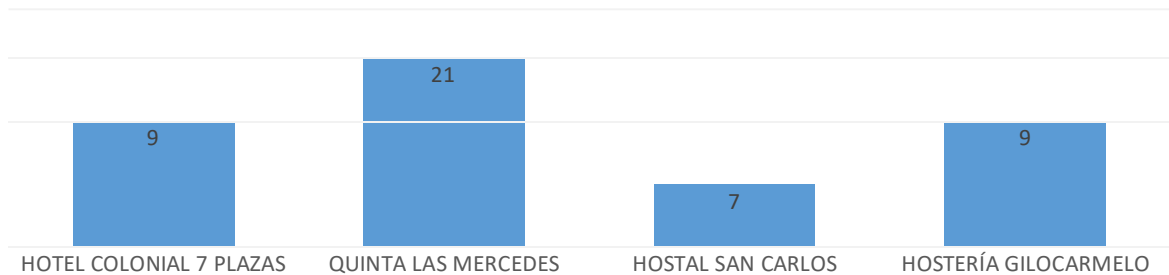
Figura 6 Cadena de Valor



Se observa en la figura 6, que las empresas: la Hostería Gilocarmelo (44%), la Quinta las Mercedes (43%) y el Hotel Colonial 7 plazas (41%) se encuentran en mediana competitividad, debido a que cumplen con los indicadores de las subáreas de gestión de inventarios y ubicación de infraestructura; mientras que el Hostal San Carlos (31%) se ubica en el rango de competitividad baja, debido a su desconocimiento en ciertas áreas y que no implementa tecnología.

Figura 7

Aseguramiento de Calidad



En la figura 7, se observa que la empresa la Quinta las Mercedes (21%) está dentro del rango de competitividad baja, ya que, solo cumple con ciertos parámetros de las subáreas como aspectos generales y de sistema de necesidades del cliente. Por otra parte, las empresas el Hotel

Colonial 7 Plazas (9%), la Hostería Gilocarmelo (9%) y el Hostal San Carlos (7%), se encuentran con una baja competitividad por su falta de conocimiento e innovación

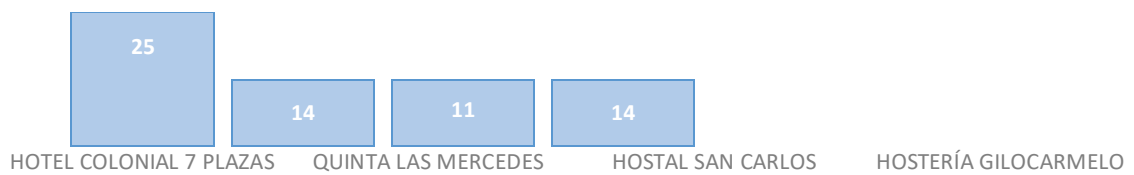
Figura 8 Merchandising



En la figura 8 se evidencia que las empresas la Quinta las Mercedes (22%) y el Hotel Colonial 7 Plazas (21%) se ubican en el rango de competitividad baja debido a que están en proceso de poner en marcha la creación de planes de marketing para consolidar su lugar en el mercado, al final la Hostería Gilocarmelo (19%) y el Hostal San Carlos (11 %) está situado en un rango de competitividad muy baja, por su falta de conocimiento en establecer objetivos, segmentar el mercado, e implementar un sistema de información sobre sus competidores.

Figura 9

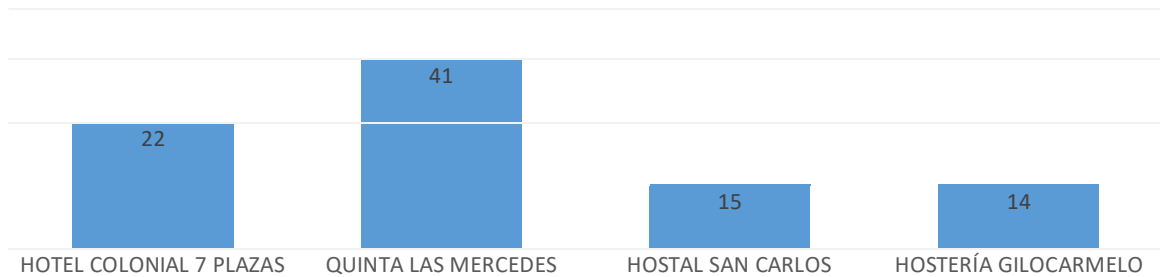
Contabilidad y Finanzas



En la figura 9 de contabilidad y finanzas la empresa el Hotel Colonial 7 Plazas (25%), tienen una competitividad baja, porque en su establecimiento prefiere no basarse en la contabilidad para la toma correcta de decisiones. Por último, la Quinta las Mercedes (14%), la Hostería Gilocarmelo (14%) y el Hostal San Carlos (11%) porque tienen falencias en las

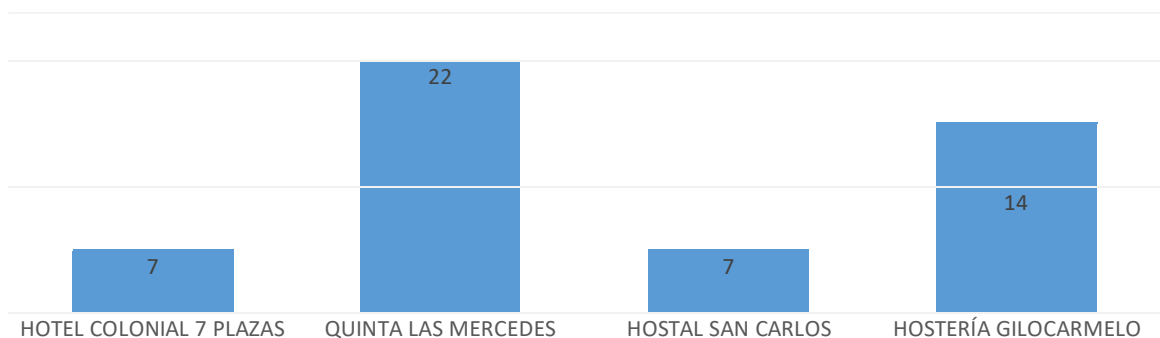
subáreas de administración además no tiene establecido un sistema de planeación financiera formal.

Figura 10 *Talento Humano*



La empresa la Quinta las Mercedes (41%) poseen valores elevados, por lo que se sitúan en la competitividad intermedia, donde satisfacen algunas sub áreas como la formación e incentivos a su personal. En cambio, las empresas el Hotel Colonial 7 Plazas (22%), el Hostal San Carlos (15%) y la Hostería Gilocarmelo (14%) se ubican en la zona de competitividad baja en el sector de recursos humanos debido a que no cuentan con programas para mejorar el ambiente de trabajo y carencia de formación.

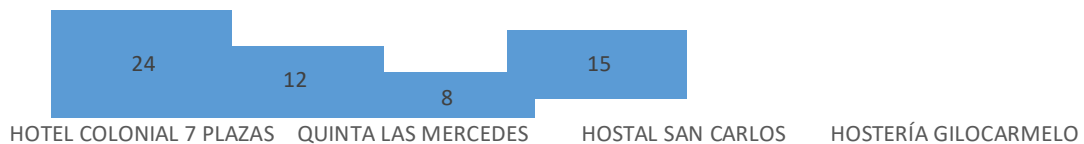
Figura 11 *Gestión Ambiental*



Se puede observar que la empresa Quinta las Mercedes (22%) se adhiere a las sub áreas de gestión ambiental, tales como políticas, estrategias para salvaguardar el medio ambiente y

gestión de los desperdicios. Esto se debe a que la empresa intenta reducir el uso de servicios básicos para prevenir la contaminación del medio ambiente. Luego aparecen las empresas la Hostería Gilocarmelo (14%), el Hotel Colonial 7 Plazas (7%) y el Hostal San Carlos (7%), situando en la categoría de competitividad muy baja debido a la falta de regulaciones medioambientales debido a su desactualización en el tema; como separar sus desechos, reducir el uso del plástico y políticas ambientales.

Figura 12 *Sistema de Información*



La figura 12 muestra los valores totales de los sondeos efectuados a las empresas de alojamiento, en relación al sistema de información de competitividad, mostrando que la empresa Hotel Colonial 7 Plazas (24%) satisface ciertos parámetros de subáreas ya que elaboran manuales y administrar los recursos informáticos de las empresas. Por otro lado, las empresas la Hostería Gilocarmelo (15%), la Quinta las Mercedes (12%) y el Hotel el Castillo (8%), no mostraron suficientes pruebas de sistemas actualizados, por lo que se sitúan en un rango de competitividad muy baja.

10.2.1. Análisis por Empresa

□ Hotel Colonial 7 Plazas

En la variable de sostenibilidad la empresa Hotel Colonial 7 Plazas tuvo una media de 4,3 en términos social y económicos, aunque sobresale en el aspecto ambiental. Esto es resultado de la existencia de indicadores de consumo sustentable, políticas medioambientales implementadas, un sistema de administración ambiental y un énfasis en la educación ambiental.

Aunque no cuenta con una certificación ambiental, la empresa se encuentra en una categoría de mejora continua hacia la sostenibilidad.

