



# **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  
PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

---

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Licenciado  
en Turismo.

**Autor:**  
Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises

**Tutor:**  
Mendoza Poma Rodolfo Matius

**LATACUNGA – ECUADOR**  
**Agosto 2024**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises, con cédula de ciudadanía No. 0504375288, declaro ser autor del presente Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Ingeniero Mg. Rodolfo Matius Mendoza Poma, Tutor del presente trabajo; y, eximimo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Latacunga, 16 de agosto del 2024



Wilmer Moises Ilaquiche Toaquiza

C.C: 0504375288

**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 **ILAQUICHE TOAQUIZA WILMER MOISES**, identificado con cédula de ciudadanía **0504375288** de estado civil casado, a quien en lo sucesivo se denominará **EL 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.** - **EL CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Licenciatura en Turismo, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado “**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN PUJILÍ, 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: Abril – Agosto 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 29 de febrero del 2024

Tutor: Ing. Rodolfo Matius Mendoza Poma, Mg.

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

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

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

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

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- 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 **EL CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

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

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

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

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

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

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

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 16 días del mes de agosto del 2024.

Wilmer Moises Ilaquiche Toaquiza  
**EL CEDENTE**

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.  
**LA CESIONARIA**

## **AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

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

**“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, de Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del Aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la Pre defensa.

Latacunga, 16 de agosto del 2024



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

**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, el postulante: Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises, con el título del Proyecto de Investigación: **“ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN PUJILÍ, 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.

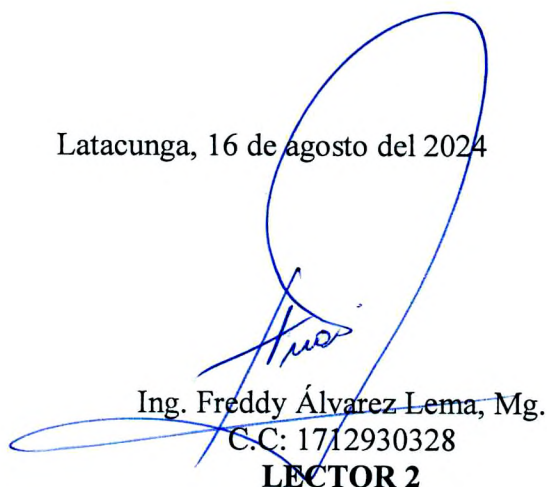
Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 16 de agosto del 2024



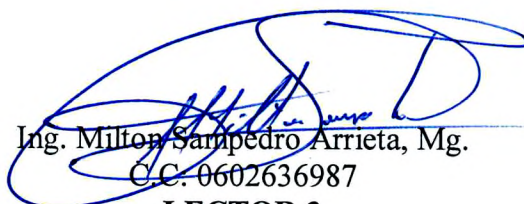
Lcdo. Manuel Abarca Zaquinaula, Mg.  
C.C: 1103989669

**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Ing. Freddy Álvarez Lema, Mg.  
C.C: 1712930328

**LECTOR 2**



Ing. Milton Sampedro Arrieta, Mg.  
C.C: 0602636987

**LECTOR 3**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradecer a Dios por brindar la oportunidad de concluir una fase más en mi vida, por brindar la capacidad de sobresalir ante todo lo acontecimiento que se ha presentado en mi trayectoria estudiantil.*

*A mi amada esposa, Jessica Jami, por su amor, paciencia y constante apoyo durante esta etapa de mi vida. A mi padre, Jorge Ilaquiche, por su sabiduría, aliento y ejemplo de perseverancia. A mi madre, Ana Toaquiza, por su inquebrantable apoyo y cariño incondicional.*

*De igual manera mis agradecimientos son para la Universidad Técnica de Cotopaxi, a la carrera de turismo y a mis docentes, quienes supieron brindarme sus conocimientos a lo largo de la carrera. Finalmente, quiero expresar mi más grande agradecimiento a mi tutor el Mg. Matius Mendoza, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y consejos se pudo culminar este proyecto.*

***Wilmer Moises Ilaquiche Toaquiza***

## **DEDICATORIA**

*El presente proyecto investigativo le dedico a todo poderoso, por dar fuerza y sabiduría para continuar en este proceso académico de obtener uno de mis anhelos más deseados.*

*De manera única y especial a mi abuelita Aluku, en el cielo, cuyo amor y sabiduría sigue guiándome desde lo más alto.*

*A mi esposa Jessica Jami, compañera incansable, confidente y cómplice en cada paso, tu apoyo inquebrantable y tu amor han sido pilares fundamentales en mi camino académico. Esta tesis no solo representa mi esfuerzo, sino también nuestra dedicación compartida.*

*A mi padre Jorge Ilaquiche y mi madre Ana Toaquiza, por su sacrificio, valores y enseñanzas. Gracias por creer en mí y por ser mi faro en la tormenta.*

*A toda mi familia, por estar siempre presentes, acompañando y apoyando moralmente a lo largo de etapa de mi vida.*

**Wilmer Moises Ilaquiche Toaquiza**

**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 PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**Autor:**  
Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises

**RESUMEN**

El presente proyecto de investigación radica en la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de alojamiento, que tuvo como objetivo de analizar las empresas de hospedajes del cantón Pujilí y provincia de Cotopaxi, mediante indicadores que permitió proponer estrategias de desarrollo y mejora para el servicio. El trabajo se realizó a base de dos metodologías de estudio: la Metodología InnoVaRSE y metodología BID, utilizando el método deductivo para inferir y concluir en los indicadores de los mismos, finalmente para evidenciar las preguntas científicas establecidas. Se trabajó con una población de 13 establecimientos registrados en catastro, por lo que, no fue necesario sacar la muestra. Los resultados obtenidos de la sostenibilidad se determinó un índice de 5,64, en una escala de 5 al 10, lo cual indica una mediana baja sostenibilidad. En cuanto a la competitividad dio un resultado general, en un porcentaje de 30,11%, ubicándose en un rango de 21% a 40%, en categoría baja. Los resultados obtenidos en base a una correlación de Spearman utilizando el software SPSS, indica que la variable de sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas de hospedaje de cantón Pujilí, tienen una correlación significativa del 0.21 esto quiere decir que si las empresas no aplican una de estas variables pueden fracasar, ya que van de la mano para poder sobresalir en el mercado turístico debido a que tienen una potencia de correlación del 63,2%, además indica que las variables deben ser consideradas de manera integral y abordadas de manera efectiva para lograr una ventaja competitiva sostenible en el mercado turístico. Finalmente se elaboró un análisis FODA con las matrices MEFE, MEFI, cruzada, evaluación de impactos, valoración y estratégica, en donde se analizó y se propuso en total 20 estrategias de mejora, las cuales se dividieron en función de las deficiencias de dimensiones de sostenibilidad y áreas de competitividad. En conclusión, al proponer las estrategias de mejora las empresas pueden llegar a competir y tener un mayor crecimiento a nivel local.

**Palabras claves:** Sostenibilidad, competitividad, hospedaje, correlación.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI**  
**FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES**

**THEME: “COLLECTIVE BRAND IN THE DEVELOPMENT OF SEPS, IN THE CASE OF SALCEDO’S ICE CREAM”**

**Author:**  
Ilaquiche Toaquiza Wilmer Moises

**ABSTRACT**

This research project focuses on the sustainability and competitiveness of tourism accommodation businesses, with the objective of analyzing the lodging businesses in Pujilí Canton, Cotopaxi Province, through indicators that allowed for the proposal of development and improvement strategies for the service. The study was based on two methodologies: the InnovaRSE Methodology and the IDB Methodology, using the deductive method to infer and conclude on the indicators, ultimately to address the established scientific questions. A population of 13 registered establishments in the cadastre was studied, so sampling was not necessary. The results regarding sustainability determined an index of 5.64 on a scale of 5 to 10, indicating a moderately low level of sustainability. As for competitiveness, a general result of 30.11% was obtained, placing it within a range of 21% to 40%, categorized as low. The results, based on a Spearman correlation using SPSS software, indicate that the sustainability and competitiveness variables of the tourism accommodation businesses in Pujilí Canton have a significant correlation of 0.21. This suggests that if businesses do not apply one of these variables, they may fail, as these variables must go hand in hand to stand out in the tourism market due to a correlation strength of 63.2%. Additionally, it indicates that these variables should be considered integrally and effectively addressed to achieve a sustainable competitive advantage in the tourism market. Finally, a SWOT analysis was conducted using MEFÉ, MEFÍ, cross matrices, impact evaluation, valuation, and strategy matrices, where 20 improvement strategies were analyzed and proposed. These strategies were divided based on deficiencies in sustainability dimensions and competitiveness areas. In conclusion, by proposing improvement strategies, businesses can compete and achieve greater growth at the local level.

**Keywords:** Sustainability, competitiveness, lodging, correlation.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	v
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
DEDICATORIA .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xvi
ÍNDICE DE FIGURA .....	xvii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	3
3. BENEFICIARIO.....	4
3.1. Beneficiarios directos .....	4
3.2. Beneficiarios indirectos .....	4
4. OBJETIVOS .....	5
4.1. Objetivo general .....	5
4.2. Objetivos específicos .....	5
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	6
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	8
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10

7.1.	Marco legal .....	10
7.2.	Ley de turismo .....	10
7.3.	Licencia única anual de funcionamiento .....	11
7.4.	Empresa de Alojamiento.....	11
7.5.	Clasificación de alojamiento.....	11
7.6.	Turismo.....	15
7.7.	Turismo en ecuador .....	15
7.8.	Turismo rural .....	16
7.9.	Sostenibilidad .....	16
7.9.1.	Oportunidades en clave a la sostenibilidad .....	18
7.9.2.	Turismo sostenible .....	18
7.9.3.	Desarrollo sostenible .....	19
7.9.4.	Dimensión social .....	20
7.9.5.	Dimensión económica .....	20
7.9.6.	Dimensión ambiental.....	20
7.9.7.	Sostenibilidad en las empresas turísticas.....	21
7.9.8.	Indicador de sostenibilidad.....	21
7.9.9.	Cómo se evalúa la sostenibilidad .....	21
7.9.10.	Innovación para la sostenibilidad de las empresas.....	22
7.9.11.	Sostenibilidad Empresarial.....	22
7.9.12.	Para medir la sostenibilidad .....	23
7.9.13.	Metodologías para medir la sostenibilidad.....	23
7.9.14.	Metodología InnovaRSE .....	31
7.9.15.	Fases del proceso InnovaRSE: .....	31
7.10.	Competitividad .....	32

7.10.1. La competitividad empresarial .....	33
7.10.2. Importancia de la competitividad en las empresas de hospedaje .....	34
7.10.3. Para que se mide la competitividad .....	34
7.10.4. Metodologías para medir la competitividad hotelera .....	35
7.10.5. Mapa de Competitividad del BID .....	45
7.10.6. Fases del mapa de la competitividad BID: .....	45
7.11. Análisis FODA .....	46
7.11.1. Metodología del FODA .....	46
7.12. Programa estadístico SPSS .....	47
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	48
8.1. Preguntas científicas .....	48
9. METODOLOGÍA .....	49
9.1. Descripción del área de estudio .....	49
9.2. Protocolo de investigación .....	50
9.3. Población .....	50
9.4. Metodología cuantitativa .....	51
9.4.1. Instrumento de recolección de datos .....	51
9.4.2. Cuestionario .....	51
9.4.3. Metodología InnovaRSE para evaluar la sostenibilidad .....	52
9.4.4. Metodología BID para evaluar la competitividad .....	53
9.5. Proceso de aplicación .....	55
9.5.1. Investigación de campo .....	55
9.5.2. Sistematización de datos .....	56
9.5.3. Variable de competitividad .....	57
9.5.4. Variable de sostenibilidad .....	57

9.6.	ANÁLISIS DE FODA .....	57
9.6.1.	Estrategias de mejora.....	59
9.6.2.	Prueba estadística de correlación .....	59
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN RESULTADOS.....	59
10.1.	Variable de la sostenibilidad.....	59
10.2.	Variable de Competitividad .....	62
10.2.1.	Análisis por empresa .....	70
10.2.2.	Índice de sostenibilidad y competitividad .....	78
10.3.	Prueba estadística de correlación.....	79
10.4.	Matriz de evaluación externa.....	80
10.5.	Matriz de evaluación interna .....	85
10.6.	Matriz FODA general .....	90
10.7.	Valoración de la matriz MEFI .....	93
10.8.	Matriz de evaluación MEFE.....	96
10.9.	Matriz Estratégica FODA .....	99
10.10.	Análisis estratégico.....	105
10.11.	Matriz de Resultados .....	110
11.	IMPACTOS.....	111
11.1.	Impacto económico.....	111
11.2.	Impacto Social .....	111
11.3.	Impacto Ambiental .....	111
12.	PRESUPUESTO DE ESTRATEGIA .....	112
13.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
13.1.	Conclusiones.....	113
13.2.	Recomendaciones .....	114

14. REFERENCIAS .....	115
15. APÉNDICE .....	123

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Beneficiarios directos .....	4
<b>Tabla 2</b> Beneficiarios indirectos .....	4
<b>Tabla 3</b> Sistematización de actividades .....	8
<b>Tabla 4</b> Clasificación de alojamiento .....	12
<b>Tabla 5</b> Metodologías para medir la sostenibilidad.....	24
<b>Tabla 6</b> Metodologías para medir la competitividad.....	36
<b>Tabla 7</b> Empresa de hospedaje turístico .....	50
<b>Tabla 8</b> Tabla para calcular el valor total ponderado de cada ítem .....	52
<b>Tabla 9</b> Rangos de la escala de la variable de sostenibilidad .....	52
<b>Tabla 10</b> Rangos de la sostenibilidad Rangos que determinan la Sostenibilidad.....	53
<b>Tabla 11</b> Áreas y sub áreas a estudiar la competitividad.....	53
<b>Tabla 12</b> Calificaciones de cada ítem. ....	54
<b>Tabla 13</b> Calificaciones de cada ítem. ....	55
<b>Tabla 14</b> Cronograma de salidas de campo. ....	55
<b>Tabla 15</b> Prueba estadística Spearman .....	79
<b>Tabla 16</b> Matriz de Evaluación Externa .....	82
<b>Tabla 17</b> Matriz de evaluación Interna .....	86
<b>Tabla 18</b> Matriz FODA general.....	91
<b>Tabla 19</b> Valoración Matriz MEFI. ....	94
<b>Tabla 20</b> Valoración De La Matriz EFE.....	97
<b>Tabla 21</b> Matriz Estratégica.....	100
<b>Tabla 22</b> Análisis estratégico.....	106
<b>Tabla 23</b> Matriz de Resultados .....	110
<b>Tabla 24</b> Presupuesto.....	112

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1</b> Mapa de Pujilí .....	49
<b>Figura 2</b> Mapeo de establecimientos de hospedaje de Sigchos .....	56
<b>Figura 3</b> Gráfico estadístico de la dimensión económica .....	60
<b>Figura 4</b> Gráfico estadístico de la dimensión ambiental .....	61
<b>Figura 5</b> Gráfico estadístico de la dimensión social .....	62
<b>Figura 6</b> Gráfico estadístico de planteamiento estratégico .....	63
<b>Figura 7</b> Gráfico estadístico de cadena de valor .....	64
<b>Figura 8</b> Gráfico estadístico de aseguramiento de la calidad .....	65
<b>Figura 9</b> Gráfico estadístico de merchandising .....	66
<b>Figura 10</b> Gráfico estadístico de contabilidad .....	67
<b>Figura 11</b> Gráfico estadístico de talento humano .....	68
<b>Figura 12</b> Gráfico estadístico de gestión ambiental .....	69
<b>Figura 13</b> Gráfico estadístico de sistema de información .....	70
<b>Figura 14</b> Índice de cada variable de estudio .....	78

## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título**

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

### **Fecha de inicio**

Abril 2024

### **Fecha de finalización**

Agosto 2024

### **Lugar de ejecución.**

Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi

### **Institución, unidad académica y carrera que auspicia**

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

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

### **Carrera:**

Licenciatura en Turismo.

### **Proyecto vinculado:**

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

### **Nombres de equipo de investigadores**

**Tutor:** Ing. Rodolfo Matius Mendoza Poma Mg.

**Número de cédula:** 1710448521

**Correo electrónico:** matius.mendoza@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0990805661

**Nombres y apellidos:** Wilmer Moisés Ilaquiche Toaquiza

**Correo electrónico:** wilmer.ilaquiche5288@utc.edu.ec

**Número telefónico:** 0983711425

**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.

**Sub – línea:**

Análisis del turismo

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En el siguiente trabajo de investigación se realizó el análisis de sostenibilidad y competitividad sobre los establecimientos turísticos de hospedaje, que se clasificaron en los hoteles, hosterías, hostales, haciendas y refugios donde está ubicado en cantón Pujilí. Como investigador predico el análisis necesario para las empresas, con la finalidad de fortalecer un mejor servicio.

Por otro lado, actualmente el sector turístico ha demostrado un desarrollo significativo y por ello se ha transformado en las industrias que abarca la economía mundial, que se origina los empleos e impulsa la conservación de la biodiversidad. Es fundamental efectuar la sostenibilidad en cada una de las empresas y que puedan volverse más competitivas para conservar en el mercado turístico, con el objetivo de generar beneficios sociales, ambientales y económicos.

Es primordial, que en el país se ha elaborado un análisis de sostenibilidad y competitividad a las empresas turísticas, con la finalidad de hacer conocer el entorno actual de cada establecimiento que han identificado sus posibles problemas y el desarrollo estratégicos de mejora.

Las características indicadas en los párrafos anteriores, fue fundamental en el cantón Pujilí lo que se ha efectuado el análisis de sostenibilidad y competitividad del estudio de las empresas, para producir más demandas turísticas que cuenta en la provincia de Cotopaxi, por esa razón se ha aplicado las metodologías de BID e InnoVARSE conociendo los puntos positivos y negativos de cada empresa, en ese camino llegado a obtener un servicio de calidad a nivel nacional.

### 3. BENEFICIARIO

#### 3.1. Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos de esta investigación son los propietarios de establecimientos turística de hospedaje, en totalidad de 13 empresas de alojamiento que se encuentran registrados en el catastro turístico.

**Tabla 1**

*Beneficiarios directos*

<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Propietario de empresas de hospedaje	13

*Nota: los datos son proporcionados por el MinTur, (2024).*

#### 3.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos en este proyecto de investigación fueron los habitantes del cantón Pujilí, cuenta con una población de 69.055 habitantes. Distribuidos en una parroquia urbana La Matriz y de seis parroquias rurales: Pilaló, Angamarca, Tingo La Esperanza, Zumbahua, Guangaje y La Victoria, Además las turistas que buscan alojamientos dentro del cantón Pujilí durante el año 2020 son aproximadamente de 84.376.

**Tabla 2**

*Beneficiarios indirectos*

<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Turistas Nacionales Y Extranjeros	84.376
Mujeres de cantón Pujilí	36.319
Hombres de Cantón Pujilí	32.736

*Nota: los datos de la población del cantón Pujilí son tomado por el INEC, (2023), los datos son proporcionados por el Pacheco & Herrera, (2021), Carrasco Ruano, (2019).*

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo general**

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

### **4.2. Objetivos específicos**

- Evaluar el nivel de sostenibilidad aplicando la metodología de InnoVARSE, en las empresas de hospedaje en el cantón Pujilí.
- Medir el nivel de competitividad aplicando la metodología de BID, en las empresas de hospedaje en el cantón Pujilí.
- Proponer estrategias de mejora para las empresas turística analizada mediante la FODA, con los factores internos y externos.

## 5. 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 & Guzmán-Hernández, (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 el autor Wong (2020), manifiesta, la competitividad a nivel global se ha convertido en un nuevo paradigma implementado por las empresas turísticas, pero algunos estudios confunden con los factores que lo generan en los indicadores de medición. Así mismo donde permite realizar comparaciones a las empresas hospedajes en los entornos similares.

Según Toscano-Hernández et al., (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.