En la variable de competitividad el establecimiento tuvo un resultado de 21,3 lo que significa que se encuentra en el rango de 21% y 40% teniendo una baja competitividad porque la empresa Pese a la captación de numerosos visitantes nacionales, la compañía enfrenta múltiples retos en la aplicación de nuevos indicadores de administración. Esto abarca la ausencia de un procedimiento de planificación estratégica, criterios formales, estrategias, un análisis FODA, un sistema de información, programas de formación, un programa de seguridad y estrategias de protección del medio ambiente, además de la ausencia de normativas ambientales apropiadas.

□ **Quinta las Mercedes**

En la variable de sostenibilidad de la empresa Quinta las Mercedes tiene una media con un puntaje de 6.1 en una escala de 1 a 10. Está clasificado como buenas prácticas ya que satisface diversos indicadores. En el aspecto económico, cumple con las responsabilidades legales, toma en cuenta la experiencia de sus empleados, establece procedimientos para valorar operaciones, cuenta con un modelo de negocios actualizado, marco legal de inversiones, entre otros. Por otro lado, en el aspecto ambiental, la compañía obtiene un alto rendimiento debido a sus políticas ecológicas, las instalaciones y espacios abiertos permiten al turista realizar actividades agroturísticas, lúdicas y eventos sociales.

El resultado de la hostería Quinta las Mercedes en la variable de competitividad fue de 24,9, lo que indica que su competitividad es muy baja, ubicándose en el rango de 0% a 20%. No obstante, la compañía proporciona una ventaja competitiva en el mercado. La compañía sobresale en la estrategia de planificación, dado que sostiene un proceso estricto de establecimiento de metas, análisis FODA e implementación de estrategias. Además, la cadena

de valor representa una de las fortalezas de la compañía, dado que sus promociones están en constante actualización y dispone de sistemas eficaces para la protección del medio ambiente, la administración de datos de los clientes y su presencia en las redes sociales.

□ **Hostal San Carlos**

La empresa Hostal San Carlos obtuvo una media de 2,9 en una escala de 1 a 10 en la variable de sostenibilidad. Esta calificado en áreas de mejora, dado que no fomenta la sensibilización ecológica, no posee un instrumento para un plan estratégico sustentable, ni administra la contratación de grupos vulnerables, entre otros indicadores significativos para la sostenibilidad de la empresa.

En el indicador de competitividad, la empresa obtuvo un resultado de 13,1, ubicándose en el intervalo del 0% al 20%, lo que indica una competitividad muy baja. La empresa Hostal San Carlos tiene falencias en su perspectiva estratégica, dado que no lleva a cabo un análisis FODA ni elabora estrategias de competencia. En la cadena de valor, el departamento de planificación no posee tecnología vanguardista y el manejo del inventario se realiza de forma manual. Además, no hay un programa de monitoreo de elementos esenciales para la empresa ni estándares formales para la programación de adquisiciones. En el sector del merchandising, la compañía no ha establecido su público meta ni cuenta con un sistema de datos sobre sus clientes ni estrategias de promoción. Las finanzas y la contabilidad también muestran falencias, dado que no poseen un sistema definido de costos ni acuerdos sociales. Además, en el área de recursos humanos, la compañía carece de programas definidos para formación ni de un programa de seguridad en el trabajo. Por lo general, a pesar de que la empresa es reconocida a nivel local, no logra expandirse en el mercado debido a la ausencia de actualización en sus indicadores y la ausencia de herramientas contemporáneas.

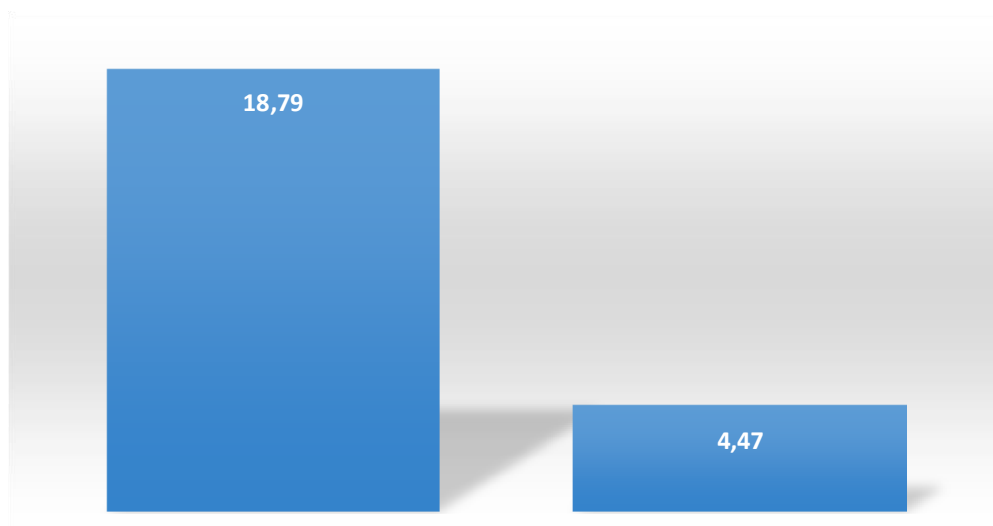
□ **Hostería Gilocarmelo**

En la variable de sostenibilidad la empresa la Hostería Gilocarmelo tuvo una media de 4,6 en la dimensión económica, la empresa promueve la equidad salarial, cuenta con una política antigua de distribución de ingresos. En cuanto a la dimensión ambiental, la empresa cuenta con un programa ambiental sin certificación y procesos de gestión ambiental para mitigar su impacto en el medio ambiente. Además, en la dimensión social, la empresa cumple con las obligaciones de seguridad laboral, promueve y gestiona la igualdad de género, tiene mecanismos para seleccionar proveedores locales, entre otros aspectos relevantes para la sostenibilidad social.

En la variable de competitividad el establecimiento tuvo un resultado de 15.9 lo que significa que se encuentra en el rango de 0% y 20% teniendo una muy baja competitividad porque la empresa en la variable de competitividad cumple con las áreas de: planeamiento estratégico, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y a pesar de cumplir todos los factores no presentaron evidencia suficiente.

10.2.2. Análisis de la Competitividad y la Sostenibilidad de las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí

Figura 13 Índice de Competitividad y Sostenibilidad



Competitividad

Sostenibilidad

El índice de competitividad es de 18,79 % competitividad muy baja, lo que implica que las empresas no están siendo lo suficientemente competitivas en el sector turístico, ya que no cuentan con una administración directiva y Asimismo, la sostenibilidad es un elemento relevante donde las empresas obtienen una calificación baja, con un puntaje de 4,47 en la escala de 1 a 10, se descubrió que las empresas de hospedaje turístico aún carecen de un entendimiento claro de la relevancia de la sostenibilidad y su implementación, esto se debe a que los establecimientos no definen indicadores y por ello muestran carencias en las tres dimensiones de la sostenibilidad. Sin embargo, aun así, se esfuerzan por aplicar medidas positivas para disminuir el impacto ambiental que producen diariamente, en el ámbito económico para cumplir con obligaciones legales y en el eje social tratan de brindar apoyo social.

No obstante, es crucial subrayar la sostenibilidad puede potenciar la competitividad de las empresas y captar un mayor número de visitantes, ya sean locales, nacionales. Así pues, es imprescindible que las empresas entiendan la relevancia de la sostenibilidad y la perciban como una táctica fundamental para potenciar su rendimiento y competitividad para obtener ganancias

10.3. Prueba estadística de correlación

Tabla 15 Prueba estadística Spearman

Correlaciones			Competitividad	Sostenibilidad
		Coefficiente de correlación	1,000	,866
		Sig. (bilateral)	.	,333
	Competitividad	N	4	4
		Coefficiente de correlación	,866	1,000
Rho de Spearman	Sostenibilidad	Sig. (bilateral)	,333	.

N	4	4
---	---	---

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Tabla de correlación obtenida del software SPSS.

El resultado obtenido de la prueba estadística de correlación indica que en la variable de sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje del cantón Saquisilí no existe correlación por el tamaño reducido de la muestra que presenta. Una muestra pequeña reduce la capacidad de detectar relaciones verdaderas entre las variables.

10.4. FODA

Se utilizó la herramienta FODA con el objetivo de reconocer los distintos elementos internos de una organización y los elementos externos vinculados a su ambiente.

Permitiéndonos elegir diversos factores en función de su influencia.

10.4.1. Matriz de Evaluación Interna

En esta matriz de evaluación de factores internos se llevó a cabo la identificación de las distintas fortalezas y debilidades de las empresas, considerando los siguientes elementos:

Administración y Dirección, Captaciones, Talento Humano, Merchandising, Tecnología e Infraestructura con el objetivo de evaluar el efecto que estos producen en las empresas, categorizando cada una de ellas en niveles de Alto, Medio, Bajo. Para luego elegir entre 10 y 20 factores esenciales que serán categorizados en la matriz FODA, y seguir con la evaluación de la matriz EFI.

En el ámbito administrativo y de gestión, se reconocieron tanto los puntos débiles como los puntos fuertes. Algunas dificultades comprenden la ausencia de un plan estratégico, la ausencia de un estudio de mercado en el que la empresa. Para tratar estos problemas y fortalecer a las empresas de hospedaje requieren una administración eficiente en su mayoría.