Según Torres et al., (2020), Ecuador no cuenta con una adecuada gestión por los establecimientos de hospedaje, incluso han creado estrategias sostenibles para permanecer en el tiempo, pero ninguna ha logrado cristalizarse, debido a que progresivamente se ha ido expandiendo al no haber algún tipo de compromiso por parte de las empresas para llevar una competitividad adecuada en su sector. Como consecuencia al no tratar adecuadamente el alojamiento puede resultar en una mala calidad del servicio, falta de capacitación personal y

mantenimiento de las instalaciones. Esto puede afectar en total negativo a la práctica del turismo y hacer que la institución sea menos competitiva.

Dentro del cantón Pujilí existen algunos alojamientos que teóricamente cumplen con la función de sostenibilidad y esta le da paso hacer literalmente competitiva, en la actualidad no existen análisis que demuestran al tema propuesto, sin embargo, existen tesis y planes que buscan un desarrollo sostenible dentro del área turística en general.

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

**Tabla 3**

*Sistematización de actividades*

Sistematización de tareas						
Objetivo	Actividades	Resultado esperado	Metodología			
			Tipo de investigación	Métodos	Técnicas	Instrumentos
Evaluar el nivel de sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar la localidad de estudio.</li> <li>- Elaborar un cronograma de salidas de campo</li> <li>- Aplicar el cuestionario de metodología InnoVARSE a los dueños de las empresas de hospedaje.</li> <li>- Sistematizar la información recolectada.</li> <li>- Interpretar los resultados obtenidos.</li> <li>- Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre 2 variables de estudio SPSS.</li> </ul>	-Nivel de las empresas de hospedaje en la sostenibilidad.	Descriptivo	Cuantitativa	-Metodología InnoVARSE Navarra, (2020):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario</li> <li>- Artículos científicos</li> <li>- Libros</li> </ul>

Medir el nivel de competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificar la localidad de estudio.</li> <li>-Elaborar un cronograma de salidas de campo.</li> <li>-Aplicar las encuestas en base a la metodología del BID a los dueños de las empresas de hospedaje.</li> <li>-Sistematizar la información recolectada.</li> <li>-Interpretar los resultados obtenidos.</li> <li>-Aplicar pruebas estadísticas de correlación entre las 2 variables de estudio SPSS.</li> </ul>	Nivel de las empresas de hospedaje del cantón Pujilí en el enfoque competitivo.	Descriptivo	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metodología</li> <li>Mapa de Competitividad del BID</li> <li><b>Saavedra García, (2012):</b></li> <li>1. Diagnóstico estratégico.</li> <li>2. Análisis económico financiero.</li> <li>3. Diagnósticos funcionales.</li> <li>4. Análisis de la competitividad.</li> <li>- Prueba de Spearman SPSS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario</li> <li>- Artículos científicos</li> <li>- Libros</li> </ul>
Proponer estrategia de mejora para las empresas turísticas de hospedaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar un análisis FODA MEFI MEFE.</li> <li>-Identificar los problemas a partir de los resultados estadísticos</li> <li>-Proponer estrategia de mejora para las empresas de hospedaje.</li> </ul>	-Estrategias definidas.	Diagnóstico	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matriz de evaluación de, FODA – MEFE – MEFI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículos Científicos</li> </ul>

---

**Nota:** *Elaborado por Wilmer Ilaquiche*

## **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 actividades asociadas a la temática en tanto el uso de recursos culturales y naturales dentro de un sector en específico, el turismo ejerce la actividad 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: con bomberos, permisos de suelo y servicios básicos. (Art 55).

Este párrafo enfatiza la importancia del cumplir los requisitos legales y regulatorios para el funcionamiento adecuado de los 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 los establecimientos turísticos puedan operar de manera regular y legal.

### **7.4. Empresa de Alojamiento**

Ulacia & Blanco, (2018), menciona que alojamiento turístico se encuentra definido como un conjunto de bienes que son destinados rectamente 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, se establece como un conjunto de instalaciones destinadas a proporcionar servicios de hospedaje temporal a los 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 Ministerio de Turismo, (2016), 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 4**

*Clasificación de alojamiento*

<b>TIPO</b>	<b>CARACTERÍSTICA</b>	<b>CATEGORÍAS DEL HOTEL</b>
Hotel H	Habitaciones privadas	Va desde 2 a 5 estrellas.
	Baño privado	
	Servicio de alimentos	
	Restaurante	
	Cafetería	
Hostal HS	Mínimo 5 habitaciones	Va desde 1 a 3 estrellas.
	Habitaciones privadas	
	Habitaciones compartidas	
	Baño privado	
	Servicio de alimentación.	
Hostería HT	Mínimo 5 habitaciones	Va desde 3 a 5 estrellas.
	Habitaciones o cabañas privadas	
	Cuartos de baño	
	Bloques independientes	
	Mínimo 5 habitaciones	

Hacienda	Habitaciones privadas Cuartos de baño	Va desde 3 a 5
Turística HA	privado o compartido Localizado en parajes naturales o a centros poblados Servicio de alimentos y bebidas Mínimo 5 habitaciones	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 Prestación 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	Tiendas de campaña Mínimo cuartos de baño compartidos Terrenos o áreas delimitadas	Categoría única.
Turístico CT	Facilidad de preparación de alimentos al exterior Seguridad y señalética interna en toda su área	

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

---

*Nota: Reglamento de alojamiento (2016)*

## **7.6. Turismo**

Según, Mora Pisco et al., (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 & Teotónio, (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 et al., (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. Turismo rural**

Según, Moral María & María Sánchez, (2019), A pesar del creciente interés por la literatura existente sobre turismo rural, Sin embargo, la definición conceptual de este término es una tarea de la que no se puede prescindir. La complejidad debida a múltiples significados o clasificaciones no existe actualmente gracias al consenso de investigadores de diferentes disciplinas explorando el turismo rural.

El autor manifiesta sobre el interés creciente de una parte de la Literatura del turismo rural donde permite fortalecer a los investigadores en diferentes ámbitos.

El autor Mendoza, (2016), menciona que en Ecuador tiene una población de la diversidad étnica con su propia cosmovisión y cultura, combinada con varios destinos turísticos reconocidos como patrimonio cultural por la UNESCO y muchos hermosos lugares de belleza natural, han alentado a las comunidades locales a participar en actividades turísticas.

La población de la diversidad de cada territorio contiene diferentes tradiciones y costumbres donde participan con las diferentes actividades turísticos, eso conlleva reconocido en nuestro país.

### **7.9. Sostenibilidad**

Según, Cortés Mura & Peña Reyes, (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 sostenible.

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 & Reina, (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, Aguiar 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 et al., (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 & Cazares, (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.

#### ***7.9.1. Oportunidades en clave a la sostenibilidad***

Según, Arévalo Hernández & Sosa Márquez, (2015), menciona las diferentes manifestaciones en el mundo confirman que la existencia misma del turismo puede ejercer presión sobre el poder del medio ambiente que utiliza, mientras que las actividades turísticas pueden socavar los cimientos mismos de los que depende.

La sostenibilidad son las fuertes presiones sociales y ambientales causadas por el crecimiento de las actividades turísticas y el deterioro de los recursos en varios destinos turísticos alrededor del mundo.

#### ***7.9.2. Turismo sostenible***

Según, Comisión Económica para América Latina, (1999), menciona que es una actividad turismo lucrativa, pero está enfocada al cuidado y preservación de su entorno y el medio ambiental, 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 & Fontrodona, (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.

### ***7.9.3. Desarrollo sostenible***

Es la base primordial para los principales iniciativas de desarrollo e implementación de acuerdo (Jacqueline et al., 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 Peru 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.

#### **7.9.4. Dimensión social**

López et al, (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.

#### **7.9.5. 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.

#### **7.9.6. Dimensión ambiental**

Según, Córdor 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.

### **7.9.7. Sostenibilidad en las empresas turísticas**

Tomás Azcárate, Javier Benayas, (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 & Trejo, (2019).

### **7.9.8. Indicador de sostenibilidad.**

Quiroga, (2007), 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.

### **7.9.9. Cómo se evalúa la sostenibilidad**

Según, Serrano-Amado et al., (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.

#### **7.9.10. Innovación para la sostenibilidad de 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 inconveniente, de esa manera ganar el satisfecho para los clientes.

#### **7.9.11. Sostenibilidad Empresarial**

Según, Toscano-Hernández et al., (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 & Guzmán-Hernández, 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 & Giraldo, (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.

### ***7.9.12. Para medir la sostenibilidad***

Según, Lagunas-Vázquez et al., (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 et al., 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.

### ***7.9.13. 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 5

*Metodologías para medir la sostenibilidad.*

<b>METODOLOGÍA</b>	<b>AUTORES Y DETALLE GENERAL</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<b>Índice de Desarrollo Sustentable</b>	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.
<b>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</b>	(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.
<b>Modelos de gestión aplicados a la sostenibilidad empresarial</b>	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.
<b>Estudio de la sostenibilidad en destinos turísticos a través de la</b>	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	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.

<p><b>participación comunitaria: el caso de la Costa del Sol</b></p> <p><b>Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba)</b></p>	<p>Según (Albert &amp; Nel, 2012) se evalúa la estructura territorial económica y los cambios del uso ambiental.</p>	<p>corrientes, el porcentaje de centros</p> <p>Los indicadores miden la accesibilidad interna y externa, ingresos generados por el turismo, generación de residuos, el consumo de energías renovables y no renovables.</p>	<p>Se basa en un estudio de ingresos turísticos. Analiza la parte social y económica.</p>	<p>Datos no exactos tanto de la actividad turística como del consumo de energías.</p>
<p><b>Administración de la planta turística y el desarrollo del turismo sostenible</b></p>	<p>De acuerdo a (Fernández, 2009) se mide la productividad, la integridad y el bienestar social.</p>	<p>Los indicadores se basan en el concepto urbano y el desarrollo abstracto de la idea de ambiente.</p>	<p>Enfocada en la conservación empresarial y analiza los estudios ambientales, sociales y de producción.</p>	<p>Más interés por la parte urbana que por el aspecto ambiental.</p>
<p><b>Criterios de sustentabilidad en áreas naturales y rurales orientadas al desarrollo local y la aplicación de buenas prácticas en turismo</b></p>	<p>(Márquez et al., 2015) se fundamentan en la sostenibilidad eficaz, maximizando los beneficios sociales en las comunidades.</p>	<p>Los indicadores son el inventario del patrimonio, oportunidades locales de trabajo y reducción de los residuos sólidos.</p>	<p>Ayuda a tener un conocimiento cultural. Análisis de los sitios turísticos visitados. Protege el patrimonio cultural.</p>	<p>Escases de inventarios con respeto a la parte cultural.</p>
<p><b>Turismo como elemento para el desarrollo sostenible. Revisión bibliográfica</b></p>	<p>De acuerdo a (Torres, 2017) evalúa la parte ambiental, social y económico.</p>	<p>Los indicadores están enfocados en el medio ambiente, los recursos no renovables y el dinero mediante procesos de producción.</p>	<p>Realiza análisis mediante la ubicación. Analiza a partir de la cultura. Protege al ambiente.</p>	<p>Dificultades para el acceso a su ubicación.</p>
<p><b>Género, Medio Ambiente Y Sustentabilidad Del Desarrollo</b></p>	<p>Señala (Rico, 1998) que se evalúa mediante criterios contextuales, ubicación y enfoque relacional.</p>	<p>Los indicadores se fundamentan en una matriz en la que se insertan tanto la cotidianidad de las personas</p>	<p>Igual de género a trabajos en empresas de manera sostenible. Logra el desarrollo político, ambiental, y económico.</p>	<p>Poco interés de los actores de las empresas.</p>

---

		como las definiciones de políticas.		
<b>Marginación, contaminación y sustentabilidad en el desarrollo turístico de Punta Diamante en la Ciudad de Acapulco, México</b>	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.
<b>Sistema productivo a turístico y desarrollo local</b>	De acuerdo (Madruga Torres, 2021) evalúa por el sistema conceptual, local, económico y político.	Los indicadores se enfocan en Coordinación mediante el Sistema Organizativo e Institucional que tenga el territorio.	Estudio conjunto con actores gubernamentales.	Escasez de instrumentos teóricos y metodológicos propios.
<b>Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad del turismo a escala local</b>	Según (Jiménez & Martín, 2017) evalúan dimensiones como: económicas, empleos, control de entrada y recursos de las comunidades.	Los indicadores son el número de pernoctaciones por mes, y la rentabilidad hotelera.	Desarrollo de las comunidades. Control de turistas.	Poco interés de actores clave.
<b>Valoración de la sostenibilidad turística del municipio de Usiacuri mediante la implementación de un sistema de indicadores</b>	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.

<b>Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica</b>	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.
<b>Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia</b>	Según (Oliveros Ocampo & Beltrán Vargas, 2018) mide mediante el proceso de cálculo de los índices descriptivos.	Los indicadores se basan en rangos y sumas de variables.	Análisis económico turístico de las empresas. Guía de buenas prácticas para prestadores. Análisis SPSS.	Falta de información por parte de la empresa.
<b>Sistema de indicadores de sostenibilidad del desarrollo del turismo: un estudio de caso del municipio de Areia – PB</b>	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.
<b>Indicadores de sustentabilidad para la actividad turística, una propuesta de monitoreo usando criterios de análisis</b>	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.

<p><b>Selección e indicadores para la evaluación del desarrollo sostenible de un destino turístico. Aplicación al municipio de Gijón</b></p>	<p>En base a (Álvarez Díaz, 2015) evalúa el impacto medioambiental, social, cultural y económico.</p>	<p>Los indicadores son los visitantes a lugar de interés históricos y establecimientos de alojamiento con certificados de calidad.</p>	<p>Desarrollo del lugar turístico. Analiza el medio ambiental.</p>	<p>Inexistencia de información. Poco interés de las empresas con respecto a la sostenibilidad.</p>
<p><b>Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en la ciudad de Zaragoza</b></p>	<p>Según (Medrano Aranda &amp; Lardiés Bosque, 2014) evalúa temáticas aplicadas a la ciudad Zaragoza.</p>	<p>Los indicadores se fundamentan en tendencias del turismo, en la infraestructura turística, residuos sólidos, transporte y movilidad.</p>	<p>Estudios sobre turistas. Análisis sobre transportes.</p>	<p>Escasa interés por parte de los prestadores.</p>
<p><b>Evaluación de la sustentabilidad del turismo de salud en Michoacán, México</b></p>	<p>En base a (Arévalo Pacheco et al., 2015) evalúa la sostenibilidad mediante Indicadores del MESMIS</p>	<p>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 regular, 80 sustentable y 100 muy sustentable.</p>	<p>Estudio de sostenibilidad en áreas naturales. Aporte al desarrollo de recursos naturales.</p>	<p>Poca información apropiada para estudiar el caso.</p>
<p><b>Sustainable Tourism Indicators and Destination Management</b></p>	<p>De acuerdo al (Minister of Tourism and Environment, 2007) evalúa las etapas del proceso de elaboración de productos, organización y crecimiento.</p>	<p>Los indicadores se enfocan en un inventario de fuentes de datos</p>	<p>Monitorios regulares de la producción</p>	<p>Poca colaboración por los prestadores.</p>

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

<b>Medición de la sustentabilidad turística en una pequeña localidad costera a través de indicadores, barómetros y consulta a expertos.</b>	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 servicios básicos mediante el análisis de los patrones de consumo local.	Analiza el turismo local. Estudia los recursos naturales. Incremento de la parte económica.	Dificultad de acceso a información.
<b>Sostenibilidad y Desarrollo Local: Procedimientos para la Evaluación Integrada de los Destinos Turísticos</b>	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.
<b>Análisis del turismo sustentable en Mahahual a través de un sistema de indicadores</b>	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.
<b>Metodología InnovaRSE</b>	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 d

**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.

#### ***7.9.14. 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.

#### ***7.9.15. Fases del proceso InnovaRSE:***

**7.9.15.1. 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.

**7.9.15.2. 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.

**7.9.15.3. 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.

### **7.10. Competitividad**

Según, Medeiros et al., (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 & Baz, (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.

Según, Zambrano, (2010), Se han realizado varios análisis sobre la competitividad del Ecuador, tema que constituye un desafío importante para las empresas porque puede generar ventajas en el mercado laboral. Además, mencionó que la clave es la diferenciación de la empresa y el enfoque en la mejora continua para generar potenciales beneficios sostenibles en el largo plazo.

### ***7.10.1. La competitividad empresarial***

Según, Labarca & Zulia, (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 calidad.

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.

(Hurtado-Yugcha et al, 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 et al., (2012) en 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 & Real-Pérez, (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.

### ***7.10.2. Importancia de la competitividad en las empresas de hospedaje***

Según, Millán-García & Gómez-Díaz, (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.

### ***7.10.3. 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.

Según Manosalvas & Manosalvas, (2020), menciona los mecanismos de búsqueda pueden permitir a las empresas mejorar su estatus e ingresos en la competencia del mercado, es decir, las empresas tienden a crear métodos de producción, servicio, organización, etc. de eficiencia y mejora que se reflejan en la calidad.

#### ***7.10.4. 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 6

*Metodologías para medir la competitividad.*

<b>METODOLOGÍA</b>	<b>AUTORES Y INDICADORES</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>	
<b>Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales.</b>	Esta metodología 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.
<b>Análisis de modelo de gestión triple hélice como impulsor de la transformación digital en el Valle de Tecomán, Colima, México.</b>	Esta metodología 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.	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.	Trabajo mediante muestra poblacional. Estudio interno de la empresa. Servicios y preferencias del cliente.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
<b>El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y</b>	Esta metodología pertenece a: Lillo (2007), Trata sobre la evaluación de competitividad	Varios de los indicadores nos muestran una evaluación interna de la empresa, desde la normativa general, sus objetivos	Integración y planeación de mercado. Fomento de programas productivos. Desarrollo productivo a	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a

<b>turística Cartagena.</b>	<b>en</b> 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.	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.	empresas, y empresas de producción. Utilización FODA.	empresas. Metodología extensa
<b>Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana.</b>	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.	Los indicadores se analizan desde el proceso productivo, oferta, y los apoyos institucionales que la empresa recibe.	Análisis exacto de la demanda, y mercado. Éxito en relaciones interempresariales. Mejora y capacitaciones al personal.	Información necesaria privada con poco acceso. Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.
<b>Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.</b>	Según Clavijo (2020), la competitividad empresarial se mide internamente hacia lo externo.	Los indicadores desde la capacidad directiva, recursos tecnológicos.	Análisis innovador Impulso de mejora interno. Análisis financiero.	Poco interés de los actores clave.
<b>Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California.</b>	Ibarra (2017), esta metodología como se explica con anterioridad estudia todo el proceso de funcionamiento, producción y comercialización, esta	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. Inaccessibilidad a empresas.

---

metodología se aplicó en Baja California.

<b>Metodologías de diseño para innovación y relación con competitividad empresarial.</b>	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 <sup>a</sup> – 17j / 18. 18 <sup>a</sup> . – 18j / 19. 19 <sup>a</sup> . – 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. Inaccessibilidad a empresas.
<b>Metodología de Gestión por Competencias Asumiendo la Norma Cubana sobre Gestión de Capital Humano.</b>	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.
<b>Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú).</b>	Benites Gutiérrez (2020), proponen analizar la competitividad mediante los factores de capital humano, financiero, calidad, y tecnología empresarial.	Varios de los indicadores están relacionados a encuestas de calidad, producción, calidad, eficacia, interna y externa de la empresa, y su herramienta para medir cada indicador son escalas de números enteros.	Estudios de valor de mercado. Estudios de valor de clientes. Estudios culturales.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.

<b>Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos.</b>	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. Inaccesibilidad a empresas
<b>Metodología de evaluación del nivel de competitividad de las pymes.</b>	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. Inaccesibilidad a empresas.
<b>Innovación y Competitividad Empresarial.</b>	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.