En el factor de captaciones, se evaluaron las fortalezas y debilidades del sector de hospedaje. Aquí se puede observar la falta de capacitaciones en nuevas tecnologías y atención al cliente, la falta de un sistema para la recolección de datos. Estos sub factores fueron identificados a través de un análisis de los instrumentos de sostenibilidad y competitividad.

Se evaluó el factor de talento humano mediante el análisis de los instrumentos de sostenibilidad y competitividad. Este aspecto se relaciona entre los empleadores y los empleados. Para fortalecer las debilidades identificadas, se requiere implementar una serie de medidas, como la creación de un organigrama redactado, políticas laborales, programas de capacitación, incentivos para los empleados, entre otros.

El aspecto tecnológico e infraestructura fue analizado con respecto a las limitaciones en el uso de tecnología, incluyendo la presencia en páginas web, promoción y publicidad. Además, se sugiere la implementación de equipos para el medio ambiente, actualización de tecnología de computación y creación de copias de seguridad de archivos, entre otros aspectos clave para el crecimiento y mejora de la competitividad de las empresas.

El factor de merchandising fue analizado el manejo de herramientas digitales y desarrollo de la publicidad para las empresas de hospedaje, incluyendo la implementación de programas de inventarios. También es importante contar con un sistema de información sobre los clientes, ya que en la actualidad es necesario estar al día con la tecnología en este aspecto.

Tabla 16 *Matriz de Evaluación Interna*

ADMINISTRATIVA Y DIRECCIÓN		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Cursos de formación para el personal	FAC.ADM	X						X		
2	Ausencia de un estudio del sector en el que la empresa desarrolla sus operaciones	FAC.ADM				X			X		
3	Desarrollo de estrategias esenciales para un negocio	FAC.ADM	X						X		
4	Sistema de administración y costos	FAC.ADM		X						X	
5	Actualizar y optimizar los inventarios en equipos y mobiliarios	FAC.ADM	X						X		
6	Ausencia de políticas ambientales	FAC.ADM				X			X		
7	Adaptación a las variaciones en la demanda del mercado	FAC.ADM	X						X		
8	Falta de un proceso de administración estructurados	FAC.ADM				X			X		
9	Evaluación del área de funcionamiento de la empresa	FAC.ADM		X						X	
10	Plan estratégico de ventas	FAC.ADM		X					X		
CAPACITACIONES		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Personal con experiencia y formación	FAC.IC		X					X		
2	Formación en atención al cliente y seguridad	FAC.IC	X						X		

3	Capacitación en nuevas tecnologías	FAC.IC	X						X
4	Inducción en riesgos laborales	FAC.IC			X			X	
5	Formación en gestión de software, reservas	FAC.IC	X						X
6	Cursos en idiomas	FAC.IC			X			X	
7	Colaboración de los empleados en programas de capacitación	FAC.IC	X					X	
8	Capacitación en limpieza y mantenimiento	FAC.IC	X					X	
9	Capacitación en tendencia de sostenibilidad	FAC.IC	X					X	
10	Espacio laboral equitativo	FAC.IC	X					X	

TALENTO HUMANO		TIPO	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
			ALT	MEDIO	BAJO	ALT	MEDIO	BAJO	ALT	MEDIO	BAJO
1	Ejecuta programas e incentivos para optimizar el ambiente de trabajo.	FAC.TH	X							X	
2	No hay una administración directiva para gestionar la entidad.	FAC.TH				X			X		
3	Establecimiento de un historial de ausencia	FAC.TH	X							X	
4	No cuenta con programas de seguridad industrial	FAC.TH				X			X		
5	Oferta de empleo para individuos especiales.	FAC.TH	X							X	
6	Cumple todas las condiciones legales.			FAC. TH	X					X	

MERCHANDISING		TIPO	FORTALEZAS			DEBIL DADES		IMPACTO			
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	No dispone de un sistema de datos para sus clientes.	FAC.E.A				X			X		
2	No establecen un mercado enfocado.	FAC.E.A				X			X		
3	Implementa un plan de conservación para equipos e inventarios.	FAC.E.A	X						X		
4	Desarrollo de publicidad innovadora que produce ventas.	FAC.E.A	X						X		
5	Manejo de herramientas digitales	FAC.E.A		X						X	
6	Ausencia de comprensión sobre los segmentos del mercado.	FAC.E.A	X						X		
7	No poseen datos de sus rivales.	FAC.E.A					X				X

10.4.1. Matriz de Evaluación Externa

La matriz de evaluación externa (MEFE) es una herramienta que se utiliza para realizar un análisis sobre diferentes factores críticos que afectan a una empresa. En este caso de los alojamientos turísticos de hospedaje del cantón Saquisilí, se evaluaron seis factores principales: político, económico, social, tecnológico, ambiental y competitivo. Para cada factor, se identificaron 10 sub factores, lo que suma un total de 60 sub factores que fueron evaluados en términos de oportunidades y amenazas para las empresas de hospedaje.

El análisis político incluyó sub factores relacionados con la situación política actual del país, tanto a nivel macro como micro en el cantón y la localidad. Se evaluaron las relaciones políticas, regulaciones legales, problemas sociales y la inseguridad en el país, y cómo esto podría afectar la demanda turística. En cuanto al análisis económico, se consideró la situación económica del país, abarcando aspectos como la economía, las inversiones, los gastos, los salarios, el apoyo financiero, la situación económica cantonal, y las oportunidades o amenazas que tendrían las empresas para su crecimiento. También el aspecto social es un factor clave que está dividido en sub factores relacionados con la demanda turística. Esto incluye el impacto en

los habitantes locales y pequeños negocios, así como las oportunidades laborales generadas por la actividad turística.

El factor tecnológico puede proporcionar numerosas oportunidades, pero también plantea retos, como la ausencia de conectividad y la inadecuación a equipos y sistemas de avanzados. Se estudió el factor ambiental en términos de su influencia en la industria del turismo. Numerosas normativas y acciones ambientales y de preservación de recursos naturales son fundamentales para implementarse en las empresas de hospedaje en el cantón de Saquisilí.

Tabla 17 *Matriz De Evaluación Externa*

FACTOR POLÍTICO		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Apoyo del gobierno para el turismo	FAC.POL		X						X	
2	Facilidad para desplazarse	FAC.POL	X							X	
3	Beneficios y incentivos para el sector turístico internacional	FAC.POL		X						X	
4	Publicidad y difusión del turismo en los principales atractivos	FAC.POL	X							X	
5	Fomentar la ética pública	FAC.POL		X							X
6	Desarrollo de iniciativa de turismo comunitario	FAC.POL	X							X	
7	Corrupción	FAC.POL		X							X
8	Políticas ambientales	FAC.POL	X							X	
9	Financiación de entidades internacionales	FAC.POL		X							X
10	Ética en el ámbito publico	FAC.POL					X			X	
FACTOR ECONÓMICO		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Crecimiento económico a nivel local y mundial	FAC.ECO	X							X	
2	Desempleo y poca estabilidad laboral	FAC.ECO					X			X	
3	Rivalidad en precios y estrategias de costos	FAC.ECO					X			X	
4	Facilidad para realizar pagos en entidades bancarias	FAC.ECO		X							X
5	Elevado índice de interés por entidades financieras	FAC.ECO					X			X	
6	Fomentar un sistema económico que promueva el turismo	FAC.ECO	X							X	
7	Inflación de productos tecnológicos	FAC.ECO					X				X
8	Asignación salarial con todas las prestaciones legales	FAC.ECO					X			X	
9	Aumento de precios en los insumos	FAC.ECO					X			X	
10	Deuda interna y externa del país	FAC.POL					X			X	

8	Contratación de servicios en línea	FAC.TEC		X					X		
9	Vulnerabilidad web y redes sociales	FAC.TEC				X		X			
10	Precios altos por conectividad	FAC.TEC		X					X		
FACTOR ecológico-ambiental		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Regulación de agua y energía	FAC.E.A	X						X		
2	Gestión de los niveles de sonido	FAC.E.A			X						X
	Certificaciones ecológicas	FAC.E.A	X						X		
4	Falta de buenas prácticas ambientales en los negocios	FAC.E.A	X						X		
5	Regulaciones ambientales del GAD en la cantonal y parroquia.	FAC.E.A	X						X		
6	Deforestación, incendios forestales, polución, contaminación	FAC.E.A			X				X		
7	Normativas y leyes medioambientales.	FAC.E.A	X						X		
8	Regulaciones medioambientales para los proveedores de hospedajes	FAC.E.A	X						X		
9	Consecuencias provocadas por la población	FAC.E.A					X				X
10	Asistencia con entidades medioambientales.	FAC.E.A		X							X
FACTOR COMPETITIVO		TIPO	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1	Incapacidad para competir	FAC.E.A				X			X		
2	Clasificación de hospedajes	FAC.E.A		X						X	
3	Servicios dirigidos a todas las edades	FAC.E.A		X						X	
4	Establecimientos inadecuados para mercados nuevos	FAC.E.A			X				X		

5	Alteración en los gustos de los clientes	FAC.E.A		X	X
6	Nuevos diseños de alojamientos.	FAC.E.A	X		X
7	Innovación constante en infraestructura y equipos.	FAC.E.A		X	X
8	Aparición de productos novedosos	FAC.E.A	X		X
9	Crecimiento empresarial limitado	FAC.E.A		X	X
10	Incorporación de nuevos rivales	FAC.E.A		X	X

10.4.2. Matriz FODA

Para la creación de la matriz FODA, se realizó un estudio detallado de los elementos internos y externos que impactaron en las empresas de alojamiento del cantón Saquisilí. Para conseguir una perspectiva completa de la situación presente de estas empresas. Al final del análisis, se descubrieron 18 fortalezas, 18 debilidades, 18 oportunidades y 18 amenazas. Además, los datos recolectados se emplearon para diseñar estrategias de mejora mediante la aplicación de la matriz cruzada FODA, con la finalidad de potenciar el rendimiento de las empresas en el mercado.

En las fortalezas, se centraron en la importancia de implementar diversas estrategias y prácticas para mejorar su desempeño, capacitación en nuevas tecnologías, el plan de compra de equipos, y la localización adecuada de la fábrica para la adquisición de materias primas, entre otros factores esenciales para el desarrollo y la mejora de la calidad de las empresas. Por otro lado, las debilidades se relacionan con la ausencia de políticas ambientales, deficiencia en idiomas, falta de un plan estratégico, la carencia de normativas medioambientales, y la escasa utilización de tecnologías digitales.

En cambio, las oportunidades comprenden la adopción de tecnologías, fomentar un sistema económico, regulaciones ambientales, el fomento de la preservación del medio ambiente y la gestión de los recursos. Por lo tanto, estos subcomponentes son esenciales y las empresas deben conocer cómo implementarlos en sus operaciones.

Finalmente, las amenazas a las empresas abarcan el desempleo, rivalidad de precios, la variación en los gustos de los clientes y la rivalidad en el ámbito digital, que pueden provocar una disminución en el rendimiento de las empresas si no se adoptan medidas para prevenirlas.

Tabla 18 Matriz FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Cursos de formación para el personal	O1	Facilidad para desplazarse
F2	Desarrollo de estrategias esenciales para un negocio	O2	Publicidad y difusión del turismo en los principales atractivos
F3	Actualizar y optimizar los inventarios en equipos y mobiliarios	O3	Crecimiento económico a nivel local y mundial
F4	Adaptación a las variaciones en la demanda del mercado	O4	Facilidad para realizar pagos en entidades bancarias
F5	Formación en atención al cliente y seguridad	O5	Fomentar un sistema económico que promueva el turismo
F6	Capacitación en nuevas tecnologías	O6	Ventajas para proveedores a nivel local y nacional
F7	Capacitación en tendencia de sostenibilidad	O7	Implementación de seguridad
F8	Ejecuta programas e incentivos para optimizar el ambiente de trabajo.	O8	Posee sistemas de datos.
F9	Cumple todas las condiciones legales.	O9	Red de conexión a internet por satélite.
F10	Igualdad de género en términos de ventajas legales y corporativas	O10	Promoción a través de ofertas remuneradas en redes sociales.
F11	Posee un plan de compra de maquinaria y tecnología.	O11	Regulaciones ambientales del GAD en la cantonal y parroquia.
F12	Innovación en los equipos informáticos y la creación de programas gestionados por el personal.	O12	Regulación de agua y energía
F13	Localización de la planta es conveniente para el suministro de materias primas.	O13	Certificaciones ecológicas
F14	Implementa un plan de conservación para equipos e inventarios.	O14	Normativas y leyes medioambientales.
F15	Desarrollo de publicidad innovadora que produce ventas.	O15	Regulaciones medioambientales para los proveedores de hospedajes
F16	Manejo de herramientas digitales	O16	Servicios dirigidos a todas las edades
F17	Espacio laboral equitativo	O17	Nuevos diseños de alojamientos.
F18	Plan estratégico de ventas	O18	Aparición de productos novedosos

DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Ausencia de un estudio del sector en el que la empresa desarrolla sus operaciones	A1	Ética en el ámbito público
D2	Ausencia de políticas ambientales	A2	Desempleo y poca estabilidad laboral
D3	Falta de un proceso de administración estructurados	A3	Rivalidad en precios y estrategias de costos
D4	Inducción en riesgos laborales	A4	Elevado índice de interés por entidades financieras
D5	Cursos en idiomas	A5	Inflación de productos tecnológicos
D6	No hay una administración directiva para gestionar la entidad.	A6	Asignación salarial con todas las prestaciones legales
D7	No cuenta con programas de seguridad industrial	A7	Entendimiento en la tecnología actual
D8	Ausencia de la ejecución de un organigrama redactado	A8	Aumento en los gastos operacionales
D9	Ambiente de trabajo inestable	A9	Tendencias del mercado en la competencia digital
D10	Estrategias implementadas en las desigualdades salariales para beneficiar a todos de forma equitativa	A10	Vulnerabilidad web y redes sociales
D11	Lugares y áreas de protección en situaciones de emergencia	A11	Deforestación, incendios forestales, contaminación
D12	Planta apta para el acceso	A12	Falta de buenas prácticas ambientales en los negocios
D13	No cuentan con un funcionamiento y conservación de los equipos para la salvaguarda del medio ambiente.	A13	Incapacidad para competir
D14	No reducen el uso de los recursos.	A14	Establecimientos inadecuados para mercados nuevos
D15	Ausencia de normativas medioambientales en modificaciones en la infraestructura.	A15	Alteración en los gustos de los clientes
D16	No establecen un mercado enfocado.	A16	Innovación constante en infraestructura y equipos.
D17	Ausencia de comprensión sobre los segmentos del mercado.	A17	Crecimiento empresarial limitado
D18	No poseen datos de sus rivales.	A18	Incorporación de nuevos rivales

10.4.3. Valoración de la Matriz MEFI

La matriz siguiente presenta 36 factores determinantes que se dividen en 18 fortalezas y 18 debilidades. La sumatoria de estos dos factores resultó en 2,58, lo que implica que sobrepasó el promedio ponderado de 2,50, transformándose en empresas que han conseguido una posición estratégica interna favorable y que se empeñan en capitalizar las fortalezas presentes y erradicar sus debilidades para mantenerse en el mercado.

Por esta razón, en esta matriz se analizó el peso y el valor que se otorga a cada sub factor interno, otorgándole mayor relevancia a las fortalezas, con un 60%, frente a las debilidades, que obtuvieron un 40%, lo que en total equivale al 100%. Los elementos clave abarcan el entendimiento de la rentabilidad, la existencia de políticas y manuales de procedimientos, y un plan de mantenimiento para los equipos.

Finalmente, se consiguió la ponderación mediante la multiplicación del peso por el valor, logrando un 1,92 para las fortalezas y un 0,66 para las debilidades. Señala que los establecimientos internamente están más fortalecidos que débiles, dado que se logró una alta ponderación en relación a las fortalezas.

Tabla 19*Valoración De La Matriz EFI*

FORTALEZAS		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
F1	Cursos de formación para el personal	0,03	3%	3	0,09
F2	Desarrollo de estrategias esenciales para un negocio	0,04	4%	3	0,12
F3	Actualizar y optimizar los inventarios en equipos y mobiliarios	0,04	4%	4	0,16
F4	Adaptación a las variaciones en la demanda del mercado	0,04	4%	3	0,12
F5	Formación en atención al cliente y seguridad	0,03	3%	3	0,09
F6	Capacitación en nuevas tecnologías	0,03	3%	3	0,09
F7	Capacitación en tendencia de sostenibilidad	0,03	3%	3	0,09
F8	Ejecuta programas e incentivos para optimizar el ambiente de trabajo.	0,04	4%	3	0,12
F9	Cumple todas las condiciones legales.	0,03	3%	3	0,09
F10	Igualdad de género en términos de ventajas legales y corporativas	0,03	3%	4	0,12
F11	Posee un plan de compra de maquinaria y tecnología.	0,03	3%	1	0,03
F12	Innovación en los equipos informáticos y la creación de programas gestionados por el personal	0,03	3%	4	0,12
F13	Localización de la planta es conveniente para el suministro de materias primas.	0,03	3%	3	0,09
F14	Implementa un plan de conservación para equipos e inventarios.	0,04	4%	4	0,16
F15	Desarrollo de publicidad innovadora que produce ventas.	0,04	4%	4	0,16
F16	Manejo de herramientas digitales	0,03	3%	3	0,09
F17	Espacio laboral equitativo	0,04	4%	3	0,12
F18	Plan estratégico de ventas	0,02	2%	3	0,06
SUBTOTAL		0,60	60%		1,92