<b>Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico.</b>	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.
<b>Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. Competitividad en las Organizaciones.</b>	Saavedra-García et al. (2020), estudian la competitividad desde el tamaño, y sector, esta metodología se aplicó en México. Ramírez et al. (2018), proponen una metodología que estudie la competitividad empresarial desde el factor social y sus características.	Los indicadores parten desde el plan de comercialización y sus procesos. Mercado, estrategias, precio, distribución, competidores, entre otros. 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.	Conectividad empresarial Análisis PYME. Análisis interno y externo. Mejora empresarial. Impulso de personal positivo. 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. Inaccesibilidad a empresas. Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccesibilidad a empresas.
<b>Propuesta metodológica para la exportación de productos artesanales en Pymes ecuatorianas, caso de estudio.</b>	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.

<b>La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo.</b>	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.
<b>Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial.</b>	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.
<b>El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico.</b>	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.
<b>Factores e indicadores de competitividad hotelera.</b>	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. Inaccessibilidad a empresas.

<b>Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial.</b>	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.
<b>Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial.</b>	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.
<b>Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).</b>	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.
<b>Análisis De La Competitividad De Las Pymes Del Sector Turismo, En El Distrito Metropolitano De Quito En El Período 2013-2014.</b>	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.
<b>Estudios de Competitividad.</b>	Leal et al. (2015), evalúa la competitividad desde la	Los indicadores van desde la planificación estratégica, compromiso directivo,	Propuestas de conservación y eliminación. Análisis	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación.

	capacidad de operación, y administrativa.	manuales, contratos rentabilidad, costos, entre otros.	interno y externo empresarial. Enmarcaciones de visión y objetivos a futuro.	Inaccessibilidad a empresas.
<b>Propuesta metodológica para el análisis de competitividad empresarial en la pequeña y mediana agroindustria alimentaria.</b>	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.
<b>Cuaderno Técnico N°14 Algunos Ejemplos De Cómo Medir La Competitividad.</b>	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. Inaccessibilidad a empresas.
<b>Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19.</b>	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 basa en porcentajes.	Análisis de requerimientos básicos. Análisis de eficiencia. Mejoras en innovación.	Poco interés de los actores clave. Poca información destinada a la evaluación. Inaccessibilidad a empresas.
<b>Construcción de indicadores para la competitividad. Caso de empresas dirigidas por</b>	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.

---

**mujeres en la región  
de Xalapa.**

<b>Metodología para la evaluación del potencial competitivo en pequeñas y medianas empresas basado en el esquema de capacidades internas.</b>	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.
---	--	--	---	--

---

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

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.

#### ***7.10.5. Mapa de Competitividad del BID***

Según, Saavedra, (2012), establece que la 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 la 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.

#### ***7.10.6. Fases del mapa de la competitividad BID:***

##### **7.10.6.1. Diagnóstico estratégico:**

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

##### **7.10.6.2. Análisis económico financiero:**

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

#### **7.10.6.3. Diagnósticos funcionales:**

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

#### **7.10.6.4. 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.

### **7.11. 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.

#### **7.11.1. 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:

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

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

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

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

**7.11.1.5. 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.

**7.11.1.6. Evaluación a los problemas:** se efectuará la sumatoria correspondiente.

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

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

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

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

## **7.12. Programa estadístico SPSS**

Esta herramienta informática menciona Rivadeneira et al., (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.**

**¿Existe correlación entre la sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de hospedaje?**

Sí, existe una correlación en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí, se encontró un resultado de correlación significativa del 0,21 y tiene una fuerza de 63,2, lo que representa que las dos variables se mueven en una misma dirección.

### **8.1. Preguntas científicas**

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

El índice de sostenibilidad que tienen las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí, es de 5,64 en general, se ubica en una escala del 5 al 10, así una empresa se encuentra con buenas prácticas, nueve empresas en procesos de mejora y 3 empresas en áreas de mejora, lo que significa que la mayoría de las empresas tienen falencias en las 3 dimensiones: social, económico y ambiental, porque algunas empresas se desconocen cómo pueden utilizar la sostenibilidad a favor en sus negocios.

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

El índice competitivo de las empresas turísticas de alojamiento del cantón Pujilí es de 30,11, en una escala de 21% a 40%, lo que significa que los establecimientos tienen baja competitividad, porque no cumplen específicamente lo requerido o no les interesa implementar nuevas herramientas para crecer en mercado. También los problemas son internos por el mal manejo administrativo de las empresas.



con los cantones Saquisilí, Sigchos y Latacunga, Sur: con el cantón Pangua, y provincia de Bolívar y Tungurahua, Este: con los cantones de Salcedo y Latacunga, Oeste: con el cantón La Maná. MAGAP, (2015).

## 9.2. Protocolo de investigación

Presente proyecto de la tesis está enfocado en la investigación cuantitativa, de tipo transversal dado que las variables de investigación se midieron una sola vez, con un alcance relacionada. El trabajo se realizó a base de dos metodologías de estudios: la Metodología InnovaRSE y la metodología BID, utilizando el método deductivo para inferir y concluir en los indicadores de los mismos, para finalmente evidenciar la hipótesis establecida.

## 9.3. Población

El presente proyecto de tesis tiene una población de estudio de 13 establecimientos hoteleros categorizados legalmente dentro del cantón Pujilí, al ser una localidad de estudio muy pequeña, no existe la necesidad de calcular una técnica de la muestra de estudio.

**Tabla 7**

*Empresa de hospedaje turístico*

NÚMEROS	EMPRESAS
1	HOSTERÍA EL ALISO
2	HOSTERÍA DE HOMERO
3	LA POSADA DE TIGUA
4	HOSTAL EL DANZANTE
5	HOSTERIA ALPAKA QUILOTOA
6	HOSTERIA RUNA WASI
7	HOSTERIA CHUKIRAWA
8	HOTEL NAVARDUN
9	HOSTAL MARTITA'S HOUSE
10	CTC LAGO VERDE QUILOTOA
11	HOSTERIA IMPERIAL ZUMBAHUA
12	HOSTERIA ÑUNGAÑAN
13	CASA LA VICTORIA

#### **9.4. Metodología cuantitativa**

Para el presente proyecto de titulación se utilizó, la metodología cuantitativa para el inicio de investigación y sustentar la hipótesis realizada, además de ello se tomó en cuenta la metodología diseñada por el autor (Monje Álvarez, 2011), los cuales mencionan que es posible realizar un proceso metodológico partiendo de las variables, donde trabajamos con dos variables, sostenibilidad y competitividad, y una hipótesis a la cual queremos llegar a corroborar, llegando a un alcance relacional.

##### **9.4.1. Instrumento de recolección de datos**

##### **9.4.2. Cuestionario**

En análisis de metodologías encontradas en una base teórica con un total de 60 metodologías definidas, se tomó la decisión de seleccionar la metodología Innovarse, y BID, para analizar la sostenibilidad y competitividad de las empresas, puesto que existe una gran relación y enfoque en cuanto a la actividad turística, además de la relación de impactos sociales, ambientales y económicos. Para evaluar el nivel de sostenibilidad se realizó un cuestionario diseñado por tres dimensiones: económico, ambiental, y social, existen 10 ítem por cada dimensión, los cuales están enfocados al manejo interno en relación a la actividad externa. Se evaluó estos ítems en escala de 1 a 10, determinando su categorización 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 medir el nivel de competitividad, realizó un cuestionario a base a 8 áreas generales y sub áreas, en total se presentan 103 ítems, de evaluación. Para determinar los resultados se categoriza una escala de 1 a 5, en un rango de 0% a 20%, siendo (1) 0% a 20%, muy baja competitividad, (2) 21% - 40%, baja 50 competitividad, (3) 41% - 60%, mediana competitividad, (4) 61% - 80 %, alta competitividad, y (5) 81% - 100% muy alta competitividad Saavedra (2012).

### 9.4.3. Metodología InnovaRSE para evaluar la sostenibilidad

Para el primer objetivo se utilizó la metodología InnovaRSE a través de un cuestionario que se conformó por 30 ítems, 10 preguntas para cada dimensión, en donde se realizó las encuestas a los propietarios o gerentes de los establecimientos. La calificación fue dada en escala de 1 a 10, con el afán de definir cuál es el nivel de sostenibilidad de la empresa en base a su ponderación. Para los resultados finales se sumó el valor de cada dimensión obtenida en cada ítem, luego se sumó las dimensiones y se las dividió para tres, que dio como un resultado general de variable de la sostenibilidad.

**Tabla 8**

*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)*

Luego se realizó un estudio para observar en que escala estaba ubicado cada empresa turística, donde se dio la verificación sobre la valoración de cada una de los establecimientos, utilizando los rangos de siguiente manera: 3 o inferior fueron áreas de mejora, de 4 a 6 fueron procesos de mejora y de 7 a 10 fueron buenas prácticas.

**Tabla 9**

*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)*

Finalmente se consideró el rango de la sostenibilidad de cada empresa, en cual la valoración va del 0 al 10 y en porcentajes del 0% al 100%.

**Tabla 10**

*Rangos de la sostenibilidad Rangos que determinan la Sostenibilidad*

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

*Nota: adaptado a la Metodología Navarra, (2020)*

#### **9.4.4. Metodología BID para evaluar la competitividad**

Para el segundo objetivo se utilizó la metodología desarrollada por el BID, donde se realizó una encuesta a los propietarios de las empresas turísticas, en lo cual se usaron 103 preguntas, que se dividieron en ocho áreas: planeación estratégica, aseguramiento de calidad, cadena de valor, contabilidad y finanzas, merchandising, gestión ambiental, sistemas de información y talento humano.

**Tabla 11**

*Áreas y sub áreas a estudiar la competitividad.*

<b>AREAS</b>	<b>SUB AREAS</b>
Planeación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de planeación estratégica</li> <li>• Implementación de la estrategia</li> </ul>
Producción y compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y proceso de producción</li> <li>• Capacidad del proceso</li> <li>• Mantenimiento</li> <li>• Investigación y desarrollo</li> <li>• Aprovisionamiento</li> <li>• Manejo de inventarios</li> <li>• Ubicación e infraestructura</li> </ul>

Aseguramiento de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos generales de la calidad</li> </ul>
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de calidad</li> <li>• Mercado nacional: mercadeo y ventas</li> <li>• Mercado nacional: servicios</li> <li>• Mercado nacional: distribución</li> </ul>
Contabilidad y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo de costos y contabilidad</li> <li>• Administración financiera</li> <li>• Normas legales y tributarias</li> </ul>
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos generales</li> <li>• Capacitación y promoción del personal</li> <li>• Cultura organizacional</li> </ul>
Gestión ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud y seguridad industrial</li> <li>• Política ambiental de la empresa</li> <li>• Estrategia para proteger el medio ambiente</li> <li>• Concientización y capacitación del personal en temas ambientales</li> <li>• Administración del desperdicio</li> </ul>
Sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación del sistema</li> <li>• Entradas</li> <li>• Procesos</li> <li>• Salidas</li> </ul>

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

## Tabla 12

*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 13***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)*

## 9.5. Proceso de aplicación

### 9.5.1. Investigación de campo

Para empezar a realizar las encuestas en las empresas turísticas y cumplimiento con el primer y segundo objetivo se diseñó un cronograma de salidas de campo, donde se observó las evidencias, la fecha, hora, ubicación, el nombre del establecimiento y propietarios de las empresas. Consecuentemente de las metodologías de aplicación a los establecimientos hoteleros del cantón Pujilí, se creó un mapeo del recorrido para realizar las encuestas, dicho recorrido tuvo una duración de 5 salidas de campo, en donde se logró entrevistar a 13 establecimientos que se encuentran registrados en el catastro.

**Tabla 14***Cronograma de salidas de campo.*

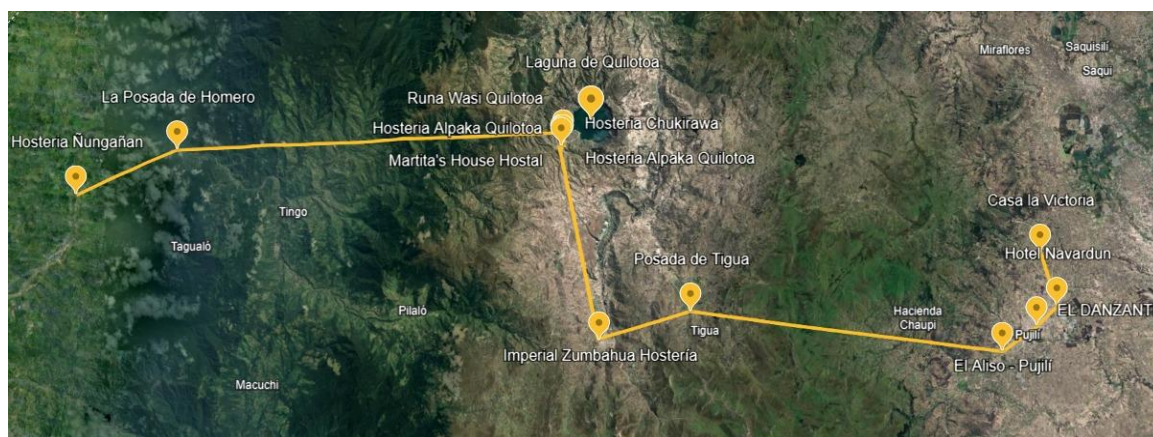
FECHA	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO	DUEÑO O GERENTE	OBSERVACIONES
27-04-2024	Pujilí	HOSTERÍA ALISO	EL Ing. Hugo Segovia	S/N
29-04-2024	Tingo	HOSTERÍA POSADA HOMERO	LA Sr. Homero Hidalgo	S/N
12-05-2024	Guangaje	LA POSADA TIGUA	DE Sra. Margarita Ricaurte	S/N
27-04-2024	Pujilí	HOSTAL DANZANTE	EL Sra. Mónica Jacome	S/N

05-05-2024	Zumbahua	HOSTERIA ALPAKA QUILOTOA	Sr. Humberto Latacunga	S/N
05-05-2024	Zumbahua	HOSTERIA RUNA WASI	Sra. Petrona Guamangate	S/N
05-05-2024	Zumbahua	HOSTERIA CHUKIRAWA	Lic. Manuel Latacunga	S/N
12-05-2024	Pujilí	HOTEL NAVARDUN	Sr. Edwin Ronquillo	S/N
05-05-2024	Zumbahua	HOSTAL MARTITA'S HOUSE	Sr. Arturo Latacunga	S/N
05-05-2024	Zumbahua	CTC LAGO VERDE QUILOTOA	Sr. Juan Manuel Latacunga	S/N
27-04-2024	Zumbahua	HOSTERIA IMPERIAL ZUMBAHUA	Cuchiparte Luzmila	S/N
29-04-2024	Tingo	HOSTERIA ÑUNGAÑAN	Ing. María Hurtado	S/N
22-05-2024	La Victoria	CASA LA VICTORIA	LA	S/N

*Nota: Elaborado por Wilmer Ilaquiche*

## Figura 2

### *Mapeo de establecimientos de hospedaje de Sigchos*



**Nota:** *Adaptado de Google earth.*

### 9.5.2. Sistematización de datos

De los 13 establecimientos registrados en el catastro turístico, brindaron información para llevar a cabo las encuestas. Para recopilar la información se realizó las encuestas a los

propietarios de alojamientos del cantón Pujilí, en base a la metodología InnovaRSE, y en la metodología BID. Como procedimiento se enlistó los resultados en el programa Excel, con dos matrices de cada variable, mostrando los resultados por ítem, esto permitió observar los problemas que existen de manera externa e interna, para posteriormente trabajar con la matriz FODA.

### ***9.5.3. Variable de competitividad***

Para obtener los resultados finales de variable de competitividad se elaboraron tablas por cada empresa turística, que se dividieron en cada área, nota inicial, número de preguntas realizadas, ponderación y notas ponderadas. Donde una vez obtenido y ubicado los resultados de las notas iniciales se ponderó por el 100% dándonos el resultado que fue sumado y dividido para las 8 áreas, de esta manera se obtuvo el dato final del porcentaje de competitividad de cada empresa turística.

### ***9.5.4. Variable de sostenibilidad***

Para obtener los resultados de datos finales de sostenibilidad se elaboró las tablas derivadas de metodología, que se encuentran divididas en 3 dimensiones, siendo calificadas con la media que es obtenida de la matriz general de resultados, una vez obtenida los resultados se suma y se divide para el número de dimensiones. Luego con los resultados obtenidos por cada empresa turística se definieron con gráficos para establecer nuestro criterio.

## **9.6. ANÁLISIS DE FODA**

Según, Ponce & Santo, (2007), un análisis FODA implica la evaluación de factores fuertes y débiles donde trabajan juntos para diagnosticar una situación. Evaluación interna y externa de las empresas, es decir oportunidades y amenazas. También es una herramienta que se puede considerar simple y que permite ver la perspectiva de las empresas.

Para realizar análisis de FODA, se realizó la matriz de valoración interna donde se hizo una lista de varios factores que fueron clasificados entre fortalezas y debilidades, luego se

midió su impacto, no obstante, debían tener el impacto entre alto y medio para que puedan ser reubicados a la matriz FODA.

De igual forma se realizó la matriz de valoración externa donde se ubicó varios factores como: ambiental, económico, social, tecnológico y competitivo con el fin de evaluar el impacto que poseía cada uno de ellos entre alto, medio y bajo para ser reubicados en la matriz del FODA y continuar con análisis.

Después de clasificar todos los factores se procedió a ejecutar la matriz MEFI, en esta matriz se hizo la lista de todos los factores y se evaluó el peso en porcentaje de las fortalezas sobre el 60% y de las debilidades sobre el 40%, donde la sumatoria de los dos porcentajes debe dar el 100% y el peso total de la sumatoria 1, una vez puesto en claro esto las fortalezas se calificaron del 1 al 4 y las debilidades del 1 al 2, después pondera el peso con el valor para obtener el resultado final de esta matriz.

Para ejecutar la matriz MEFE, se hizo la lista de factores de oportunidades y amenazas, en esta se valoró el peso de cada uno sobre el 50%, siendo el resultado de las dos el 100%, de igual manera se calificó a las dos del 1 al 4, con la finalidad de ponderar el peso con el valor y obtener un resultado, luego para poder analizar cuál de las dos causas un efecto sobre las empresas.

Luego se ejecutó el FODA Cruzado, ya que nos sirvió para tomar acciones estratégicas a partir del FODA principal, esta consiste en cruzar las fortalezas con las oportunidades, las fortalezas con las amenazas, las debilidades con las oportunidades, y las debilidades con las amenazas con el fin de identificar los problemas externos e internos, que intervienen con el desempeño de empresas de hospedaje y crear estrategias para que puedan ser aplicadas en los establecimientos.

### **9.6.1. Estrategias de mejora**

Dentro de la matriz estrategia de mejora se realizó después de elaborar la matriz de factores externos e internos, donde se analizó las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, luego de ello se hizo el análisis del FODA cruzado, se clasificó por impacto: alto, medio y bajo, considerando que estos impactos se influenciaría el establecimiento y mitigando problemas encontrados en las dos variables de estudio. Luego se diseñó las estrategias para el dueño o gerente de las empresas, de esa manera tener una mejora en la actividad turística, llegando a tener un alcance social, económico, y ambiental.

### **9.6.2. Prueba estadística de correlación**

En base a los resultados logrados obtuvieron los indicadores de sostenibilidad y competitividad, se aplicó una prueba estadística de correlación Spearman, utilizando la aplicación software SPSS, en donde se comprobó la existencia de una correlación o trabajan por separado, donde fue visto a través del nivel de significancia si es mayor a 0,05 ( $> 0,05$ ) significa que no tienen correlación y si es a menor a 0,05 ( $< 0,05$ ) si tienen correlación y se identificó también el grado de correlación que tienen estas 2 variables..

## **10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN RESULTADOS**

En la sostenibilidad, los resultados se presentaron por las tres dimensiones económico, ambiental y social, mientras que, en la variable de competitividad, se interpretaron por ocho áreas como: planeación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de calidad, merchandising, contabilidad, gestión ambiental, talento humano, finanzas y sistemas de la información.