DEBILIDADES		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
				R	
D1	Ausencia de un estudio del sector en el que la empresa desarrolla sus operaciones	0,03	3%	2	0,06
D2	Ausencia de políticas ambientales	0,01	1%	1	0,01
D3	Falta de un proceso de administración estructurados	0,03	3%	2	0,06
D4	Inducción en riesgos laborales	0,01	1%	1	0,02
D5	Cursos en idiomas	0,03	3%	2	0,06
D6	No hay una administración directiva para gestionar la entidad.	0,01	1%	2	0,02
D7	No cuenta con programas de seguridad industrial	0,03	3%	1	0,03
D8	Ausencia de la ejecución de un organigrama redactado	0,03	3%	2	0,06
D9	Ambiente de trabajo inestable	0,02	2%	1	0,02
D10	Estrategias implementadas en las desigualdades salariales para beneficiar a todos de forma equitativa	0,03	3%	2	0,06
D11	Lugares y áreas de protección en situaciones de emergencia	0,02	2%	1	0,02
D12	Planta apta para el acceso	0,03	3%	2	0,06
D13	No cuentan con un funcionamiento y conservación de los equipos para la salvaguarda del medio ambiente.	0,01	1%	1	0,01
D14	No reducen el uso de los recursos.	0,02	2%	1	0,02
D15	Ausencia de normativas medioambientales en modificaciones en la infraestructura.	0,01	1%	1	0,01
D16	No establecen un mercado enfocado.	0,02	2%	1	0,02
D17	Ausencia de comprensión sobre los segmentos del mercado.	0,03	3%	2	0,06
D18	No poseen datos de sus rivales.	0,03	3%	2	0,06

	0,40	40%	0,66
TOTAL			2,58

10.4.4. Valoración de la Matriz MEFE

La matriz siguiente presenta 36 factores determinantes que se dividieron en 18 oportunidades y 18 amenazas. La suma de estos dos factores da un resultado de 2,82, lo que señala que se ubica por encima del promedio ponderado de 2,50. Esto implica que las empresas que consiguen competir aplican la sostenibilidad y se empeñan en capitalizar las oportunidades disponibles para permanecer en el mercado.

Los elementos externos reciben un peso, un valor y una calificación ponderada, sin embargo, en esta situación, el peso se reduce a un 50% para las oportunidades y amenazas, dando un total de 100%. El objetivo es que ambos elementos tengan la misma posibilidad de ser considerados en las estrategias con un valor final de 1,71 para las oportunidades, y 1,11 para amenazas, se mantiene el enfoque a crear estrategias de mejora.

Tabla 20 *Valoración De La Matriz MEFÉ*

OPORTUNIDADES		PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
O1	Facilidad para desplazarse	0,02	2%	4	0,08
O2	Publicidad y difusión del turismo en los principales atractivos	0,02	2%	3	0,06
O3	Crecimiento económico a nivel local y mundial	0,03	3%	3	0,09
O4	Facilidad para realizar pagos en entidades bancarias	0,04	4%	4	0,16
O5	Fomentar un sistema económico que promueva el turismo	0,03	3%	4	0,12
O6	Ventajas para proveedores a nivel local y nacional	0,04	4%	3	0,12
O7	Implementación de seguridad	0,03	3%	4	0,12
O8	Posee sistemas de datos.	0,04	4%	4	0,16
O9	Red de conexión a internet por satélite.	0,02	2%	2	0,04
O10	Promoción a través de ofertas remuneradas en redes sociales.	0,01	1%	4	0,04
O11	Regulaciones ambientales del GAD en la cantonal y parroquia.	0,04	4%	3	0,12
O12	Regulación de agua y energía	0,04	4%	3	0,12
O13	Certificaciones ecológicas	0,03	3%	3	0,09
O14	Normativas y leyes medioambientales.	0,02	2%	3	0,06
O15	Regulaciones medioambientales para los proveedores de hospedajes	0,03	3%	4	0,12
O16	Servicios dirigidos a todas las edades	0,01	1%	3	0,03
O17	Nuevos diseños de alojamientos.	0,02	2%	3	0,06
O18	Aparición de productos novedosos	0,03	3%	4	0,12
SUBTOTAL		0,5	50%		1,71

AMENAZAS	PESO	PESO %	VALOR	PONDERACIÓN
A1 Ética en el ámbito público	0,02	2%	2	0,04
A2 Desempleo y poca estabilidad laboral	0,02	2%	2	0,04
A3 Rivalidad en precios y estrategias de costos	0,03	3%	3	0,09
A4 Elevado índice de interés por entidades financieras	0,04	4%	3	0,12
A5 Inflación de productos tecnológicos	0,02	2%	2	0,04
A6 Asignación salarial con todas las prestaciones legales	0,03	3%	2	0,06
A7 Entendimiento en la tecnología actual	0,02	2%	2	0,04
A8 Aumento en los gastos operacionales	0,03	3%	2	0,06
A9 Tendencias del mercado en la competencia digital	0,04	4%	2	0,08
A10 Vulnerabilidad web y redes sociales	0,01	1%	2	0,02
A11 Deforestación, incendios forestales, polución, contaminación	0,03	3%	2	0,06
A12 Falta de buenas prácticas ambientales en los negocios	0,02	2%	2	0,04
A13 Incapacidad para competir	0,03	3%	2	0,06
A14 Establecimientos inadecuados para mercados nuevos	0,04	4%	3	0,12
A15 Alteración en los gustos de los clientes	0,04	4%	2	0,08
A16 Innovación constante en infraestructura y equipos.	0,03	3%	2	0,06
A17 Crecimiento empresarial limitado	0,03	3%	2	0,06
A18 Incorporación de nuevos rivales	0,02	2%	2	0,04
SUBTOTAL	0,5	50%		1,11
TOTAL	1	100%		2,82

10.4.5. Matriz Estratégica FODA

El siguiente párrafo describe el proceso de diseño de estrategias en un enfoque cruzado. Primero, se identificaron las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con mayor valor a través de una evaluación en matrices que involucró un total de 72 sub factores. Luego, se mezclaron las fortalezas con las oportunidades (FO), las debilidades con las oportunidades (DO), las fortalezas con las amenazas (FA) y las debilidades con las amenazas (DA) para diseñar 8 estrategias por cada factor, lo que dio un total de 32 estrategias.

Las estrategias fueron diseñadas teniendo en cuenta los resultados obtenidos de las encuestas, con el objetivo de mejorar y mitigar los problemas existentes para impulsar la sostenibilidad y competitividad de las empresas de hospedaje.

Tabla 21*Matriz Estratégica FODA*

F1. Cursos de formación para el personal	D1. Ausencia de un estudio del sector en el que la empresa desarrolla sus operaciones
F2. Desarrollo de estrategias esenciales para un negocio	D2. Ausencia de políticas ambientales
F3. Actualizar y optimizar los inventarios en equipos y mobiliarios	D3. Falta de un proceso de administración estructurados
F4. Adaptación a las variaciones en la demanda del mercado	D4. Inducción en riesgos laborales
F5. Formación en atención al cliente y seguridad	D5. Cursos en idiomas
F6. Capacitación en nuevas tecnologías	D6. No hay una administración directiva para gestionar la entidad.
F7. Capacitación en tendencia de sostenibilidad	D7. No cuenta con programas de seguridad industrial
F8. Ejecuta programas e incentivos para optimizar el ambiente de trabajo.	D8. Ausencia de la ejecución de un organigrama redactado
F9. Cumple todas las condiciones legales.	D9. Ambiente de trabajo inestable
F10. Igualdad de género en términos de ventajas legales y corporativas	D10. Estrategias implementadas en las desigualdades salariales para beneficiar a todos de forma equitativa
F11. Posee un plan de compra de maquinaria y tecnología.	D11. Lugares y áreas de protección en situaciones de emergencia
F12. Innovación en los equipos informáticos y la creación de programas gestionados por el personal	D12. Planta apta para el acceso
F13. Localización de la planta es conveniente para el suministro de materias primas.	D13. No cuentan con un funcionamiento y conservación de los equipos para la salvaguarda del medio ambiente.
F14. Implementa un plan de conservación para equipos e inventarios.	D14. No reducen el uso de los recursos.
F15. Desarrollo de publicidad innovadora que produce ventas.	D15. Ausencia de normativas medioambientales en modificaciones en la infraestructura.
F16. Manejo de herramientas digitales	D16. No establecen un mercado enfocado.
F17. Espacio laboral equitativo	D17. Ausencia de comprensión sobre los segmentos del mercado.

F18. Plan estratégico de ventas	D18. No poseen datos de sus rivales.
O4. Facilidad para realizar pagos en entidades bancarias	F7-O17. Utilizar los conocimientos de sostenibilidad para proponer un tipo de hospedaje ecológico. D17-O16. Realizar un análisis del mercado para promocionar servicios para todas a edades.
O5. Fomentar un sistema económico que promueva el turismo	F15-O2. Desarrollar una estrategia de marketing para promover los atractivos de la zona con el uso de herramientas digitales. D4-O7. Realizar capacitaciones en riesgos laborales y de seguridad para el personal e incorporar protocolos de seguridad.
O6. Ventajas para proveedores a nivel local y nacional	F8-O18. Elaborar promociones novedosas con tendencias que hay en el mercado con la creatividad del personal motivándoles con incentivos económicos. D14-O9. Implementar un sistema de uso de recursos, supervisándolo con ayuda de la conexión de internet.
O7. Implementación de seguridad	F3-O15. Utilizar los inventarios de los equipos bajo una normativa ambiental haciendo que los proveedores lo cumplan y así ser una empresa que cuida el ambiente D13- O14. Crear un plan de conservación en equipos y maquinaria que reduzcan el impacto ambiental con las leyes y regulaciones.
O8. Posee sistemas de datos.	F11-O4. Utilizar la tecnología y maquinaria adquirida para dar una mejor calidad en los servicios como la facilidad de pagos mediante las entidades bancarias. D5-O18. Dar cursos en idiomas para mejorar la comunicación y abrirse puertas internacionalmente
O9. Red de conexión a internet por satélite.	
O10. Promoción a través de ofertas remuneradas en redes sociales.	
O11. Regulaciones ambientales del GAD en la cantonal y parroquia.	
O12. Regulación de agua y energía	
O13. Certificaciones ecológicas	
O14. Normativas y leyes medioambientales.	
O15. Regulaciones medioambientales para los proveedores de hospedajes	

O16. Servicios dirigidos a todas las edades

O17. Nuevos diseños de alojamientos.