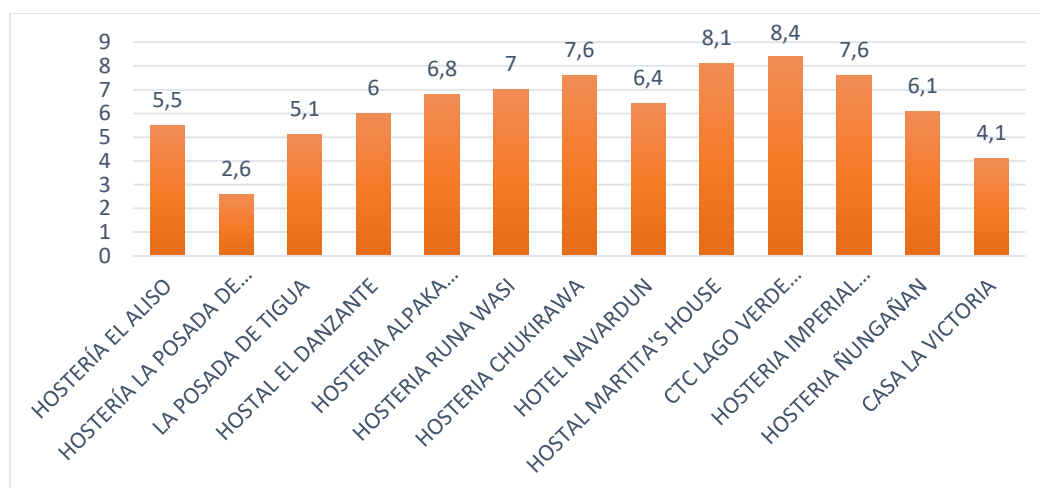
### **10.1. Variable de la sostenibilidad**

Los resultados de la metodología InnovaRSE, de sostenibilidad presentan un análisis de resultados totales en forma de promedios, además de ello se detalla por empresa y de cada dimensión verificado, permite demostrar en qué estado de sostenibilidad se encuentran. Aplicando los rangos como: áreas de mejora, procesos de mejora y buenas prácticas. Por ello

presentan deficiencias en las tres dimensiones de la sostenibilidad, eje ambiental se esfuerzan por efectuar herramientas positivas para reducir el impacto ambiental que generan cada día, el eje económico cumplir con obligaciones legales y en el eje social tratan de brindar apoyo social.

**Figura 3**

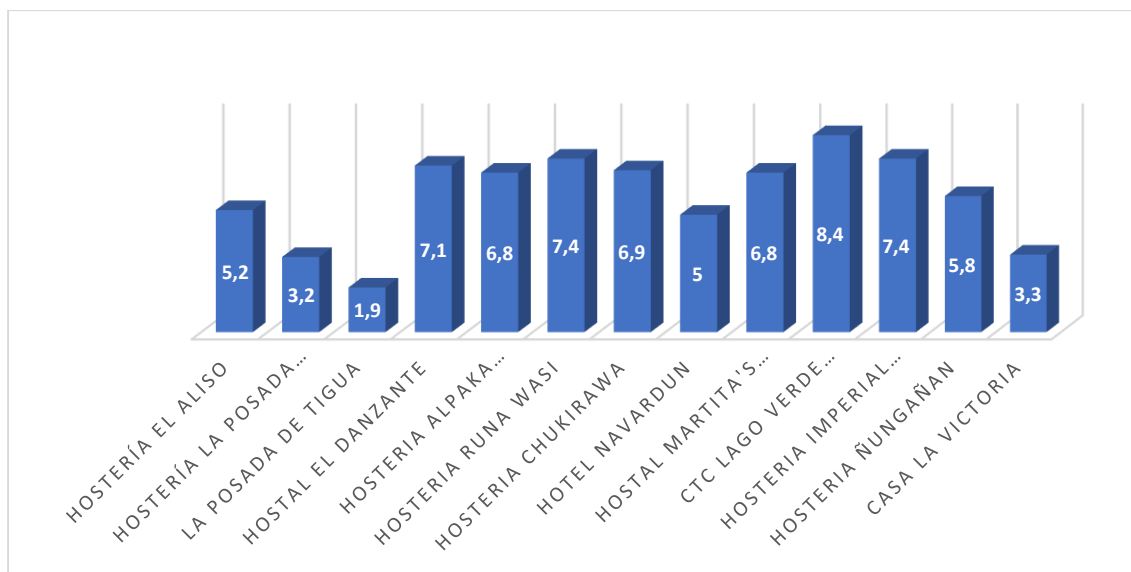
*Gráfico estadístico de la dimensión económica*



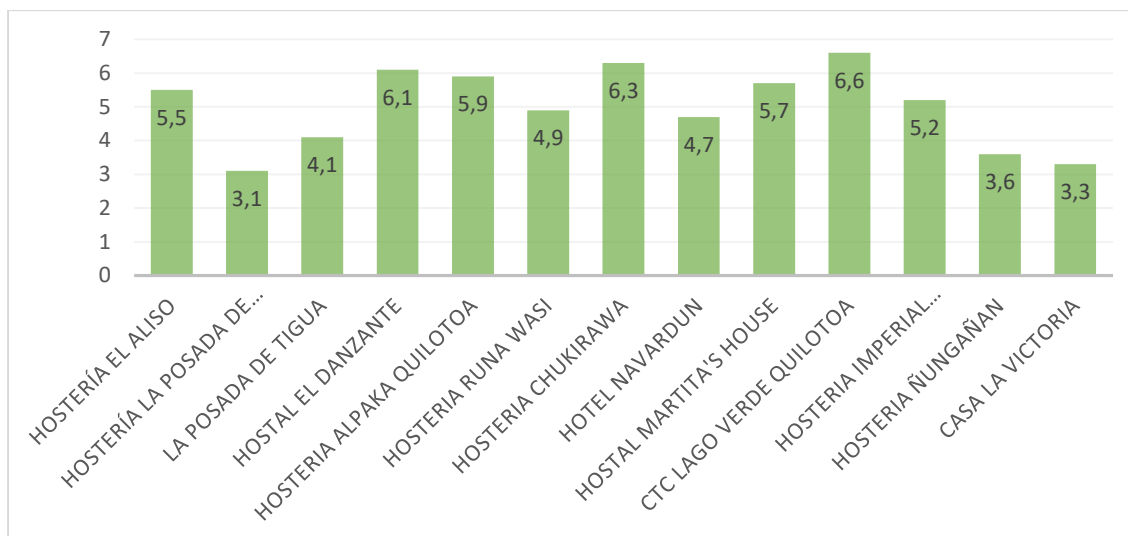
En la figura 3, se evidencia sobre los valores totales de acuerdo a las encuestas realizadas a las empresas de hospedaje, evidenciando las empresas CTC Lago Verde Quilotoa, hosterías Martitas House, Imperial Zumbahua, Chukirawa y Runa Wasi están ubicados en la categoría de buenas prácticas, que cumple con las respectivas obligaciones legales para su funcionamiento y se presentaron las evidencias. Las empresas hosterías ÑungaÑan, Alpaka Quilotoa, El Aliso, Hotel Navardun, La Posada de Tigua y Casa La Victoria se encuentran en la categoría de procesos de mejora con obligaciones legales, incorporan aspectos sociales, ambientales, incentivos a sus trabajadores y seleccionan prácticas socialmente responsables. Por otro lado, la empresa Posada de Homero se encuentra en área de mejora por lo que no cumple las evidencias correspondientes para la evaluación.

**Figura 4**

*Gráfico estadístico de la dimensión ambiental*



En la figura 4, Las empresas CTC Lago Verde Quilotoa, hostería Imperial Zumbahua, Runa Wasi y hostal Danzante, de acuerdo a las encuestas realizadas se ubican en la categoría de buenas prácticas, como evidencia se presentaron las certificaciones ambientales nacionales. Las empresas Chukirawa, Martita's House, Alpaka Quilotoa, ÑungaÑan, Navardun y El Aliso, se encuentran en la categoría de procesos de mejora donde tienen el conocimiento en lo que ha planteado los objetivos con el fin de implementar estrategias para llevar una buena gestión ambiental. Finalmente, las empresas Posada de Homero, Posada de Tigua y Casa La Victoria se ubican en la categoría de áreas de mejora, donde existen varias documentaciones que no se acredita al establecimiento, no tienen suficientes evidencias para poder realizar la encuesta en comparación de otros alojamientos.

**Figura 5***Gráfico estadístico de la dimensión social*

En la figura 5, se puede evidenciar que las empresas El Aliso, Posada de Tigua, Danzante, Alpaka Quilotoa, Runa Wasi, Chukirawa, Navardun, Martita´s House, CTC Lago Verde Quilotoa y Imperial Zumbahua encontrándose en categoría de procesos de mejora, en dónde se pudo observar el desempeño de políticas de seguridad, salud laboral, sistemas de promoción, contratación de proveedores. Y las empresas Posada de Homero, ÑungaÑan y Casa la Victoria entrando a la categoría de áreas de mejora por falta de conocimiento en algunos factores: contratación de proveedores, salud laboral, no se da una ejecución factible en los establecimientos.

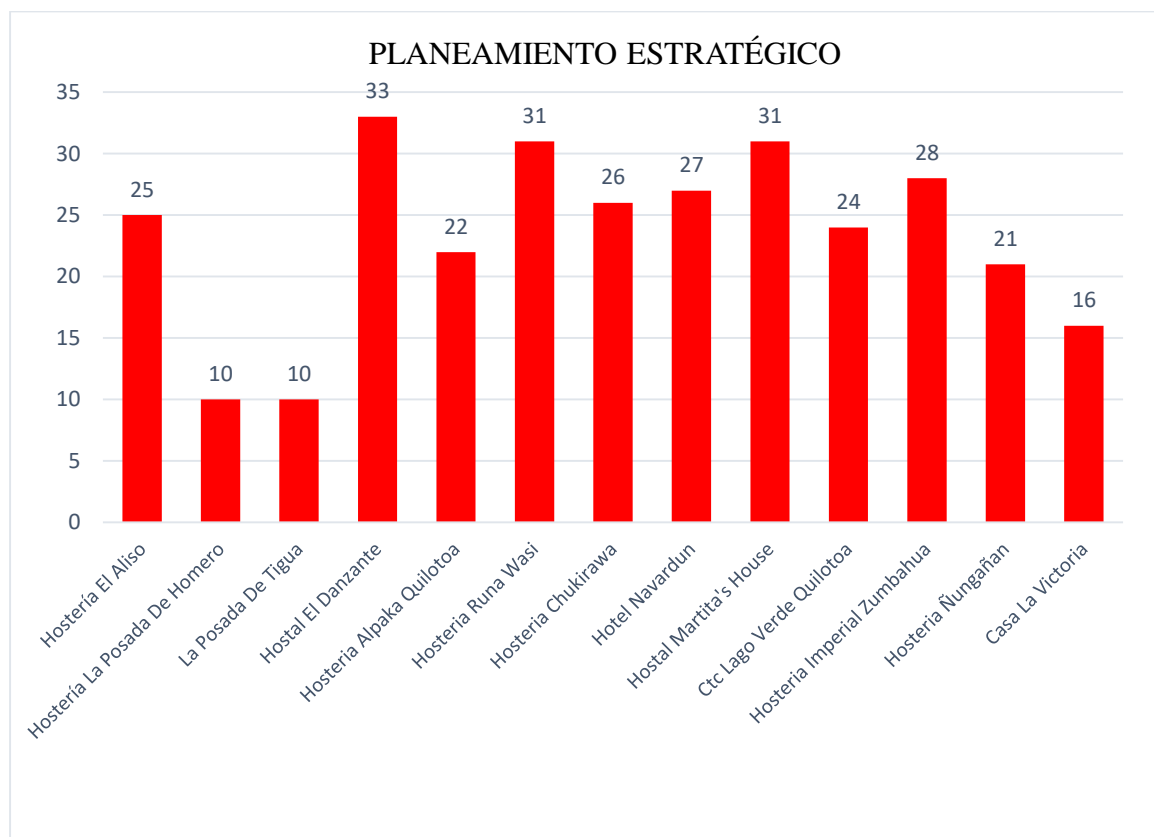
## 10.2. Variable de Competitividad

Los resultados de la metodología BID, en variabilidad competitividad se presentan ocho figuras estadísticas que ilustran las áreas y sus pertinentes subáreas, con sus resultados finales. En las figuras se muestran los resultados en términos de porcentajes por cada empresa, identificando los problemas específicos de cada subárea. Al sumar los totales de cada empresa en relación a las veinte ocho subáreas divididas en sus ocho áreas correspondientes, se obtuvo diferentes porcentajes de los rangos. 0 % a 20%, 21% a 40%, 41% a 60%, 61% a 80%, y 81% a 100% los cuales se clasifican como muy baja, baja, mediana, alta y muy alta competitividad,

en algunas empresas por falta de las evidencias presentadas se destacaron los problemas internos dentro de empresa.

**Figura 6**

*Gráfico estadístico de planteamiento estratégico*

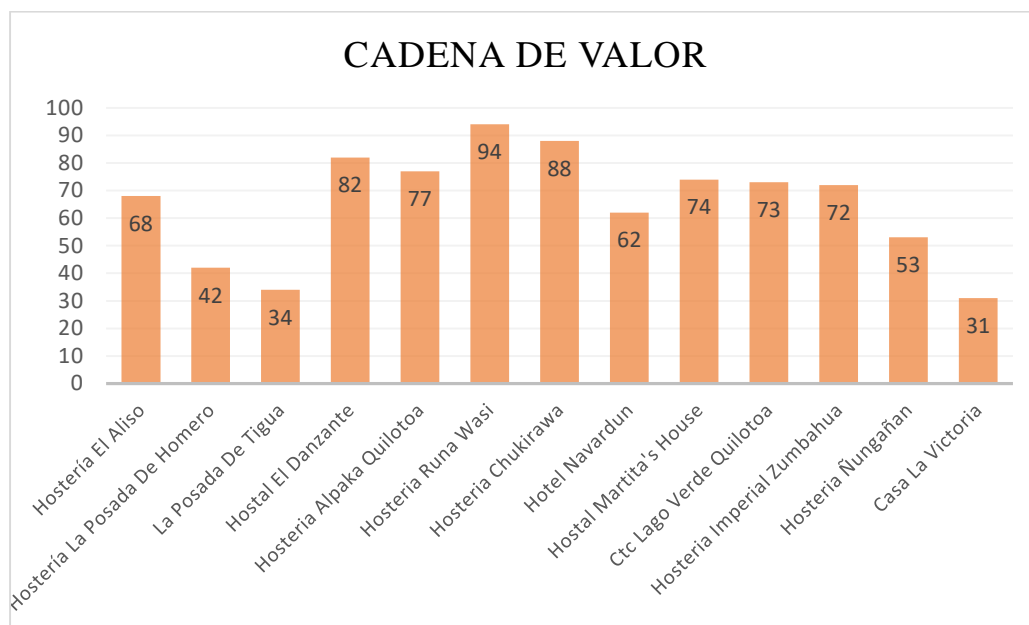


En la figura 6, se evidencia sobre los valores totales de acuerdo a las encuestas realizadas a las empresas de hospedaje, sobre planteamiento estratégico de la competitividad reflejando que las empresas El Danzante (33%), Runa Wasi (31%) y Martita's House (31%), El Aliso (25%), Alpaka Quilotoa (22%), Chukirawa (26), Navardun (27), CTC Lago Verde Quilotoa (24%), Imperial Zumbahua (28%) y ÑungaÑan (21%), se encuentra en el rango de proceso de documentación, eso quiere decir que se encuentra ubicado en baja competitividad por lo que cumplen con ciertos criterios de las subáreas como estrategias básicas de negocio y competitivas. Finalmente, las empresas Posada de Homero (10%), Posada de Tigua (10%) y Casa la Victoria (16%) son establecimientos con menor valor por ende se encuentra en muy

baja competitividad, no cumple con la mayoría de subáreas por el desconocimiento de los establecimientos.

**Figura 7**

*Gráfico estadístico de cadena de valor*

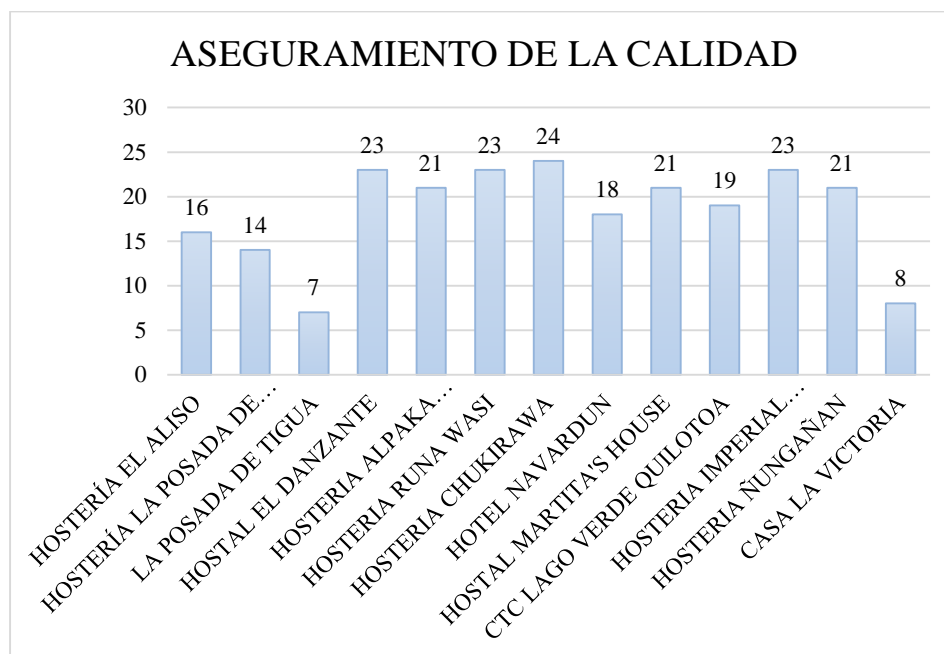


En la figura 6, se puede evidenciar, las empresas El Danzante (82%), Chukirawa (88%) y Runa Wasi (94%), se encuentran con un valor muy alto eso quiere decir que se encuentra documentado y difundido cumpliendo con todos los parámetros, en un rango de muy alto competitividad. Por otro lado, las empresas Navardun (62%), El Aliso (68%), Imperial Zumbahua (72%), CTC Lago Verde Quilotoa (73%), Alpaka Quilotoa (77%) y Martita's House (74%) se encuentra en rango alta competitividad cumplen con las subáreas de planificación, mantenimiento, investigación, manejo de inventarios y ubicación de infraestructura, Luego Posada de Homero (42%) y ÑungaÑan (53%) cumplen con algunas subáreas entre ellos, Manejo de Inventarios, Ubicación de Infraestructura pero no presentan evidencia o están en proceso de documentación, finalmente las empresas Posada de Tigua (34%) y Casa la Victoria (31%) con el valor más bajo, en el rango de baja competitividad, ya que no presenta suficientes

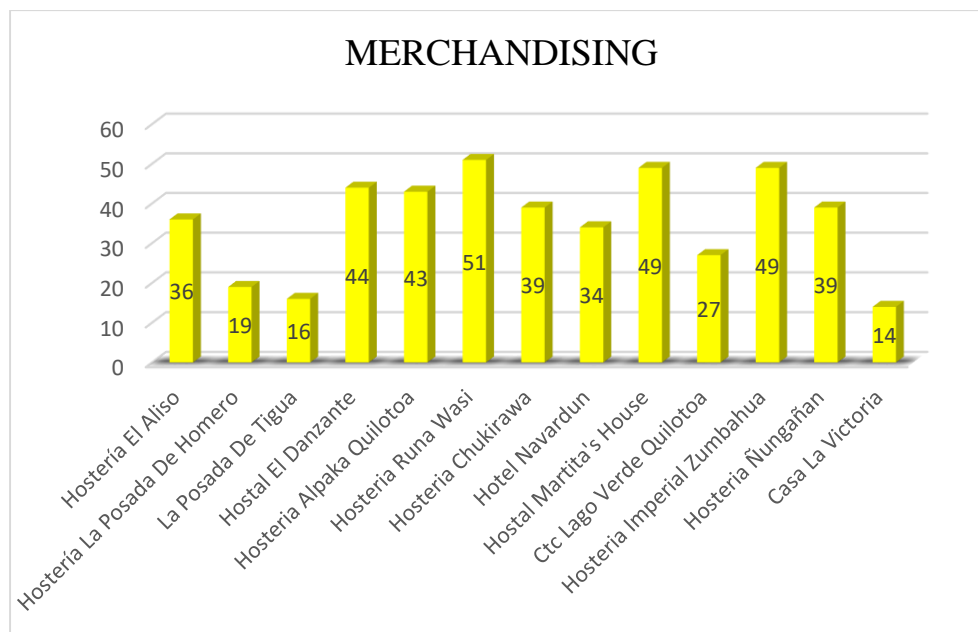
evidencias, documentación, pero están con interés por parte de la empresa en implementar indicadores de competitividad.