O18. Aparición de productos novedosos

OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
O1. Facilidad para desplazarse	F12 -O7. Invertir en equipos informáticos y programas eficaces para mejorar la protección de datos tanto de clientes como del personal con un sistema automatizado	D1-O3. Desarrollar un análisis del sector para ver las tendencias y riesgos, aprovechando el desarrollo económico y adaptarse al mercado.
O2. Publicidad y difusión del turismo en los principales atractivos	F13-O6. Aprovechar la buena ubicación para crear un vínculo con los proveedores locales para reducir costos de transporte y tiempo de entregas	D3-O8. Hacer un sistema de administración organizado con un sistema de datos que permita una buena planificación en la toma de decisiones.
O3. Crecimiento económico a nivel local y mundial	F1-O3. Realizar un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing online para el personal, para mejorar la competitividad en el mercado. <u>negociar con los proveedores en los precios.</u>	D18-O6. Recopilar información de la competencia mediante un estudio de mercado y con esos datos mejorar

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
Ética en el ámbito público	F18-A3. Crear una propuesta personalizadas con experiencias únicas que no se basen únicamente en precios.	D2-A6. Elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa.
Desempleo y poca estabilidad laboral	F12-A10. Establecer normas internas de ciberseguridad, capacitación constante en seguridad digital para los empleados	D15-A11. Establecer y adoptar regulaciones ambientales precisas para las restauraciones de infraestructura, de tal forma que se adecuen a las mejores prácticas de sustentabilidad.
Rivalidad en precios y estrategias de costos	F14-A8. Realizar un programa de mantenimiento para la durabilidad de equipos y prevenir costos de ellos.	D16-A15. Hacer una investigación de mercado para reconocer un nicho concreto y centrar los esfuerzos en el, para ajustarse de manera más efectiva a las variaciones en los gustos de los consumidores
Elevado índice de interés por entidades financieras	F10-A2. Promover políticas de inclusión laboral y diseñar programas de crecimiento profesional dirigidos a grupos menos representados, promoviendo un entorno laboral amplio y estable.	D8-A11. Segmentar el mercado donde poder competir de forma eficaz y distinguirse de los nuevos competidores.
Inflación de productos tecnológicos	F16-A18. Elaborar encuestas de satisfacción y nuevas tendencias para adaptar la publicidad a las nuevas exigencias del mercado	D12-A16. Optimizar las infraestructuras de la planta, garantizando que no solo sean accesibles para el desplazamiento.
Asignación salarial con todas las prestaciones legales	F6-A13. Utilizar la formación en tecnologías emergentes para reducir costos operacionales y mejorar la eficiencia.	D8-A14. Elaborar y llevar a cabo un organigrama definido y organizado que establezca roles y obligaciones dentro de la empresa, promoviendo una gestión más eficaz.
Entendimiento en la tecnología actual	F17-A17. Promover un entorno de trabajo inclusivo y justo para fomentar el crecimiento y la expansión de la empresa.	D11-A12. Optimatizar zonas de resguardo en circunstancias de emergencia e incorporar prácticas sustentables ecológicas en las actividades de la empresa.
Aumento en los gastos operacionales	F4-A9. Potencializar la capacidad mediante el uso de tecnologías de análisis de datos y herramientas de inteligencia artificial.	D6-A7. Implementar tecnología actual en el ámbito administrativo que gestione las operaciones de la empresa
Tendencias del mercado en la competencia digital		
Vulnerabilidad web y redes sociales		
Deforestación, incendios forestales, contaminación		
Falta de buenas prácticas ambientales en los negocios		

Incapacidad para competir

Establecimientos inadecuados para mercados nuevos

Alteración en los gustos de los clientes

Innovación constante en infraestructura y equipos.

10.4.6. Matriz de Evaluación de Estrategias

En la siguiente matriz se identificó estrategias importantes que podrían generar un impacto significativo en las empresas. Además, se optó por seleccionar estrategias por factor con el objetivo de encontrar las estrategias más efectivas para la implementación de la sostenibilidad y competitividad en las empresas.

Por otro lado, es importante capacitar al personal con buenas prácticas, analizar su mercado objetivo y destacarse a nivel nacional realizando un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing online para el personal, para mejorar la competitividad en el mercado. También se recomienda realizar un programa de mantenimiento para la durabilidad de equipos y prevenir costos de ellos. También es esencial un análisis de costos para innovar en los establecimientos, junto con la formulación de estrategias de marketing eficaces y la aplicación de políticas de precios competitivas para captar más clientes. Respecto al tema ambiental, resulta crucial establecer políticas ecológicas para concienciar a los clientes y emplear un sistema de administración ambiental.

Tabla 22 *Análisis de Estrategias*

ANÁLISIS ESTRATÉGICO		IMPACTO		
FO		A	ME	B
		LT	DI	AJ
		O	O	O
F12 O7	Invertir en equipos informáticos y programas eficaces para mejorar la protección de datos tanto de clientes como del personal con un sistema automatizado		X	
F13 O6	Aprovechar la buena ubicación para crear un vínculo con los proveedores locales para reducir costos de transporte y tiempo de entregas		X	
F1 O3	Realizar un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing online para el personal, para mejorar la competitividad en el mercado.	X		
F7 O1 7	Utilizar los conocimientos de sostenibilidad para proponer un tipo de hospedaje ecológico.		X	
F15 O2	Desarrollar una estrategia de marketing para promover los atractivos de la zona con el uso de herramientas digitales.		X	
F8 O1 8	Elaborar promociones novedosas con tendencias que hay en el mercado con la creatividad del personal motivándoles con incentivos económicos.	X		

F3 O1 5	Utilizar los inventarios de los equipos bajo una normativa ambiental haciendo que los proveedores lo cumplan y así ser una empresa que cuida el ambiente	X		
F11 O4	Utilizar la facilidad de pago mediante las entidades bancarias para dar una mejor calidad en los servicios.	X		
FA				
F18 A3	Crear una propuesta personalizadas con experiencias únicas que no se basen únicamente en precios.		X	
F12 A1 0	Establecer normas internas de ciberseguridad, capacitación constante en seguridad digital para los empleados	X		
F14 A8	Realizar un programa de mantenimiento para la durabilidad de equipos y prevenir costos de ellos.	X		
F10 A2	Promover políticas de inclusión laboral y diseñar programas de crecimiento profesional dirigidos a grupos menos representados, promoviendo un entorno laboral amplio y estable.		X	
F10 A2	Elaborar encuestas de satisfacción y nuevas tendencias para adaptar la publicidad a las nuevas exigencias del mercado	X		
F6 A1 3	Utilizar la formación en tecnologías emergentes para reducir costos operacionales y mejorar la eficiencia.		X	
F17 A1 7	Promover un entorno de trabajo inclusivo y justo para fomentar el crecimiento y la expansión de la empresa.		X	
F4 A9	Potencializar el uso de tecnologías de análisis de datos y herramientas de inteligencia artificial.	X		
DO				
D1 O3	Desarrollar un análisis del sector para ver las tendencias y riesgos, aprovechando el desarrollo económico y adaptarse al mercado.	X		
D3 O8	Hacer un sistema de administración organizado con un sistema de datos que permita una buena planificación en la toma de decisiones.		X	
D1 80 6	Recopilar información de la competencia mediante un estudio de mercado y con esos datos negociar con los proveedores en los precios.		X	
D1 70 16	Contratar agencias expertas en estrategias digitales.	X		
D4 O7	Realizar capacitaciones en riesgos laborales y de seguridad para el personal e incorporar protocolos de seguridad.		X	
D1 40 9	Implementar un sistema de uso de recursos, supervisándolo con ayuda de la conexión de internet.	X		
D1 30 14	Crear un plan de conservación en equipos y maquinaria que reduzcan el impacto ambiental con las leyes y regulaciones.	X		
D5 O1 8	Dar cursos en idiomas para mejorar la comunicación y abrirse puertas internacionalmente	X		
DA				
D2 A6	Elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa.	X		

D1 5A 11	Establecer y adoptar regulaciones ambientales precisas para las restauraciones de infraestructura, de tal forma que se adecuen a las mejores prácticas de sustentabilidad.		X	
D1 6A 15	Hacer un estudio del tipo de segmentación que existe en el mercado y evaluar el rendimiento de cada una de ellas.	X		

9

8

D8 A1 1	Segmentar el mercado donde poder competir de forma eficaz y distinguirse de los nuevos competidores.		X	
D1 2A 16	Optimizar las infraestructuras de la planta, garantizando que no solo sean accesibles para el desplazamiento.		X	
D8 A1 4	Elaborar y llevar a cabo un organigrama definido y organizado que establezca roles y obligaciones dentro de la empresa, promoviendo una gestión más eficaz.	X		
D1 1A 12	Optimizar zonas de resguardo en circunstancias de emergencia e incorporar prácticas sustentables ecológicas en las actividades de la empresa.		X	
D6 A7	Implementar tecnología actual en el ámbito administrativo que gestione las operaciones de la empresa		X	

10.5. Estrategias de mejora

Finalmente, el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) permitió identificar 16 estrategias que son fundamentales para las dos variables de estudio en la investigación: sostenibilidad y competitividad es decir que se pueden realizar de manera inmediata en los establecimientos de hospedaje del cantón Saquisilí. La adopción de las estrategias anteriores permitirá mejorar la situación de las organizaciones y alcanzar una sostenibilidad y competitividad a largo.