### Figura 8

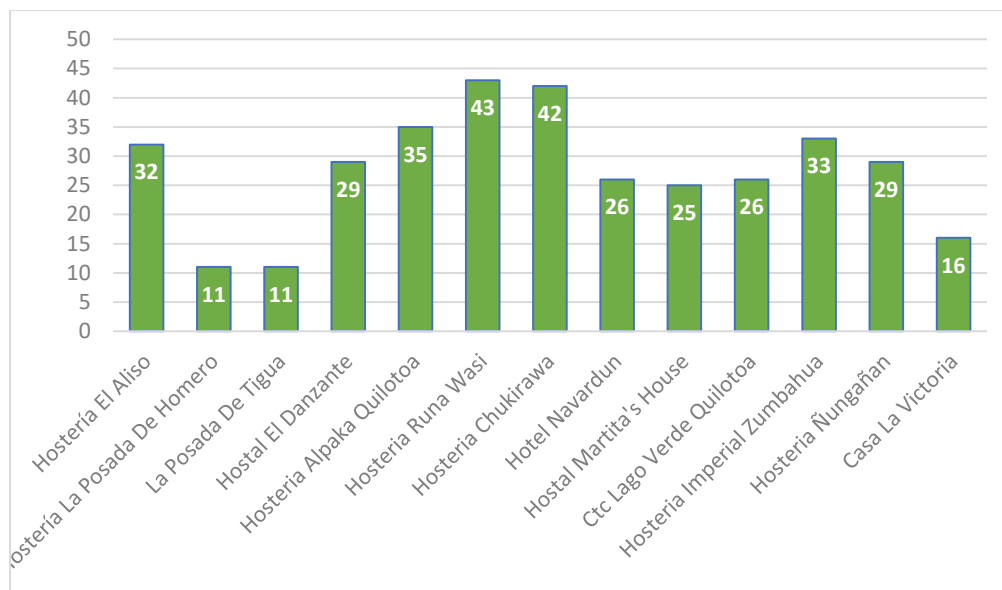
Gráfico estadístico de aseguramiento de la calidad



Los resultados presentados de la figura de aseguramiento de calidad, las empresas Chukirawa (24%), El Danzante (23%), Alpaka (21%), Runa Wasi (23%), Martita's House (21%), Imperial Zumbahua (23%) y ÑungaÑan (21%) se encuentra con el valor en el rango de baja competitividad, que cumple con algunos parámetros de las subáreas como aspectos generales y sistema. Por otro lado, las empresas El Aliso (16%), Posada de Homero (14%), Navardun (18%) y CTC Lago Verde (19%), Posada de Tigua (7%) y Casa de Victoria (8%) cumplen con normas de calidad de productos, tienen un sistema de calidad y sus servicios cumplen con normas técnicas, pero por motivo, que no cumple con algunos parámetros necesarios es por ello considera en rango de muy baja competitividad.

**Figura 9***Gráfico estadístico de merchandising*

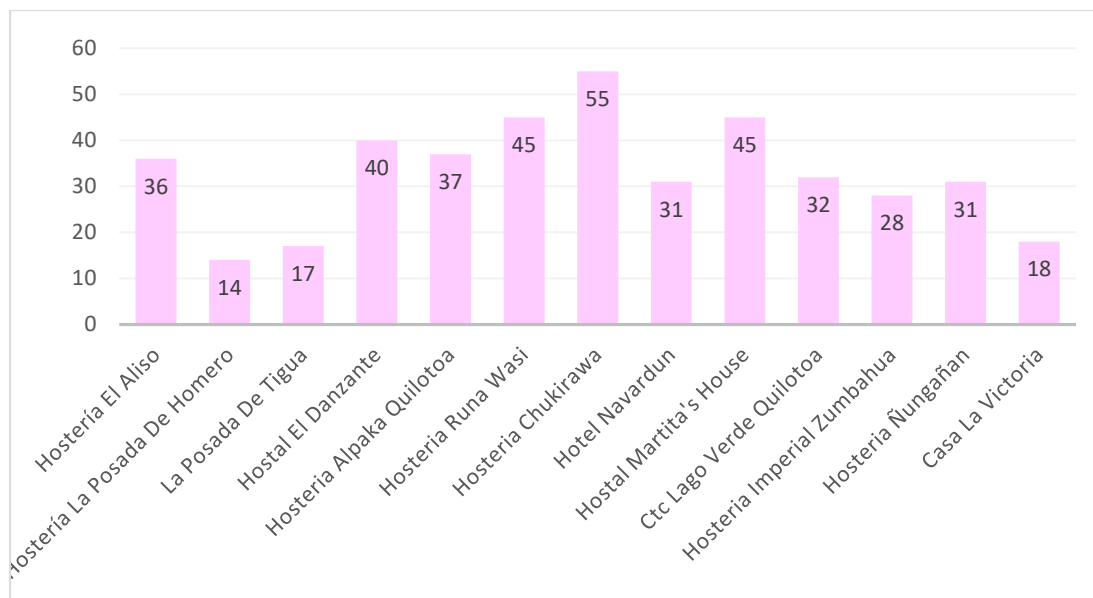
En la figura de Merchandising las empresas Runa Wasi (51%), Martita's House (49%), El Danzante (44%), Alpaka Quilotoa (43%) y Imperial Zumbahua (49%) lideran con los valores altos por el cumplimiento con las sub áreas como Mercado nacional, Mercado y ventas, y distribución de servicios, así ubicando en el rango de mediana competitividad Por otro lado, las empresas El Aliso (36%), Chukirawa (39%), Navardun (34%), ÑungaÑan (39%) y CTC Lago Verde Quilotoa (27%), se encuentran en el rango de baja competitividad ya que está en proceso de implementar estrategias para fortalecer su posición en el mercado, entre las cuales se incluyen la elaboración y ejecución de planes de mercadeo, entre otros. con el fin de mantenerse al frente de sus competidores, finalmente posada de Homero (19%), Casa la Victoria (14%) y Posada de Tigua (16%) están ubicado en un rango de muy baja competitividad, no tiene documentación que respalde las valoraciones, por falta de desconocimiento y habilidad para definir objetivos.

**Figura 10***Gráfico estadístico de contabilidad*

En la figura 9, de contabilidad y finanzas las empresas Runa Wasi (43%), Chukirawa (42%), lideran con los valores medios altos ubicando en el rango de mediana competitividad, cumpliendo con algunos puntos de las sub áreas como en Monitoreo de costos y contabilidad y administración financiera, lo cual les permite identificar cualquier desequilibrio y tomar medidas correctivas oportunamente. Por otro lado, las empresas El Aliso (32%), El Danzante (29%), Alpaka Quilotoa (35%), Navardun (26%), Martita's House (25%), CTC Lago Verde Quilotoa (26%), Imperial Zumbahua (33%) y ÑungaÑan (29%) las empresas antes mencionadas se encuentran en baja competitividad por lo que cumple con un área, administración financiera donde se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan y toman decisiones correctivas. Para finalizar, la empresa posada de Homero (11%), Tigua (11%) y Casa la Victoria (16%) debido al incumplimiento de algunos sub áreas, sin embargo, cumple con un sistema financiero formal.

**Figura 11**

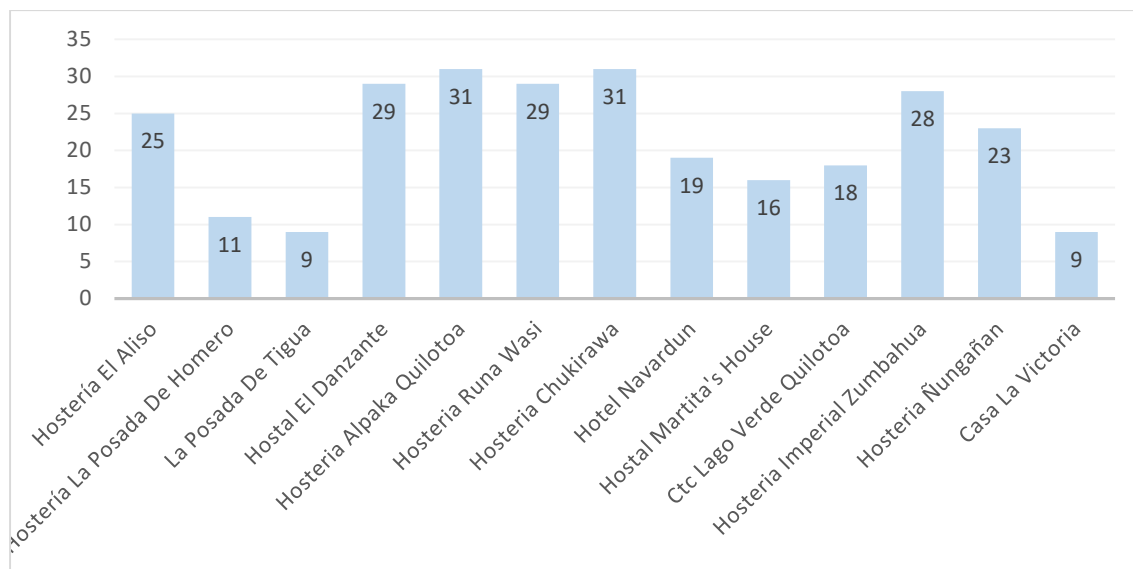
*Gráfico estadístico de talento humano*



Las empresas El Danzante (40%), Runa Wasi (45%), Chukirawa (55%), Martita's House (45%), cuentan con valores altos por ello ubican en mediana competitividad, donde cumplen con algunos sub áreas entre ellas, capacitación personal, cultura organizacional, aspectos generales y cumplen con todos los requisitos necesarios. por otro lado, las empresas El Aliso (36%), Alpaka Quilotoa (37%), Navardun (31%), CTC Lago Verde Quilotoa (32%), Imperial Zumbahua (28) y ÑungaÑan (31%) encuentran en el rango de baja competitividad no logran desarrollar correctamente un sentido de pertenencia y programas para mejorar el clima laboral o falta de capacitaciones. Finalmente, empresas Posada de Homero (14%), Tigua (17%) y Casa la Victoria (18%), siendo las empresas con menor valoración, ubicando en el rango de baja competitividad en el área de talento humano debido a que los establecimientos son emprendimientos familiares y algunas empresas están en reconstrucción.

**Figura 12**

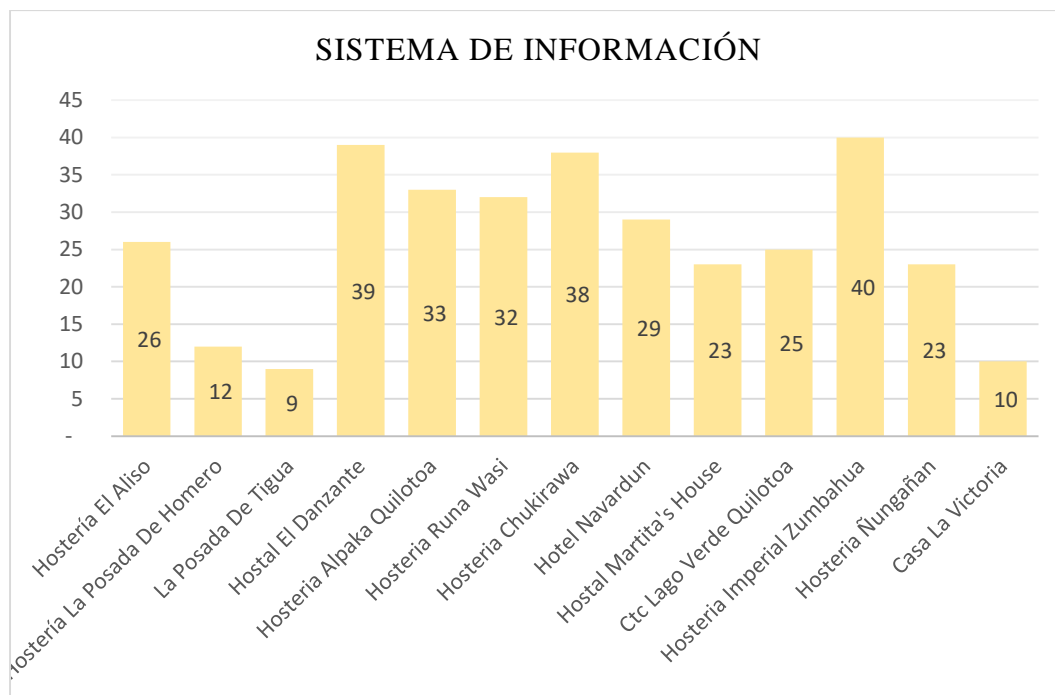
*Gráfico estadístico de gestión ambiental*



En la figura de Gestión Ambiental, las empresas El Aliso (25%), El Danzante (29%), Alpaka Quilotoa (31%), Runa Wasi (29%), Chukirawa (31%), Imperial Zumbahua (28%) y ÑungaÑan (23%), las empresas mencionadas cumplen con las sub áreas de gestión ambiental como políticas, estrategia para proteger medio ambiente y administración del desperdicio ya que las empresas tratan de minimizar el consumo de servicio básicos para que no se contamine el medio ambiente. Después se encuentran las empresas Posada de Homero (11%), posada de Tigua (9%), Navardun (19%), Martita's House (16%) y CTC Lago Verde Quilotoa (18%) y Casa la Victoria (9%), ubicando en el rango de muy baja competitividad porque no cuentan con regulaciones ambientales o desconocimiento y poco cumplimiento de estrategias para proteger el medio ambiente.

**Figura 13**

*Gráfico estadístico de sistema de información*



En la figura 13 se evidencia sobre los valores totales de las encuestas realizadas a las empresas de hospedaje, sobre sistema de información de la competitividad reflejando que las empresas el Aliso (26%), El Danzante (39%), Alpaka Quilotoa (33%), Runa Wasi (32%), Chukirawa (38%), Navardun (29%), Martita's House (23%), CTC Lago Verde Quilotoa (25%), Imperial Zumbahua (40%) y ÑungaÑan (23%), las empresas ya mencionadas cumplen con algunos parámetros de las subáreas como planeación, entradas, procesos y salidas, ubicando en baja competitividad, pero aseguran cumplir con todas las áreas de los sistemas de información. Las empresas posa de Homero (12%), Posada de Tigua (9%) y casa la Victoria (10%), no presentaron suficientes evidencias de sistemas actualizados por ello se ubican en rango de muy baja competitividad.

### **10.2.1. Análisis por empresa**

- **Hostería El Aliso**

En la variable sostenible tiene un promedio de 5,4 estando en rango de 4 a 7, aquí existe una mejoría, ya que al ubicarse geográficamente en sitios adecuado, y de recursos naturales,

presenta un buen manejo ambiental en su actividad, con una capacitación a los estudiantes de la Unidad Educativa Jatari Unancha como cuidar medio ambiente, para tener un bajo nivel de impacto ambiental, de ello beneficia a la comunidad con el impulso económica que la empresa representa, sin embargo existen algunas inconsistencias en la eje económica, no existe un salario básico, ni beneficios de ley.

La hostería de El Aliso en la competitividad tiene un porcentaje de 33, lo que significa que está ubicado en rango de 21% a 40%, siendo un 2 en escala de 5, esto se debe a que existe algunos problemas internos en cuanto a planificaciones, e talento humano, posee nula implementación de procesos, todo su trabajo turístico se maneja de manera práctica, simplemente con registros de balances, ingresos, egresos, mercadeo.

- **Hostería La Posada De Homero**

En la variable sostenibilidad, poseen un promedio de 2,97, siendo un 3, en escala de 10, donde el establecimiento se encuentra en reconstrucción por motivo que quedo afectado por desbordamiento del río Quindigua, por ende, no presencia de inducciones y concienciación ambiental sus trabajadores, planes ambientales, reguladores ambientales, sin embargo, en dimensión económica, por el momento no evidencia de ventas, registros de sueldos. Además, no presentan planes de ayuda social.

La hostería La Posada de Homero en la variable de competitividad, presenta un porcentaje de 16,6 %, representando 1 en una escala de 5 y en rango de 1% a 20%, esto se debe que la empresa se encuentra en reconstrucción por motivo que quedo afectado por desbordamiento del río Quindigua, por ello existen muy pocas evidencias en las áreas y subáreas de competitividad.

- **La posada de Tigua**

La posada de Tigua ha tenido una leve mejoría en su sostenibilidad, obteniendo una calificación de 3,7, un 3, en escala de 10, lo que lo sitúa en la categoría de área de mejora. En

la dimensión ambiental, están empezando a implementar y regulaciones para optimizar el uso de los recursos dentro del establecimiento. En la dimensión económica, cumplen con todas las obligaciones legales y gestionan debidamente los residuos generados. Por otro lado, en la dimensión social, no hay muchos problemas, pero sí se han concientizado de que existe algunos fallos en áreas como en la promoción y contratación de personas o en el código de prácticas profesionales.

La posada de Tigua ha sido evaluada en la variable de competitividad, obteniendo una valoración de 14,3, se encuentra en el rango del 0 al 20%. En algunas áreas como en planteamiento de estrategia, cadena de valor, aseguramiento de calidad han presentado algunos problemas relacionados, que el personal no está involucrado en el objetivo de la empresa, el informe de mantenimiento de maquinarias y los criterios para la compra de materias primas, a pesar de los problemas, La posada de Tigua sigue trabajando en la mejora de competitividad.

- **Hostal El Danzante**

En variable de sostenibilidad la empresa El Danzante ha obtenido una media de 6,4 equivale un 6, de escala de 10, su desempeño en dimensiones económica donde destaca el cumplimiento con todas las obligaciones, en otra parte en social realiza el convenio de proveedores locales, y entre otras, pero destaca en ambiental. Esto se debe a que la empresa cuenta con políticas de ambiental, sistema de gestión ambiental en su lugar y un enfoque en la formación ambiental.

El resultado en la competitividad para el establecimiento fue de 39,5, lo que indica una competitividad baja, ya que se encuentra dentro del rango del 21% al 40%, prácticamente la empresa cumple con diferentes áreas y sub áreas, planificación estratégica, cadena de valor, contabilidad, ya que está en constante renovación con productos y promociones actualizadas, y cuenta con sistemas eficientes para el cuidado del medio ambiente y presencia en las redes sociales.

- **Hostería Alpaka Quilotoa**

En la variable de sostenibilidad, la empresa ha obtenido una valoración de 6,5, ubicando en categoría, procesos de mejora. En eje ambiental se pudo presentar evidencia para algunos puntos, la empresa tiene certificación ambiental y cumple con las leyes ambientales. En cuanto a eje económica, la empresa Alpaka Quilotoa se destaca por tener reglas claras como políticas de inversión y reinversión que contribuyen a su estabilidad financiera. En eje social, identificamos problemas como la falta de medidas de seguridad adecuadas en el lugar de trabajo o de un sistema eficaz para atender las quejas de los clientes.

En la competitividad, la empresa ha obtenido una puntuación de 37,3, ubicando en categoría baja, en rango del 21 al 40%. El análisis ha detectado que la empresa cumple con algunas áreas como planeamiento estratégico, aseguramiento de calidad, merchandising, cadena de valor, la empresa también cuenta con ciertos aciertos, como la ubicación estratégica de su infraestructura, la capacitación anual de su personal, Para mejorar sus posiciones competitivas, las empresas deben centrarse en fortalecer la planificación estratégica, incluidas metas y objetivos claramente definidos. De esta manera, podrá mejorar en el mercado y garantizar el éxito a largo plazo.

- **Hostería Runa Wasi**

En la variable de sostenibilidad presenta un promedio de 6,43, siendo un 6 en una escala de 10, prácticamente mejorando la actividad turística sostenible de su empresa, en eje ambiental es donde más se destaca por el conocimiento de control ambiental, en cuanto al eje social, se presenta evidencias de ayuda y beneficios sociales, a los residentes locales, finalmente, en eje económica, cumple con todas las obligaciones legales.

La hostería Runa Wasi presenta un porcentaje de 43,50, perteneciente a un rango del 41% a 60%, representa 3, en una escala de 5, en comparación de las otras empresas es el resultado normal que cuenta este establecimiento, cumple con diferentes áreas y sub áreas

como planteamiento estratégico, aseguramiento de calidad, cadena de valor, también parte de los resultados positivos, está el conocimiento del impacto ambiental.

- **Hostería Chukirawa**

La hostería Chukirawa ha obtenido una puntuación de 6,9, en sostenibilidad, lo que indica que cumple con ciertos requisitos necesarios en diversas dimensiones como social, económica y ambiental, por ende, se encuentra ubicado en la categoría de proceso de mejora, siendo un 6 en escala de 10.

En la competitividad del establecimiento se ha obtenido una puntuación general de 42,88, lo cual indica que se ubica en el rango del 41% a 60%. Se han identificado alguna área de procesos, donde pudo conocer que se ha realizado planes en los últimos dos años y se han establecido estrategias de mercado o ventas. Además, se presentan el control del mercado y en la promoción del negocio.

- **Hotel Navardun**

En la variable de sostenibilidad, posee como resultado un promedio de 5.3, siendo un 5 en escala de 10, teniendo una mejoría en su actividad turística, al tener planes ambientales y concienciación a sus trabajadores, en la dimensión ambiental existen problemas por la no existencia de políticas ambientales, en cuanto a la dimensión económica no registra balances económicos, en la dimensión social no existen seguros médicos, control de sueldos.

En la variable de competitividad, el establecimiento como resultado posee un porcentaje de 30.75, siendo 2 en una escala de 5, dentro de un rango del 21% a 40%, en lo cual cumple con algunas sub áreas como implementación, planificación, ubicación de infraestructura y sistemas, manejo de inventarios, el problema es no existencia de planes de mercado, pero confían que al ser una localidad de paso de demanda extranjera siempre habrá trabajo turístico.

- **Hostal Martita's House**

El hostal Martita's House en la variable de sostenibilidad, con un promedio de 6.8, teniendo un 7, en escala de 10, prácticamente tiene proceso de mejoras, existe evidencia y conocimiento de las dimensiones aplicadas, como económica, ambiental y social, en lo cual la empresa es familiar, pero si existe manejo y control del personal, concientización ambiental y apoyo a todos sus trabajadores. Sin embargo, presenta problemas en la parte de dimensión económica en los registros de ventas.

La variable de competitividad tiene un porcentaje de 35.50, lo que significa que está en un rango de del 21% a 40%, siendo 2 de escala de 5 en competitividad, este establecimiento tiene problemas en sub áreas como en investigación y desarrollo, el monitoreo de costos y capacitación de personal, no existen respaldos que permitan evidenciar un rango de ventas. En cuanto área de gestión ambiental, presenta evidencias además de ello, su establecimiento cuenta con normas, y herramientas de seguridad.

- **Ctc Lago Verde Quilotoa**

En la variable sostenibilidad con un promedio de 7.8, siendo la nota más alta en relación de las 13 empresas, prácticamente un 8 en escala de 10, cumple de manera apropiada con las 3 dimensiones, también cabe resaltar el buen manejo del staff, capacitaciones ambientales, seguridad, y beneficio social, ya que presenta evidencias de proveedores locales y tanto de nacionales, impulsa la economía de la comunidad de Quilotoa con la apertura de empleo a residentes.

Ctc Lago Verde Quilotoa en la variable competitiva tiene un porcentaje de 30.5, estando en un rango del 21% a 40%, siendo un 2 en escala de 5, prácticamente cumple con algunas sub áreas como registros de ventas, balances, estrategias de mercadeo, ingresos y egresos, planificaciones y objetivos empresariales. Actualmente es una de las empresas con una

administración ordenada y con un control adecuado de manera organizacional, posee políticas ambientales y certificaciones ambientales nacionales y extranjeras.

- **Hostería Imperial Zumbahua**

En sostenibilidad, la empresa ha obtenido una calificación de 6.73, así ubicando en la categoría, procesos de mejora. Donde se ha observado un avance notable de eje económica, dado que la empresa cumple con sus obligaciones legales y registros contables, en las eje social y ambiental lo cual refleja un progresivo compromiso con la responsabilidad social. En donde su calificación no ha alcanzado niveles más elevados. A lo posterior se puede mejorar para lograr una calificación aún más alta.

La calificación de competitividad del establecimiento nos da una puntuación general de 37,63, en el rango del 21% al 40%. En otras áreas y subáreas se han identificado y han presentado las evidencias, manejo de inventarios, registro de ingresos entre otras, el problema se basa especialmente en la falta de implementación de un plan estratégico de los últimos dos años, donde tiene un impacto negativo en el crecimiento del establecimiento en el mercado, en el área de merchandising, encargada de impulso del negocio. La empresa a lo posterior se puede prosperar aún más, para ello se debe hacer es tomar medidas estratégicas para mejorar la competitividad del establecimiento.

- **Hostería ÑungaÑan**

En la variable de sostenibilidad, su trabajo mejora, poseen un promedio de 5.17, siendo un 5, en escala de 10, donde destacan por la presencia de planes ambientales, reguladores ambientales. Sin embargo, presentan inconsistencias en la dimensión social, que no presentan planes de ayuda social, o servicio de proveedores.

La hostería ÑungaÑan es un establecimiento de hospedaje con mayores servicios, con una economía mucho más elevada, sin embargo, en la variable de competitividad, presenta un porcentaje de 30,00, representando 2 en escala de 5, en un rango de 21% a 40%, esto se debe

que existen muy pocas evidencias en áreas de planeación estratégica, manejo de inventario, talento humano, visión de mercado y registros de ventas, ingresos, egresos.

- **Casa La Victoria**

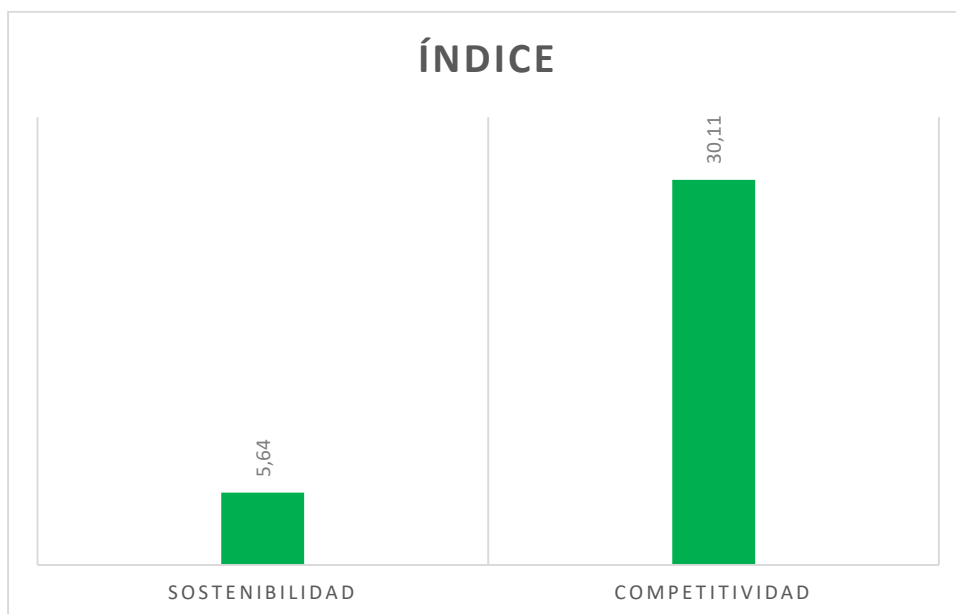
En la variable de sostenibilidad presenta una leve mejora teniendo un promedio de 3,57, siendo un 3 en escala de 10, en la dimensión ambiental es la que trabaja de manera favorable ya que presenta reguladores ambientales, como evidencia presenta la certificación ambiental. Los problemas que existen en el establecimiento están enfocados en la dimensión social y económica, no presenta listas de proveedores, no existen beneficios ni ayuda social, y no existe beneficios de ley.

En la variable de competitividad Casa la Victoria presenta un porcentaje de 15,25, dentro de un rango del 20%, siendo un 1 en escala de 5, esto se debe a que toda su actividad turística se la trabaja de manera “familiar”, además de ello los trabajadores de su empresa son los que cuidan del establecimiento actualmente los mayores problemas que representa están basado en las áreas planteamiento estratégico, manejo de inventarios, ubicación infraestructura, inconsistencias en cuanto a seguros social, médico, controles de infraestructura, seguridad, y beneficios de ley para los mismos. Además de ello en el área de Merchanding presenta una baja planificación de mercado, promoción y publicidad, también en sistema de información no registra la entrada y salidas.

### 10.2.2. Índice de sostenibilidad y competitividad

**Figura 14**

*Índice de cada variable de estudio*



Efectivamente se llevó a cabo un análisis del índice de sostenibilidad y competitividad de establecimientos turísticos de hospedaje del cantón Pujilí, donde dio un resultado muy bajo en ambos aspectos. En la competitividad, el valor obtenido fue de 30,11 en escala del 21% a 40%, lo que indica que las empresas tienen un nivel de baja competitividad. Donde no están siendo lo suficientemente competitivas en el mercado turístico.

Por otro lado, en la sostenibilidad, las empresas obtuvieron un valor de 5,64 en escala del 1 al 10, Lo que sugiere que la sostenibilidad no es una prioridad para las empresas. Sin embargo, es muy importante recalcar que la implementación de la sostenibilidad puede aumentar la competitividad y atraer más turistas nacionales y extranjeros. Por lo tanto, es necesario que las empresas reconozcan la jerarquía de la sostenibilidad y la consideren como una estrategia clave para mejorar su desempeño y competitividad para tener rentabilidad. cabe recalcar que las notas finales dependen de las evidencias presentadas.

### 10.3. Prueba estadística de correlación

**Tabla 15**

*Prueba estadística Spearman*

			Correlaciones	
			Sostenibilidad	Competitividad
Rho de Spearman	Sostenibilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,632*
		Sig. (bilateral)	.	,021
		N	13	13
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,632*	1,000
		Sig. (bilateral)	,021	.
		N	13	13

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

*Nota.* Tabla de correlación obtenida del software SPSS.

El resultado obtenido de la correlación entre la variable de sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí tienen una relación significativa de 1 esto ha demostrado que mediante la prueba estadística los resultados fueron positivos porque las dos variables están básicamente relacionadas y que su presencia conjunta es esencial para el éxito.

La correlación significativa de 0.05 entre las 2 variables involucra que cualquier cambio en una variable se correlaciona con un cambio en la otra variable, lo que sugiere que deben ser abordadas de manera completa para lograr una ventaja competitiva sostenible en el mercado turístico. El hecho de que la fuerza de correlación sea del 63.2% indica una fuerte correlación entre la sostenibilidad y competitividad, que subraya la importancia de abordar ambas variables simultáneamente. Las empresas turísticas no aplican una estrategia en torno a la competitividad y sostenibilidad, corren el riesgo de no destacarse dentro del mercado y de fracasar en última instancia. En resumen, la correlación positiva y significativa entre la variable de sostenibilidad y la variable de competitividad en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí, indica que las variables deben ser consideradas de manera integral y abordadas de manera efectiva para obtener una ventaja competitiva sostenible en el mercado turístico.

#### **10.4. Matriz de evaluación externa**

El uso de matriz de evaluación externa es el recurso más importante para llevar un análisis completo y detallado de varios factores clave, que pueden ver si existe un impacto positivo o negativo en los resultados de la empresa. En este caso de los alojamientos turísticos de hospedaje del cantón Pujilí, donde se evaluaron un total de 6 factores: económico, medio ambiental, social y cultural, tecnológico, político, y competitivo que pueden tener una gran atribución en el éxito o fracaso de establecimientos, así como 10 sub factores identificados de cada factor, dando en totalidad de 60 sub factores que se analizaron en términos de las oportunidades y amenazas que pueden ejercer un impacto en las empresas del sector hotelero.

Se procedió a realizar evaluaciones de sub factores dentro del factor político, se consideró la situación que atraviesa el país, la realidad del cantón, y localidad a nivel macro y micro. En este análisis se tuvieron en cuenta los problemas sociales y políticos del país, y como la situación podría causar un problema en los establecimientos.

En el factor económico se analizó la realidad situacional del país, la economía, impuestos a pequeñas y grandes empresas, apoyo financiero, entre otros, y que oportunidad o amenazas tendrían los establecimientos que podrían surgir y afectar el crecimiento empresarial,

El factor social, está identificado por sub factores en relación de cultura, emprendimientos, si existen aprovechamientos de los residentes locales, o cómo la gente local, o emprendimientos pequeños pueden beneficiarse de la actividad turística, además las oportunidades laborales que se crean en entorno de la misma.

La tecnología en general crea muchas oportunidades, pero a pesar de ello, existen problemas de conectividad relacionados con la ubicación de establecimientos y el uso de sistemas de baja tecnología, por lo que en su mayoría fueron amenazas que deben mitigar.

El factor ambiental se analizó para relacionarlos con actividades, pero como este es un tema muy serio y responsable, gran parte de las políticas, regulaciones y controles ambientales de áreas protegidas y recursos naturales, están relacionados a la actividad hotelera. Además de comprender las reglas y regulaciones, también tendrá la oportunidad de realizar actividades nocturnas.

Finalmente, el factor competitivo, la gran mayoría de sub factores señalan oportunidades de impacto alto. Además de ello se clasifica las oportunidades y amenazas por su importancia, alto, medio, o bajo y su impacto a la empresa. Cabe señalar que los subfactores tienen como objetivo promover y resolver los problemas que existen fuera de las empresas de alojamiento en el cantón Pujilí.

**Tabla 16***Matriz de Evaluación Externa*

<b>FACTOR ECONÓMICO</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Pago de impuesto a la renta.	<b>FAC.ECO</b>		X						X	
2	Mayor competitividad en el mercado turístico	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
3	Altas tasas interés de entidades financieras.	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
4	Pago salarial con todos beneficios de ley al personal.	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
5	Falta de crecimiento o bajo rendimiento económico	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
6	Facilidad de Adquisición de los productos de consumo primario	<b>FAC.ECO</b>		X						X	
7	Deuda interna y externa del País	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
8	Aumento de precios en los insumos para establecimientos.	<b>FAC.ECO</b>					X			X	
9	Facilidades de pagos a entidades bancarias.	<b>FAC.ECO</b>		X						X	
10	Poca oportunidad laboral.	<b>FAC.ECO</b>				X			X		
<b>FACTOR MEDIO AMBIENTAL</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Certificaciones ambientales	<b>FAC.MA</b>	X						X		
2	Leyes y normativas ambientales.	<b>FAC.MA</b>	X						X		
3	Normas ambientales en los atractivos.	<b>FAC.MA</b>	X						X		
4	Ayuda con organizaciones ambientales.	<b>FAC.MA</b>		X						X	
5	Controles ambientales del GAD cantonal y parroquial.	<b>FAC.MA</b>	X						X		
6	Deforestación, quema de páramos, contaminación	<b>FAC.MA</b>				X			X		
7	Escasez de buenas prácticas ambientales en los establecimientos	<b>FAC.MA</b>				X			X		
8	Riesgo de contaminación por parte de los turistas	<b>FAC.MA</b>					X			X	
9	Control del uso de vertientes de agua para consumo humano.	<b>FAC.MA</b>	X						X		

10	Controles ambientales a los prestadores de alojamientos.	FAC.MA	X						X
----	--	--------	---	--	--	--	--	--	---

<b>FACTOR SOCIAL Y CULTURAL</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Problemas de superación laboral	FAC.SOC					X			X	
2	Derecho a la equidad de género	FAC.SOC		X						X	
3	Falta de empleo.	FAC.SOC					X			X	
4	Ferías culturales y productos artesanales.	FAC.SOC	X						X		
5	Ofertar las fiestas tradicionales y populares.	FAC.SOC	X						X		
6	Oportunidades de crecimiento y desarrollo.	FAC.SOC	X						X		
7	El cantón posee una ubicación estratégica para el progreso turístico.	FAC.SOC		X						X	
8	Beneficios a proveedores local y nacional	FAC.SOC		X						X	
9	Perdida de reputación.	FAC.SOC				X			X		
10	Poco apoyo por parte del GAD para los emprendedores	FAC.SOC				X			X		
<b>FACTOR TECNOLÓGICO</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Promoción de productos ecuatorianos de calidad	FAC.TEC	X						X		
2	Reserva de servicios por internet	FAC.TEC		X						X	
3	Acceso confiable a la conexión de internet.	FAC.TEC						X			X
4	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales.	FAC.TEC	X						X		
5	Vulnerabilidad web y redes sociales.	FAC.TEC				X			X		
6	Incremento en costos operativos	FAC.TEC				X			X		
7	Red satelital de internet.	FAC.TEC	X						X		
8	Red satelital de conexión celular.	FAC.TEC				X			X		
9	La provincia y el cantón entendidos con la tecnología.	FAC.TEC			X						X
10	Conocimiento en tecnología actual.	FAC.TEC				X			X		

<b>FACTOR POLITICO Y LEGAL</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Facilidad de cambio y uso de moneda.	<b>FAC.POL</b>	X						X		
2	Difusión y promoción turística en atractivos principales.	<b>FAC.POL</b>	X						X		
3	Facilidad de movilizarse.	<b>FAC.POL</b>	X						X		
4	Financiamiento de organismos internacionales.	<b>FAC.POL</b>		X						X	
5	Ética en el sector público	<b>FAC.POL</b>				X			X		
6	Trabajar para eliminar la corrupción.	<b>FAC.POL</b>			X						X
7	Acuerdos comerciales.	<b>FAC.POL</b>		X						X	
8	Recuperar acceso a los mercados internacionales	<b>FAC.POL</b>		X						X	
9	Creación de planes de turismo comunitario.	<b>FAC.POL</b>		X						X	
10	Políticas ambientales.	<b>FAC.POL</b>	X						X		
<b>FACTOR COMPETITIVO</b>		<b>Tipo</b>	<b>Oportunidad</b>			<b>Amenaza</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Búsqueda de nuevos mercados	<b>FAC.COM</b>	X						X		
2	Nuevos modelos de hospedajes.	<b>FAC.COM</b>	X						X		
3	Bajo crecimiento empresarial	<b>FAC.COM</b>				X			X		
4	Competitividad en la localidad	<b>FAC.COM</b>	X						X		
5	Innovación continua en infraestructura y equipos.	<b>FAC.COM</b>	X						X		
6	Precios no acordes al servicio.	<b>FAC.COM</b>				X			X		
7	Incapacidad de competir	<b>FAC.COM</b>				X			X		
8	Categorización de alojamientos	<b>FAC.COM</b>		X						X	
9	Incorporación de nuevos competidores en el mercado	<b>FAC.COM</b>		X						X	
10	Establecimientos no aptos para nuevos mercados	<b>FAC.COM</b>				X			X		

### **10.5. Matriz de evaluación interna**

Se llevó a cabo la identificación de las fortalezas y debilidades de las empresas a través de factores internos. Donde se evaluaron un total de 5 factores: Administrativa, economía, talento humano, tecnología o infraestructura y capacitaciones, de igual manera se enlistaron 10 sub factores por cada factor, con el fin de identificar los sub factores más relevantes y elaborar una estrategia adecuada para el éxito empresarial.

En el factor administrativo se han enlistado sub factores positivos como negativos. Entre los puntos débiles, se incluye la falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del y la carencia política. Por otro lado, para abordar los problemas de la gestión en las empresas, es necesario crear sub factores específicos que permitan mejorar la administración en general.