Tabla 23 *Matriz Resumen de estrategias*

F10 O3	Realizar un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing online para el personal, para mejorar la competitividad en el mercado.
F8 O18	Elaborar promociones novedosas con tendencias que hay en el mercado con la creatividad del personal motivándoles con incentivos económicos.
F3 O15	Utilizar los inventarios de los equipos bajo una normativa ambiental haciendo que los proveedores lo cumplan y así ser una empresa que cuida el ambiente.
F11 O4	Utilizar la facilidad de pago mediante las entidades bancarias para dar una mejor calidad en los servicios.
F12A10	Establecer normas internas de ciberseguridad, capacitación constante en seguridad digital para los empleados.

F14 A8	Realizar un programa de mantenimiento para la durabilidad de equipos y prevenir costos de ellos.
F16 A18	Elaborar encuestas de satisfacción y nuevas tendencias para adaptar la publicidad a las nuevas exigencias del mercado
F4 A9	Potencializar el uso de tecnologías de análisis de datos y herramientas de inteligencia artificial.

99

D1 O3	Desarrollar un análisis del sector para ver las tendencias y riesgos, aprovechando el desarrollo económico y adaptarse al mercado.
D5 O18	Dar cursos en idiomas para mejorar la comunicación y abrirse puertas internacionalmente
D17 O16	Contratar agencias expertas en estrategias digitales.
D14 O9	Implementar un sistema de uso de recursos, supervisándolo con ayuda de la conexión de internet.
D13 O14	Crear un plan de conservación en equipos y maquinaria que reduzcan el impacto ambiental con las leyes y regulaciones.
D2 A6	Elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa.
D16 A15	Hacer un estudio del tipo de segmentación que existe en el mercado y evaluar el rendimiento de cada una de ellas.
D8 A14	Elaborar y llevar a cabo un organigrama definido y organizado que establezca roles y obligaciones dentro de la empresa, promoviendo una gestión más eficaz.

11. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

11.1. Impacto Social

El presente proyecto de investigación genera un aspecto significativo en la sociedad debido a que las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí podrán usar las estrategias de mejora para crear propuestas, ofrecer un servicio diferente y así generar nuevas fuentes de empleo.

11.2. Impacto Económico

En base a las estrategias planteadas las empresas de alojamiento podrán administrar de una mejor manera los recursos que poseen, evitar gastos innecesarios y volverse más competitivos a nivel nacional.

11.3. Impacto Ambiental

El impacto ambiental presenta un aspecto positivo, debido a que las estrategias propuestas en la investigación se fundamentan en la salvaguarda del medio ambiente y contribuye a disminuir los impactos ambientales que generan día a día los establecimientos.

100

12. PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Tabla 24 *Presupuesto*

ESTRATEGIA	ACCIÓN	V.TOTAL
Realizar un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing online para el personal, para mejorar la competitividad en el mercado.	Atención al cliente Marketing Manejo de redes sociales	\$100
Elaborar promociones novedosas con tendencias que hay en el mercado con la creatividad del personal motivándoles con incentivos económicos.	Marketing Manejo de redes sociales	\$100
Utilizar la facilidad de pago mediante las entidades bancarias para dar una mejor calidad en los servicios.	Contadora Contabilidad	\$50
Establecer normas internas de ciberseguridad, capacitación constante en seguridad digital para los empleados.	Personas con conocimientos de prácticas de seguridad	\$100
Realizar un programa de mantenimiento para la durabilidad de equipos y prevenir costos de ellos.	Programa de Mantenimiento Preventivo	\$1.000
Elaborar encuestas de satisfacción y nuevas tendencias para adaptar la publicidad a las nuevas exigencias del mercado	Encuestas Hojas volantes Pancartas	\$50
Potencializar el uso de tecnologías de análisis de datos y herramientas de inteligencia artificial.	Seminarios Talleres	\$50
Dar cursos en idiomas para mejorar la comunicación y abrirse puertas internacionalmente	Estudiantes con rendimiento en idiomas	\$50

Contratar agencias expertas en estrategias digitales.	Personal Especializado	\$1.000
Implementar un sistema de uso de recursos, supervisándolo con ayuda de la conexión de internet.	Cámara Computadora	\$100
Elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa.	Diseño de Políticas Ambientales	\$350
Elaborar y llevar a cabo un organigrama definido y organizado que establezca roles y obligaciones dentro de la empresa, promoviendo una gestión más eficaz	Organigrama	\$15

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. Conclusiones

Se realizó un estudio para medir el índice de sostenibilidad en las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí aplicando la metodología InnovaRSE. Los resultados mostraron un índice de sostenibilidad de 4.47 en una escala de 1 al 10, lo cual indica que está en proceso de mejora, la Quinta las Mercedes se encuentra en buenas prácticas con un 6.1, la hostería Gilocarmelo y el hotel Colonial 7 Plazas se encuentran en proceso de mejora con 4.6 y 4.3, finalmente la empresa hostel San Carlos se encuentra en área de mejora con un 2.1. Esto se debe principalmente a que aún les falta conocimiento en cuanto a lo que significa ser sostenible en las dimensiones: social, económica y ambiental, y deben mejorar en este aspecto para tener un crecimiento significativo en el mercado.

Con la aplicación de la encuesta de competitividad basada en la metodología BID a las 4 empresas de hospedaje del cantón Saquisilí ha permitido evaluar el índice de competitividad ubicándose en un rango de 0 % a 20% con un porcentaje de 18.79 con una competitividad muy baja. La Quinta las Mercedes y el hotel Colonial 7 Plazas tienen una baja competitividad ya que tienen una valoración de 24.87 y 21.25 y la hostería Gilocarmelo y el hostel San Carlos cuentan con una competitividad muy baja con una valoración de 15.87 y 13.12. Esta evaluación ha

revelado un desempeño deficiente por la falta de un planeamiento estratégico el saber que quiere lograr la empresa y como lo va hacer, en su sistema de información, la manera que registran los datos de sus clientes y ventas, en merchandising no cuentan con estrategias para promover su servicio. Estos elementos son esenciales para incrementar la competitividad de las empresas y alcanzar un desarrollo considerable en el sector turístico, por lo que deberían tenerse en cuenta en las estrategias de optimización de las empresas analizadas.

Finalmente, las principales estrategias resaltantes de la investigación son: Realizar un plan de capacitación en herramientas digitales y marketing, dar cursos en idiomas para mejorar la comunicación y abrirse puertas internacionalmente, elaborar políticas ambientales que promuevan la equidad y la transparencia en el entorno de la empresa y elaborar un organigrama definido y organizado que establezca roles y obligaciones dentro de la empresa. El propósito de estas estrategias son maximizar los conocimientos de estos factores para ayudar con el fortalecimiento del servicio de los establecimientos del cantón Saquisilí.

13.2.Recomendaciones

Se sugiere que las empresas de hospedaje del cantón Saquisilí utilicen sus esfuerzos en mejorar su índice de competitividad en las áreas que no cumplen con algunos parámetros. Para conseguirlo, es imprescindible que estas empresas apliquen una eficaz planificación estratégica, estos cambios serán clave para mejorar su competitividad y lograr un crecimiento significativo en el mercado turístico.

Se recomienda que las empresas de turismo apoyen la formación constante en sostenibilidad para todos sus empleados, garantizando que todos entiendan la relevancia de las

políticas sociales y medioambientales, y cómo pueden aplicarlas en su labor cotidiana, para un mejor funcionamiento a largo plazo.

Se recomienda dar uso a la información proporcionada en la presente investigación para que las empresas ajustarse con rapidez a los nuevos gustos de los consumidores, que aprecian cada vez más las prácticas sustentables, y transmitir sus iniciativas en este sector de forma clara.

14. BIBLIOGRAFÍA

Aguiar López, J. G. (2017).

<https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/113/152>.

Amado, A. &. (2019). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p12.pdf>.

Amador-Mercado, C. Y. (2021). Dimensiones del Turismo Sostenible. *Publicación Semestral*, 9(18), 33–34. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa4/issue/archive>.