El análisis del factor de talento humano tuvo como objetivo reforzar aquellas áreas identificadas como puntos débiles, Involucrar al personal para cumplir objetivos de la empresa. Se hace necesario implementar una serie de medidas que permitan mejorar la gestión de este factor.

El factor tecnológico e infraestructura revela ciertas restricciones en el uso de tecnología, para el registro de turistas en software, nuevos programas y equipos de cómputo. Por ello, es esencial que los establecimientos se mantengan a la vanguardia en cuanto a tecnología e infraestructura se refiere, para corregir la seguridad, difusión de información, conexión, y facilidad de conexión con la demanda.

**Tabla 17** *Matriz de evaluación interna*

<b>ADMINISTRATIVA</b>		<b>Tipo</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Sistema de contabilidad y costos	<b>FAC.ADM</b>		X						X	
2	Falta de planeamientos o estrategias direccionadas al funcionamiento del establecimiento	<b>FAC.ADM</b>		X						X	
3	Ineficiencia en gestión de recursos financieros	<b>FAC.ADM</b>				X			X		
4	Inventarios actualizados en equipos, muebles, maquinaria, y enceres.	<b>FAC.ADM</b>	X						X		
5	Programas de capacitaciones al personal.	<b>FAC.ADM</b>	X						X		
6	Correcta planeación del calendario tributario anual	<b>FAC.ADM</b>		X						X	
7	Carencia de políticas	<b>FAC.ADM</b>				X			X		
8	Plan estratégico de ventas	<b>FAC.ADM</b>	X						X		
9	Análisis del sector de operación de la empresa	<b>FAC.ADM</b>		X						X	
10	Manejo de proveedores locales y nacionales	<b>FAC.ADM</b>	X						X		
<b>TALENTO HUMANO</b>		<b>Tipo</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Involucrar al personal para cumplir objetivos de la empresa.	<b>FAC.TH</b>	X						X		
2	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria	<b>FAC.TH</b>				X			X		

3	Charlas o capacitaciones al personal contratado	<b>FAC.TH</b>	X					X	
4	Apertura laboral para personas especiales.	<b>FAC.TH</b>		X					X
5	Clima laboral negativo	<b>FAC.TH</b>				X			X
6	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial.	<b>FAC.TH</b>	X					X	
7	No existe una junta directiva para administrar la empresa.	<b>FAC.TH</b>				X		X	
8	Creación de un registro de ausentismo	<b>FAC.TH</b>		X					X
9	No cuenta con programas de salud ocupacional	<b>FAC.TH</b>				X		X	
10	Seguro social y beneficios de ley al empleado.	<b>FAC.TH</b>				X		X	

<b>ECONOMIA</b>		<b>Tipo</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Uso eficiente de recursos	<b>FAC.SOS</b>					X			X	
2	Copias de seguridad de documentos	<b>FAC.SOS</b>				X			X		
3	Mal uso de agua potable.	<b>FAC.SOS</b>				X			X		
4	Planificación de ventas	<b>FAC.SOS</b>	X						X		
5	Falta de planeación financiera.	<b>FAC.SOS</b>				X			X		
6	Auditorias y pagos tributarios	<b>FAC.SOS</b>	X						X		
7	Baja participación y comunicación entre empleados	<b>FAC.SOS</b>				X			X		
8	Inventario de pago a proveedor local y nacional.	<b>FAC.SOS</b>	X						X		
9	Registro contable de sueldos de empleados.	<b>FAC.SOS</b>		X						X	
10	Análisis de ingresos y egresos	<b>FAC.SOS</b>					X			X	

<b>TECNOLOGÍA O INFRAESTRUCTURA</b>		<b>Tipo</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Equipo capacitado en innovación	<b>FAC.TI</b>	X						X		
2	La Infraestructura de la planta es adecuada para el abastecimiento de materias primas	<b>FAC.TI</b>	X						X		
3	No tienen una operación y mantenimiento de los equipos para la protección del medio ambiente	<b>FAC.TI</b>				X				X	
4	Maquinaria y tecnología que permite brindar servicios competitivos	<b>FAC.TI</b>	X							X	
5	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos	<b>FAC.TI</b>				X				X	
6	Sitios y zonas de seguridad en caso de emergencia	<b>FAC.TI</b>		X							X
7	Registro de turistas en software	<b>FAC.TI</b>	X							X	
8	No tienen un programa de mantenimiento para equipos e inventarios	<b>FAC.TI</b>				X				X	
9	Planta adecuada para accesibilidad	<b>FAC.TI</b>				X				X	
10	Mantenimientos de equipos de seguridad.	<b>FAC.TI</b>	X							X	
<b>CAPACITACIONES</b>		<b>Tipo</b>	<b>Fortalezas</b>			<b>Debilidades</b>			<b>Impacto</b>		
			<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
1	Capacitaciones en cada área laboral, y funciones.	<b>FAC.CE</b>	X							X	
2	Cursos de idiomas inglés y kichwa.	<b>FAC.CE</b>				X				X	
3	Capacitaciones atención al cliente.	<b>FAC.CE</b>	X							X	
4	Capacitaciones de tecnología y sistemas Informáticos	<b>FAC.CE</b>		X							X

5	Capacitaciones sobre el manejo de software, reservas.	<b>FAC.CE</b>		X			X
6	Charlas, capacitaciones, manejo y uso de alimentos y bebidas.	<b>FAC.CE</b>	X				X
7	Charlas sobre precauciones en el área laboral.	<b>FAC.CE</b>			X		X
8	Ambiente laboral sin discriminación	<b>FAC.CE</b>			X		X
9	Capacitaciones ambientales.	<b>FAC.CE</b>	X				X
10	Inducciones en riesgos laborales	<b>FAC.CE</b>			X		X

## 10.6. Matriz FODA general

En esta matriz FODA general se llevó a realiza un estudio de los elementos tanto internos como externos donde están enlistadas todas las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que se encontraron y detallaron en las matrices MEFE y MEFI, con la finalidad de encontrar soluciones estratégicas a los sesgos, utilizando las fortalezas, y oportunidades que podría tener cada empresa de alojamiento turístico. A estos sub factores se llaman por el tipo de FODA que pertenece: F1 – O1 – A1 – D1. Para fortalezas se enlistaron 19 sub factores, oportunidades 19 sub factores, debilidades 19 sub factores, y amenazas 19 sub factores, procedentemente de ello, se evaluarán en la matriz de peso y valor, para clasificar por orden jerárquico.

Las fortalezas de las empresas se centraron en la importancia de implementar diversas estrategias y prácticas para mejorar su desempeño, manejo de inventarios actualizados en equipos, muebles, maquinaria, y encerres, capacitaciones en diferentes áreas, elaboración de un plan estratégico para las ventas. Por otro lado, se identificaron una serie de debilidades que limitan la capacidad de la empresa para mejorar y crecer, ineficiencia en la gestión de los recursos financieros, no tienen una operación y mantenimiento de los equipos para la protección del medio ambiente.

El aprovechamiento de oportunidades puede impulsar un sistema económico que favorezca el turismo, con proyectos sociales que involucren diversas empresas en todo el país y un adecuado control ambiental del GAD cantonal y parroquial, red satelital de internet, difusión y promoción turística en atractivos principales entre otras.

Finalmente, las amenazas que afectan a las empresas van desde problemas macros de inseguridad, mayor competencia en el mercado turístico, problemas de conexión, precios no acordes al servicio, y necesidades o exigencias nuevas de la demanda.

**Tabla 18***Matriz FODA general*

<b>FORTALEZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
F1	Control de inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y enceres.	<b>O1</b>	Pago de impuesto a la renta.
F2	Programas de capacitaciones al personal.	<b>O2</b>	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario
F3	Plan estratégico de ventas	<b>O3</b>	Facilidades de pagos a entidades bancarias.
F4	Manejo de proveedores locales y nacionales	<b>O4</b>	Certificaciones ambientales
F5	Involucrar al personal para cumplir objetivos de la empresa.	<b>O5</b>	Leyes y normativas ambientales.
F6	Charlas o capacitaciones al personal contratado	<b>O6</b>	Normas ambientales en los atractivos.
F7	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial.	<b>O7</b>	Controles ambientales del GAD cantonal y parroquial.
F8	Planificación de ventas	<b>O8</b>	Control de uso de vertientes de agua para el consumo humano.
F9	Auditorias y pagos tributarios	<b>O9</b>	Controles ambientales a los prestadores de alojamientos.
F10	Inventario de pago a proveedor local y nacional.	<b>O10</b>	Ferias culturales y productos o servicios artesanales.
F11	Equipo capacitado en innovación	<b>O11</b>	Ofertar las fiestas tradicionales y populares.
F12	La Infraestructura de la planta es adecuada para el abastecimiento de materias primas	<b>O12</b>	Oportunidades de crecimiento y desarrollo.
F13	Maquinaria y tecnología que permite brindar servicios competitivos	<b>O13</b>	Beneficios a proveedores locales y nacionales
F14	Registro de turistas en software	<b>O14</b>	Promoción de productos ecuatorianos de calidad
F15	Mantenimientos de equipos de seguridad.	<b>O15</b>	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales.
F16	Capacitaciones en cada área laboral, y funciones.	<b>O16</b>	Red satelital de internet.
F17	Capacitaciones de atención al cliente.	<b>O17</b>	Facilidad de cambio y uso de moneda.

F18	Charlas, capacitaciones, manejo y uso de alimentos, y bebidas	<b>O18</b>	Difusión y promoción turística en atractivos principales.
F19	Capacitaciones ambientales.	<b>O19</b>	Facilidad de movilizarse.
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
D1	Carencia de gestión administrativa.	<b>A1</b>	Mayor competencia en el mercado turístico
D2	Carencia de políticas	<b>A2</b>	Altas tasas interés de entidades financieras.
D3	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria	<b>A3</b>	Pago salarial con todo beneficio de ley al personal.
D4	Clima laboral negativo	<b>A4</b>	Falta de crecimiento o bajo rendimiento económico
D5	No existe una junta directiva para administrar la empresa.	<b>A5</b>	Deuda interna y externa del País
D6	No cuenta con programas de salud ocupacional	<b>A6</b>	Poca oportunidad laboral en el sector turístico.
D7	Seguro social y beneficios de ley al empleado.	<b>A7</b>	Deforestación, quema de páramos, contaminación
D8	Uso eficiente de recursos	<b>A8</b>	Escasez de buenas prácticas ambientales en los establecimientos
D9	Copias de seguridad de documentos	<b>A9</b>	Perdida de reputación.
D10	Mal uso de agua potable.	<b>A10</b>	Poco apoyo por parte del GAD para los emprendedores
D11	Falta de planeación financiera.	<b>A11</b>	Vulnerabilidad web y redes sociales.
D12	Baja participación y comunicación entre empleados	<b>A12</b>	Incremento en costos operativos
D13	Análisis de ingresos y egresos	<b>A13</b>	Red satelital de conexión celular.
D14	No tienen una operación y mantenimiento de los equipos para la protección del medio ambiente	<b>A14</b>	Conocimiento en tecnología actual.
D15	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos	<b>A15</b>	Ética en el sector público.
D16	No tienen un programa de mantenimiento para equipos e inventarios	<b>A16</b>	Bajo crecimiento empresarial
D17	Planta adecuada para accesibilidad	<b>A17</b>	Precios no acordes al servicio.
D18	Falta de cursos de idiomas inglés y kichwa.	<b>A18</b>	Falta de innovación y recurso de los servicios turísticos.
D19	Charlas sobre precauciones en el área laboral.	<b>A19</b>	Establecimientos no aptos para nuevos mercados

### **10.7. Valoración de la matriz MEFI**

Las empresas de hospedaje turística del cantón Pujilí, se identificaron 38 factores que pueden influir en el trabajo de las empresas, los cuales se distribuyen en 19 fortalezas y 19 debilidades. La suma de los dos factores da un resultado de 2,57, lo que significa que supera el promedio ponderado de 2,50. También se puede observar que en el peso dio como resultado 1 lo que representa que los números colocados están bien debido a que es una constante, en el peso porcentual las fortalezas tuvieron un 60% mientras que las debilidades un 40% dando un total de 100%.

Finalmente se logró obtener la ponderación a través de la multiplicación del peso con el valor, en el caso de las fortalezas se alcanzó un 1,92 y en las debilidades un 0,65. Indica que los hospedajes internamente se encuentran más fuertes que débiles, debido a que se alcanzó una ponderación alta con respecto a las fortalezas.

**Tabla 19***Valoración Matriz MEFI.*

	FORTALEZAS	Peso	Peso %	Valor	Ponderación
F1	Control de inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y enceres.	0,04	4%	4	0,16
F2	Programas de capacitaciones al personal.	0,03	3%	3	0,09
F3	Plan estratégico de ventas	0,02	2%	3	0,06
F4	Manejo de proveedores locales y nacionales	0,02	2%	3	0,06
F5	Involucrar al personal para cumplir objetivos de la empresa.	0,01	1%	4	0,04
F6	Charlas o capacitaciones al personal contratado	0,02	2%	3	0,06
F7	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial.	0,04	4%	4	0,16
F8	Planificación de ventas	0,04	4%	3	0,12
F9	Auditorias y pagos tributarios	0,03	3%	3	0,09
F10	Inventario de pago a proveedor local y nacional.	0,03	3%	2	0,06
F11	Equipo capacitado en innovación	0,02	2%	3	0,06
F12	La Infraestructura de la planta es adecuada para el abastecimiento de materias primas	0,04	4%	4	0,16
F13	Maquinaria y tecnología que permite brindar servicios competitivos	0,03	3%	2	0,06
F14	Registro de turistas en software	0,05	5%	3	0,15
F15	Mantenimientos de equipos de seguridad.	0,04	4%	3	0,12
F16	Capacitaciones en cada área laboral, y funciones.	0,04	4%	3	0,12
F17	Capacitaciones de atención al cliente.	0,05	5%	4	0,2
F18	Charlas, capacitaciones, manejo y uso de alimentos, y bebidas	0,02	2%	3	0,06
F19	Capacitaciones ambientales.	0,03	3%	3	0,09

TOTAL 0,6 60% 1,92

<b>DEBILIDADES</b>		<b>Peso</b>	<b>Peso %</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
D1	Carencia de gestión administrativa.	0,03	3%	2	0,06
D2	Carencia de políticas	0,01	1%	1	0,01
D3	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria	0,03	3%	2	0,06
D4	Clima laboral negativo	0,02	2%	1	0,02
D5	No existe una junta directiva para administrar la empresa.	0,03	3%	2	0,06
D6	No cuenta con programas de salud ocupacional	0,02	2%	2	0,04
D7	Seguro social y beneficios de ley al empleado.	0,03	3%	2	0,06
D8	Uso eficiente de recursos	0,02	2%	1	0,02
D9	Copias de seguridad de documentos	0,01	1%	1	0,01
D10	Mal uso de agua potable.	0,01	1%	1	0,01
D11	Falta de planeación financiera.	0,03	3%	2	0,06
D12	Baja participación y comunicación entre empleados	0,02	2%	2	0,04
D13	Análisis de ingresos y egresos	0,03	3%	1	0,03
D14	No tienen una operación y mantenimiento de los equipos para la protección del medio ambiente	0,01	1%	1	0,01
D15	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos	0,02	2%	1	0,02
D16	No tienen un programa de mantenimiento para equipos e inventarios	0,01	1%	2	0,02
D17	Planta adecuada para accesibilidad	0,02	2%	2	0,04
D18	Cursos de idiomas inglés y kichwa.	0,03	3%	2	0,06
D19	Charlas sobre precauciones en el área laboral.	0,02	2%	1	0,02
TOTAL		0,4	40%	29	0,65
<b>TOTAL, FINAL</b>		<b>1</b>	<b>100%</b>		<b>2,57</b>

## 10.8. Matriz de evaluación MEFE

La siguiente matriz de evaluación MEFE cuenta con 38 factores definitivos que se dividieron en 19 oportunidades y 19 amenazas, la sumatoria de los dos factores da como resultado 2,79, lo que indica que se encuentra por encima del promedio ponderado de 2,50 lo que representa que las empresas que logran competir implementan la sostenibilidad y se esfuerzan por producir las oportunidades existentes para mantenerse en el mercado.

De la misma forma para los sub factores externos se califica con un peso, valor, y nota ponderada, sin embargo, en este caso igualamos el peso a un 50% para oportunidades, y amenazas, sumando un 100% en total. Con la finalidad que ambos tengan la misma oportunidad de estar dentro de las estrategias finales, con un valor final de 1,62 para las oportunidades, y 1,17 para amenazas, se mantiene el enfoque a crear estrategias de mejora.

En las oportunidades, los factores tienen ponderaciones de (0.16), (0.12), (0.9) y (0.8), representando oportunidades como: Facilidades de pagos a entidades bancarias, beneficios a proveedores locales y nacionales, ofertar las fiestas tradicionales y populares, controles ambientales a los prestadores de alojamientos, y facilidad de Adquisición de productos de consumo primario, entre otras. Por otro lado, las amenazas tienen ponderaciones de (0.16), (0.12) y (0.9) y están divididas en: Altas tasas interés de entidades financieras, incremento en costos operativos, establecimientos no aptos para nuevos mercados, falta de crecimiento o bajo rendimiento económico, y falta de competitividad y aumento de precios en los insumos.

**Tabla 20***Valoración De La Matriz EFE*

<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>Peso</b>	<b>Peso %</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
O1	Pago de impuesto a la renta.	0,02	2%	2	0,04
O2	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario	0,03	3%	4	0,12
O3	Facilidades de pagos a entidades bancarias.	0,04	4%	4	0,16
O4	Certificaciones ambientales	0,03	3%	3	0,09
O5	Leyes y normativas ambientales.	0,02	2%	3	0,06
O6	Normas ambientales en los atractivos.	0,03	3%	2	0,06
O7	Controles ambientales del GAD cantonal y parroquial.	0,04	4%	3	0,12
O8	Control de uso de vertientes de agua para el consumo humano.	0,03	3%	3	0,09
O9	Controles ambientales a los prestadores de alojamientos.	0,03	3%	4	0,12
O10	Ferias culturales y productos o servicios artesanales.	0,02	2%	3	0,06
O11	Ofertar las fiestas tradicionales y populares.	0,03	3%	4	0,12
O12	Oportunidades de crecimiento y desarrollo.	0,03	3%	4	0,12
O13	Beneficios a proveedores locales y nacionales	0,04	4%	3	0,12
O14	Promoción de productos ecuatorianos de calidad	0,03	3%	3	0,09
O15	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales.	0,01	1%	4	0,04
O16	Red satelital de internet.	0,02	2%	2	0,04
O17	Facilidad de cambio y uso de moneda.	0,01	1%	3	0,03
O18	Difusión y promoción turística en atractivos principales.	0,02	2%	3	0,06
O19	Facilidad de movilizarse.	0,02	2%	4	0,08
<b>TOTAL</b>		<b>0,5</b>	<b>50%</b>		<b>1,62</b>
<b>AMENAZAS</b>		<b>Peso</b>	<b>Peso %</b>	<b>Valor</b>	<b>Ponderación</b>
A1	Mayor competencia en el mercado turístico	0,03	3%	2	0,06
A2	Altas tasas interés de entidades financieras.	0,04	4%	3	0,12
A3	Pago salarial con todos beneficios de ley al personal.	0,03	3%	2	0,06

A4	Falta de crecimiento o bajo rendimiento económico	0,03	3%	3	0,09
A5	Deuda interna y externa del País	0,03	3%	2	0,06
A6	Poca oportunidad laboral en el sector turístico.	0,02	2%	2	0,04
A7	Deforestación, quema de páramos, contaminación	0,03	3%	2	0,06
A8	Escasez de buenas prácticas ambientales en los establecimientos	0,01	1%	2	0,02
A9	Perdida de reputación.	0,01	1%	1	0,01
A10	Poco apoyo por parte del GAD para los emprendedores	0,03	3%	1	0,03
A11	Vulnerabilidad web y redes sociales.	0,01	1%	2	0,02
A12	Incremento en costos operativos	0,04	4%	4	0,16
A13	Red satelital de conexión celular.	0,03	3%	3	0,09
A14	Conocimiento en tecnología actual.	0,02	2%	2	0,04
A15	Ética en el sector público.	0,03	3%	2	0,06
A16	Bajo crecimiento empresarial	0,02	2%	1	0,02
A17	Precios no acordes al servicio.	0,03	3%	3	0,09
A18	Falta de innovación y recurso de los servicios turísticos.	0,02	2%	1	0,02
A19	Establecimientos no aptos para nuevos mercados	0,04	4%	3	0,12
TOTAL		0,5	50%		1,17
TOTAL, FINAL		1	100%		2,79

### **10.9. Matriz Estratégica FODA**

Aquí se puede observar el FODA cruzado en donde existe (FO), lo que significa que las fortalezas se relacionaron con las oportunidades, por otro lado (FA), donde las fortalezas se juntaron con las amenazas, en cuanto a (DO), existió una conexión con las debilidades y oportunidades y por otra parte en (DA), se juntó las debilidades con las amenazas, logrando de esa forma 4 tipos de estrategias positivas que sirvieron para que las empresas mejoren su rendimiento y brinden un servicio de calidad en la parte externa e interna. Cabe recalcar que primero se enlistó las fortalezas, debilidades, amenazas, y oportunidades, las cuales pasaron por las matrices de evaluación en total existen 72 sub factores, se diseñaron 10 estrategias de cada cuadrante, en total se obtuvo 40 estrategias, basadas en las problemáticas que se halló en los establecimientos de hospedaje turístico.