Arevalo Torres, J. R., & Crespo Rosillo, A. C. (2020). *La Competitividad y su Relación con la Sostenibilidad Económica de las Industrias Plásticas del Ecuador*. Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19629/1/UPS-GT003089.pdf>

Barragan. (2022). *Metodologías de diseño para la innovación y su relación con la competitividad empresarial*. <https://doi.org/10.32997/pe-2021-3644>.

Benzaquen. (2011). Un Índice Regional de Competitividad para un país. En J. d. Benzaquen, *Un Índice Regional de Competitividad para un país*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/11417-unindice-regional-competitividad-un-pais>.

Bravo, L. L. (2018). LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL. 5(September), 188–194.

Cabrera-Martinez, A. M.-L. (2012). *La Competitividad Empresarial: Un Marco Conceptual Para Su Estudio (Corporate Competitiveness: A Conceptual Framework for its Study)*. In *SSRN Electronic Journal (Issue October)*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2016597en>.

Caribe, C. E. (1999). El turismo sostenible como modelo de desarrollo en el istmo centroamericano y la república dominicana. 687, 2,3,7.

Carlos Severiche-Sierra, E. B.-M.-C. (2017).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6219243>.

- Castañeda, M. B., Cabrera, A., Navarro, Y., & De Vries, W. (2019). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS*. Pontificia Universidad Católica. ediPUCRS. Obtenido de <http://190.57.147.202:90/xmlui/handle/123456789/498>
- Cedeño-Mendoza, H. I.-P. (2020). *Competitividad y calidad en pequeños hoteles o en desarrollo. Caso hotel Amash*. *Polo Del Conocimiento*, 5(8), 973–987. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i8.1639>.
- Cóndor Salvatierra, E. J. (2018). Dimensión ambiental en la formación profesional de los estudiantes de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Huancavelica. *Educación*, 27(53), 41–56. <https://doi.org/10.18800/educacion.201802.003>.
- Cortés Mura, H. G. (2015). <https://doi.org/10.21158/01208160.n78.2015.1189>.
- Daniel, C. C. (s.f.). “ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA, OFERTA ALOJAMIENTO DEL CANTÓN SAQUISILÍ”. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/PC-000951%20\(1\)%20tesis%203.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/PC-000951%20(1)%20tesis%203.pdf)
- Daniel, C. C. (2020). *Universidad Tecnica de Cotopaxi*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/PC-000951%20\(1\)%20tesis%203.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/PC-000951%20(1)%20tesis%203.pdf)
- Freites, M. &. (2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31484>.
- Hernández Espíndola, H. M. (2023). Liderazgo Sostenible e Innovación en la Empresa: Integrando Objetivos Económicos, Sociales y Ambientales en la Zona Oriente del Estado de México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9954–9973. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.768.
- Hernández, G. (2020). DIAGNOSIS ORGANIZACIONAL COMO MODELO DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO. *Revistanegotium.Org*, 47, 13–22. <http://revistanegotium.org/pdf/47/art2.pdf>.
- Hurtado-Yugcha, J. d.-S.-S. (s.f.). *Hurtado-Yugcha, J. del P., Gamboa-Salinas, J. M., QuisimalinSantamaría, H. M., & .*
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Jacqueline, G. d. (2020). *Desarrollo sostenible: Desde la mirada de preservación del medio ambiente colombiano*.
- Labarca, N. &. (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*.
- Lagunas-Vázquez, M. A.-H.-M.-R. (2017). Propuesta metodológica para medir la sostenibilidad costera local en zonas áridas: su aplicación en la Reserva de la Biósfera El Vizcaíno. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 27(50). <https://doi.org/10.24836/es>.
- Levenson, D. S. (1983). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme*. The CLAO Journal : Official Publication of the Contact Lens .
- López, I. A. (2018). La dimensión social del concepto de desarrollo sostenible: ¿La eterna olvidada. *Revista Espanola de Sociologia*, 27(1), 25–41. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.2>.

- Madroñero-Palacios, S. &.-H. (2018). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista Tecnología En Marcha*, 31(3). <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>.
- Madroñero-Palacios, S. &.-H. (2018). Desarrollo sostenible. . <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- Madroñero-Palacios, S. &.-H. (2018). *Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. Revista Tecnología En Marcha*. Obtenido de <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- Manosalvas Vaca, C. A. (2017). *Personalidad y Liderazgo: Análisis teórico de su Relación. INNOVA Research Journal*, 2(5),. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.173> .
- Medeiros, V. G. (2020). *La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista de La CEPAL*, 2019(129), 7–27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>.
- Millán-García, C. &.-D. (2018). *Factores e indicadores de competitividad* .
- MINTUR. (2014). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- MINTUR. (2015). <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTOGENERAL-LEY-TURISMO.pdf>.
- MINTUR. (2016). Universidad Del Azuay, 3(465 de 24-mar.2015), 1–145.: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6819/1/07260.pdf%0Ahttps://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO->.
- MINTUR. (2021). *Servicios Turismo*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30servicios-mintur/104-catastro-turistico>
- MINTUR. (2022). *Catastro Turístico* . Quito: República del Ecuador.
- Mora Pisco, L. L. (2018). <http://rus.ucf.edu.cu/index>.
- Mosquera, A. &. (2019). Gestión para la sostenibilidad empresarial en las Pymes industriales. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7045882>.
- Narváez Guzmán, M. Y. (2021). *Plan Estratégico para la Empresa Casa Latina*. Cuenca: Universidad Del Azuay. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11171/1/16709.pdf>
- Navarra, I. (2020). Manual de aplicación – 2020.
- Navarra, I. (2020). *Manual de aplicación*.
- Ocampo, W. (2021). *Análisis de las estrategias de marketing del comercial Ledesma en el cantón Echeandía*. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <https://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9209>
- Pardo, J. T. (2022). Bases para la recuperación del sector turístico desde la cultura de la sostenibilidad. 4–32. www.cajaalta.es.
- PDOYT. (2015). *PDOYT*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/PDYOT_GADMI_CANTON_SAQUISILI_FINAL%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/PDYOT_GADMI_CANTON_SAQUISILI_FINAL%20(1).pdf)
- Petro., P. (2019). El Sector Hidrocarburos en el Desarrollo Sostenible.

<https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/09/El-sector-turístico-y-losODS.pdf>.

- Quiroga, R. (2017). Indicadores ambientales y de desarrollo sostenible: avances y perspectivas para América Latina y el Caribe. In Publicación de las Naciones Unidas.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5498/S0700589_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Rasa, Z. (s.f.). *Docente de la escuela de administración de empresas*. 2010.
- Renda, A. &. (2017). https://www.mendeley.com/catalogue/06e7ae03-ec21-3ec3-9093-40bbe911c159/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B9c4b4d60-b279-3073-94e3-ec96666314ae%7D.
- Rivadeneira, L. D. (2020). *Análisis general del spss y su utilidad en la estadística. E - Idea / Journal of Business Sciences*, 4(4), 17–25. <https://orcid.org/0000-0001-6230-8869>. .
- Rubio, L. &. (1975). *El Poder de la Competitividad. Digestion*, 13(5), 308–311. .
<https://doi.org/10.1159/000197723>.
- Saavedra, G. M. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. . file:///C:/Users/Hp/AppData/Local/Mendeley .
- Sepúlveda, C. &. (2016). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29045347003>.
- Serrano-Amado, A.-M. M.-R.-A. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99–109. <https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>.
- Tomás Azcárate, J. B. (2019). Guía para un turismo sostenible. In Universitas Nusantara PGRI Kediri (Vol. 01).
https://www.researchgate.net/publication/341358915_GUIA_PARA_UN_TURISMO_SOSTENIBLE_Retos_del_sector_turistico_ante_la_Agenda_2030/link/5ebc5478a6fdcc90d674f82b/download?_tp=e.
- Toscano-Hernández, A. E.-D. (2020). Análisis y evaluación de la Sostenibilidad Empresarial: Herramientas de apoyo a la toma de decisiones y la medición del rendimiento en pymes. *Business Intelligence Big Data y* . En A. E.-D. Toscano-Hernández, *Análisis y evaluación de la Sostenibilidad Empresarial: Herramientas de apoyo a la toma de decisiones y la medición del rendimiento en pymes. Business Intelligence Big Data y* .
https://www.researchgate.net/publication/341448414_Analisis_y_evaluacion_de_la_Sos.
- Toscano-Hernández, A. E.-D.-B. (2020). Análisis y evaluación de la Sostenibilidad Empresarial: Herramientas de apoyo a la toma de decisiones y la medición del rendimiento en pymes. *Business Intelligence Big Data y Contabilidad Tridimensional*, May, 225–233.
<https://www.researchgate.net/publicat>.
- TURISMO, M. D. (2020). <https://www.turismo.gob.ec/>.
- Ulacia, Z. &. (2018). <https://repositorio.esпам.edu.ec/bitstream/42000/1509/1/LT002.pdf>.
- Velázquez, A. J. (2019). Gestión de la Innovación para la Sustentabilidad de las Empresas de Hospedaje. *Rosa Dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 11(4).

https://www.mendeley.com/catalogue/0d3fa0bb-aa3f-3b09-b2bded644072d35f/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=ope.

Yugcha, H. (2021). *Innovación y potencial humano, una relación que marca el turismo actual*.
<http://fipcaec.com/ojs/index.php/es> .