**Tabla 21** *Matriz Estratégica*

MATRIZ ESTRATÉGICO DE FODA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)	
<b>F1</b>	Control de inventarios actualizados en equipos, maquinaria, muebles, y enceres.	<b>D1</b>	Ineficiencia en la gestión de los recursos financieros
<b>F2</b>	Programas de capacitaciones al personal.	<b>D2</b>	Carencia de políticas
<b>F3</b>	Plan estratégico de ventas	<b>D3</b>	Estrategias incorporadas en brechas salariales en beneficio de todos de manera igualitaria
<b>F4</b>	Manejo de proveedores locales y nacionales	<b>D4</b>	Clima laboral negativo
<b>F5</b>	Involucrar al personal para cumplir objetivos de la empresa.	<b>D5</b>	No existe una junta directiva para administrar la empresa.
<b>F6</b>	Charlas o capacitaciones al personal contratado	<b>D6</b>	No cuenta con programas de salud ocupacional
<b>F7</b>	Igualdad de género en cuanto beneficios de ley, empresarial.	<b>D7</b>	Seguro social y beneficios de ley al empleado.
<b>F8</b>	Planificación de ventas	<b>D8</b>	Uso eficiente de recursos
<b>F9</b>	Auditorias y pagos tributarios	<b>D9</b>	Copias de seguridad de documentos
<b>F10</b>	Inventario de pago a proveedor local y nacional.	<b>D10</b>	Mal uso de agua potable.
<b>F11</b>	Equipo capacitado en innovación	<b>D11</b>	Falta de planeación financiera.
<b>F12</b>	La Infraestructura de la planta es adecuada para el abastecimiento de materias primas	<b>D12</b>	Baja participación y comunicación entre empleados
<b>F13</b>	Maquinaria y tecnología que permite brindar servicios competitivos	<b>D13</b>	Análisis de ingresos y egresos
<b>F14</b>	Registro de turistas en software	<b>D14</b>	No tienen una operación y mantenimiento de los equipos para la protección del medio ambiente
<b>F15</b>	Mantenimientos de equipos de seguridad.	<b>D15</b>	Diseño de planta flexible en caso de cambios inoportunos
<b>F16</b>	Capacitaciones en cada área laboral, y funciones.	<b>D16</b>	No tienen un programa de mantenimiento para equipos e inventarios

<b>F17</b> Capacitaciones de atención al cliente.	<b>D17</b> Planta adecuada para accesibilidad
<b>F18</b> Charlas, capacitaciones, manejo y uso de alimentos, y bebidas	<b>D18</b> Cursos de idiomas inglés y kichwa.
<b>F19</b> Capacitaciones ambientales.	<b>D19</b> Charlas sobre precauciones en el área laboral.

<b>OPORTUNIDADES (O)</b>		<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DO)</b>
O1	Pago de impuesto a la renta.	F2 y O12: Implementar programas de capacitaciones al personal para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, mejorando así la competitividad y eficiencia de la empresa.	D1 y O3: Aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias para mejorar la gestión de los recursos financieros, optimizando el flujo de caja y reduciendo costos financieros.
O2	Facilidad de Adquisición de productos de consumo primario	F3 y O15: Utilizar el plan estratégico de ventas en conjunto con la difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.	D3 y O14: Promover productos ecuatorianos de calidad destacando las políticas de igualdad salarial y beneficios para todos los empleados, mejorando la imagen de la empresa.
O3	Facilidades de pagos a entidades bancarias.	F4 y O13: Aprovechar el manejo de proveedores locales y nacionales para beneficiarse de las ventajas que ofrecen los proveedores locales y nacionales, como descuentos y mejores condiciones de pago.	D5 y O12: Establecer una junta directiva para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, asegurando una mejor administración y toma de decisiones.
O4	Certificaciones ambientales	F5 y O11: Elaborar un programa de participación para el personal a fin de cumplir los objetivos de la empresa mientras se ofertan fiestas tradicionales y populares, aumentando la motivación y el compromiso del personal.	D6 y O10: Implementar programas de salud ocupacional y participar en ferias culturales para promover una cultura de bienestar entre los empleados.
O5	Leyes y normativas ambientales.	F6 y O7: Realizar charlas o capacitaciones al personal contratado sobre controles ambientales del GAD cantonal y parroquial para asegurar el cumplimiento de las normativas ambientales.	D9 y O16: Implementar copias de seguridad de documentos aprovechando la red satelital de internet para asegurar la disponibilidad y protección de la información.
O6	Normas ambientales en los atractivos.	F7 y O14: Promover la igualdad de género en cuanto a beneficios de ley y empresariales mientras se promocionan productos ecuatorianos de calidad, resaltando el compromiso de la empresa con la igualdad y la excelencia.	D10 y O7: Fomentar el uso racional del agua con los controles ambientales del GAD cantonal y parroquial, asegurando la sostenibilidad y cumplimiento normativo.

O7	Controles ambientales del GAD cantonal y parroquial.	F10 y O3: Mantener un inventario actualizado de pagos a proveedores locales y nacionales para aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias, optimizando el flujo de caja.	D15 y O19: Mejorar el diseño de planta para facilitar la movilidad y adaptación a cambios inesperados, asegurando la continuidad operativa.
O8	Control de uso de vertientes de agua para el consumo humano.	F11 y O16: Implementar una red satelital de internet, mejorando así la conectividad y eficiencia operativa.	D16 y O18: Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios en atractivos principales para asegurar la disponibilidad y funcionamiento de los equipos.
O9	Controles ambientales a los prestadores de alojamientos.	F13 y O18: Crear material publicitario para la difusión y promoción turística en atractivos principales, atrayendo más turistas.	D18 y O16: Implementar cursos de idiomas inglés y kichwa aprovechando la red satelital de internet para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados.
O10	Ferias culturales y productos o servicios artesanales.	F14 y O19: Registrar turistas en software y facilitar la movilidad para ofrecer un servicio más eficiente y cómodo a los visitantes.	D19 y O6: Realizar charlas sobre precauciones en el área laboral cumpliendo con las normas ambientales en los atractivos, asegurando la seguridad y cumplimiento normativo.
O11	Ofertar las fiestas tradicionales y populares.		
O12	Oportunidades de crecimiento y desarrollo.		
O13	Beneficios a proveedores locales y nacionales		
O14	Promoción de productos ecuatorianos de calidad		
O15	Difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales.		
O16	Red satelital de internet.		
O17	Facilidad de cambio y uso de moneda.		
O18	Difusión y promoción turística en atractivos principales.		
O19	Facilidad de movilizarse.		

---

	<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
A1	Mayor competencia en el mercado turístico	F2 y A4: Implementar programas de capacitaciones al personal para contrarrestar la falta de crecimiento o bajo rendimiento económico, mejorando la eficiencia y productividad del personal.	D1 y A2: Implementar programas de capacitación en gestión financiera para mejorar la eficiencia y enfrentar las altas tasas de interés de entidades financieras, buscando opciones de financiamiento más favorables.
A2	Altas tasas interés de entidades financieras.	F4 y A18: Aprovechar el manejo de proveedores locales y nacionales para evitar la incapacidad de competir, asegurando la obtención de materiales y servicios de calidad a precios competitivos.	D2 y A15: Desarrollar y establecer políticas claras para contrarrestar la falta de ética en el sector público, asegurando la transparencia y cumplimiento normativo dentro de la empresa.
A3	Pago salarial con todos beneficios de ley al personal.	F5 y A9: Involucrar al personal en el cumplimiento de objetivos de la empresa para prevenir la pérdida de reputación, fomentando una cultura organizacional positiva y orientada a la calidad del servicio.	D3 y A3: Revisar y ajustar las estrategias salariales para asegurar el pago de salarios con todos los beneficios de ley al personal, cumpliendo con las obligaciones laborales y mejorando la retención de empleados.
A4	Falta de crecimiento o bajo rendimiento económico	F9 y A11: Realizar auditorías y pagos tributarios rigurosos para mitigar la vulnerabilidad web y en redes sociales, asegurando el cumplimiento legal y financiero que fortalece la reputación y confianza en la empresa.	D5 y A5: Establecer una junta directiva para administrar la empresa y gestionar de manera eficiente la deuda interna y externa del país, asegurando una mejor toma de decisiones y estabilidad financiera.
A5	Deuda interna y externa del País	F11 y A14: Utilizar el equipo capacitado en innovación para enfrentar los desafíos tecnológicos y mantenerse a la vanguardia, mejorando la competitividad en el mercado.	D6 y A10: Implementar programas de salud ocupacional para enfrentar la falta de apoyo por parte del GAD para los emprendedores, promoviendo el bienestar y la salud de los empleados como una ventaja competitiva.
A6	Poca oportunidad laboral en el sector turístico.	F12 y A17: Aprovechar la infraestructura adecuada para el abastecimiento de materias primas para ajustar los precios y hacerlos acordes al servicio ofrecido, mejorando la percepción del valor por parte de los clientes.	D10 y A7: Implementar programas de gestión sostenible del agua para mejorar el uso de agua potable y contrarrestar los efectos negativos de la deforestación, quema de páramos y contaminación.
A7	Deforestación, quema de páramos, contaminación	F15 y A8: Realizar mantenimientos de equipos de seguridad para asegurar buenas prácticas ambientales en los establecimientos,	D12 y A9: Fomentar la participación y comunicación entre empleados para prevenir la pérdida de reputación, promoviendo un ambiente de trabajo

		promoviendo la sostenibilidad y cumplimiento normativo.	colaborativo y comprometido con la calidad del servicio.
A8	Escasez de buenas prácticas ambientales en los establecimientos	. F16 y A10: Implementar capacitaciones en cada área laboral y funciones para superar la falta de apoyo por parte del GAD para los emprendedores, fortaleciendo la autogestión y capacidad operativa de la empresa.	D14 y A8: Implementar un programa de operación y mantenimiento de equipos para la protección del medio ambiente, asegurando el cumplimiento de buenas prácticas ambientales en los establecimientos.
A9	Perdida de reputación.	F18 y A19: Organizar charlas y capacitaciones sobre el manejo y uso de alimentos y bebidas para asegurar que los establecimientos sean aptos para nuevos mercados, mejorando la calidad y diversidad de la oferta.	D16 y A12: Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios para minimizar el impacto del incremento en costos operativos y asegurar la continuidad operativa.
A10	Poco apoyo por parte del GAD para los emprendedores	F19 y A7: Implementar capacitaciones ambientales para mitigar los efectos de la deforestación, quema de páramos y contaminación, promoviendo prácticas sostenibles y responsables.	D17 y A13: Mejorar la accesibilidad de la planta aprovechando la red satelital de conexión celular para atraer a un público más amplio y diverso.
A11	Vulnerabilidad web y redes sociales.		
A12	Incremento en costos operativos		
A13	Red satelital de conexión celular.		
A14	Conocimiento en tecnología actual.		
A15	Ética en el sector público.		
A16	Bajo crecimiento empresarial		
A17	Precios no acordes al servicio.		
A18	Incapacidad de competir		
A19	Establecimientos no aptos para nuevos mercados		

---

#### **10.10. Análisis estratégico.**

En análisis estratégico se realizó un análisis del impacto que tuvo en las estrategias así para poder diseñar las estrategias que permitirán corregir errores y sesgos en la actividad hospedaje del cantón Pujilí, se realizó un análisis para clasificar las estrategias en un impacto alto, medio y bajo. Considerando las estrategias de manera que corrijan la mayoría de problemas internos y externos, enfocados en capacitaciones ambientales, la administración, talento humano, promoción, registros de ventas ingresos, egresos, planeamiento estratégico, registros financieros, políticas ambientales, laborales, y. Finalmente se clasifican 18 estrategias consideradas en un impacto alto.

**Tabla 22***Análisis estratégico.*

<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO</b>		<b>IMPACTO</b>		
<b>FO</b>		<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
F2 – O12	Implementar programas de capacitaciones al personal para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, mejorando así la competitividad y eficiencia de la empresa.	X		
F3 – O15	Utilizar el plan estratégico de ventas en conjunto con la difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.	X		
F4 - O13	Aprovechar el manejo de proveedores locales y nacionales para beneficiarse de las ventajas que ofrecen los proveedores locales y nacionales, como descuentos y mejores condiciones de pago.		X	
F5 – O11	Elaborar un programa de participación para el personal a fin de cumplir los objetivos de la empresa mientras se ofertan fiestas tradicionales y populares, aumentando la motivación y el compromiso del personal.		X	
F6 – O7	Realizar charlas o capacitaciones al personal contratado sobre controles ambientales del GAD cantonal y parroquial para asegurar el cumplimiento de las normativas ambientales.		X	
F7 – O14	Promover la igualdad de género en cuanto a beneficios de ley y empresariales mientras se promocionan productos ecuatorianos de calidad, resaltando el compromiso de la empresa con la igualdad y la excelencia.	X		
F10 – O3	Mantener un inventario actualizado de pagos a proveedores locales y nacionales para aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias, optimizando el flujo de caja.		X	
F11 – O18	Implementar una red satelital de internet, mejorando así la conectividad y eficiencia operativa.	X		
F13 – O19	Crear material publicitario para la difusión y promoción turística en atractivos principales, atrayendo más turistas.			

F14 – O19	Registrar turistas en software y facilitar la movilidad para ofrecer un servicio más eficiente y cómodo a los visitantes.	X
<b>FA</b>		
F2 – A4	Implementar programas de capacitaciones al personal para contrarrestar la falta de crecimiento o bajo rendimiento económico, mejorando la eficiencia y productividad del personal.	X
F4 – A18	Aprovechar el manejo de proveedores locales y nacionales para evitar la incapacidad de competir, asegurando la obtención de materiales y servicios de calidad a precios competitivos.	X
F5 – A9	Involucrar al personal en el cumplimiento de objetivos de la empresa para prevenir la pérdida de reputación, fomentando una cultura organizacional positiva y orientada a la calidad del servicio.	X
F9 – A11	Realizar auditorías y pagos tributarios rigurosos para mitigar la vulnerabilidad web y en redes sociales, asegurando el cumplimiento legal y financiero que fortalece la reputación y confianza en la empresa.	X
F11 – A14	Utilizar el equipo capacitado en innovación para enfrentar los desafíos tecnológicos y mantenerse a la vanguardia, mejorando la competitividad en el mercado.	X
F12 – A17	Aprovechar la infraestructura adecuada para el abastecimiento de materias primas para ajustar los precios y hacerlos acordes al servicio ofrecido, mejorando la percepción del valor por parte de los clientes.	X
F15 – A8	Realizar mantenimientos de equipos de seguridad para asegurar buenas prácticas ambientales en los establecimientos, promoviendo la sostenibilidad y cumplimiento normativo.	X
F16 – A10	Implementar capacitaciones en cada área laboral y funciones para superar la falta de apoyo por parte del GAD para los emprendedores, fortaleciendo la autogestión y capacidad operativa de la empresa.	X
F18 – A19	Organizar charlas y capacitaciones sobre el manejo y uso de alimentos y bebidas para asegurar que los establecimientos sean aptos para nuevos mercados, mejorando la calidad y diversidad de la oferta.	X
F19- A7	Implementar capacitaciones ambientales para mitigar los efectos de la deforestación, quema de páramos y contaminación, promoviendo prácticas sostenibles y responsables.	X
<b>DO</b>		
D1 – O3	Aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias para mejorar la gestión de los recursos financieros, optimizando el flujo de caja y reduciendo costos financieros.	X

D3 – O14	Promover productos ecuatorianos de calidad destacando las políticas de igualdad salarial y beneficios para todos los empleados, mejorando la imagen de la empresa.	X	
D5 – O12	Establecer una junta directiva para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, asegurando una mejor administración y toma de decisiones.	X	
D6 – O10	Implementar programas de salud ocupacional y participar en ferias culturales para promover una cultura de bienestar entre los empleados.		X
D9 – O16	Implementar copias de seguridad de documentos aprovechando la red satelital de internet para asegurar la disponibilidad y protección de la información.	X	
D10 – O7	Fomentar el uso racional del agua con los controles ambientales del GAD cantonal y parroquial, asegurando la sostenibilidad y cumplimiento normativo.		X
D15 – O19	Mejorar el diseño de planta para facilitar la movilidad y adaptación a cambios inesperados, asegurando la continuidad operativa.		X
D16 – O18	Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios en atractivos principales para asegurar la disponibilidad y funcionamiento de los equipos.	X	
D18 – O16	Implementar cursos de idiomas inglés y kichwa aprovechando la red satelital de internet para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados.		X
D19 -O6	Realizar charlas sobre precauciones en el área laboral cumpliendo con las normas ambientales en los atractivos, asegurando la seguridad y cumplimiento normativo.		X
<b>DA</b>			
D1 – A2	Implementar programas de capacitación en gestión financiera para mejorar la eficiencia y enfrentar las altas tasas de interés de entidades financieras, buscando opciones de financiamiento más favorables.	X	
D2 - A15	Desarrollar y establecer políticas claras para contrarrestar la falta de ética en el sector público, asegurando la transparencia y cumplimiento normativo dentro de la empresa.		X
D3 – A3	Revisar y ajustar las estrategias salariales para asegurar el pago de salarios con todos los beneficios de ley al personal, cumpliendo con las obligaciones laborales y mejorando la retención de empleados.	X	

---

D5 – A5	Establecer una junta directiva para administrar la empresa y gestionar de manera eficiente la deuda interna y externa del país, asegurando una mejor toma de decisiones y estabilidad financiera.	X	
D6 – A10	Implementar programas de salud ocupacional para enfrentar la falta de apoyo por parte del GAD para los emprendedores, promoviendo el bienestar y la salud de los empleados como una ventaja competitiva.		X
D10 – A7	Implementar programas de gestión sostenible del agua para mejorar el uso de agua potable y contrarrestar los efectos negativos de la deforestación, quema de páramos y contaminación.		X
D12 – A9	Fomentar la participación y comunicación entre empleados para prevenir la pérdida de reputación, promoviendo un ambiente de trabajo colaborativo y comprometido con la calidad del servicio.		X
D14 – A8	Implementar un programa de operación y mantenimiento de equipos para la protección del medio ambiente, asegurando el cumplimiento de buenas prácticas ambientales en los establecimientos.		X
D16 – A12	Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios para minimizar el impacto del incremento en costos operativos y asegurar la continuidad operativa.	X	
D17 – A13	Mejorar la accesibilidad de la planta aprovechando la red satelital de conexión celular para atraer a un público más amplio y diverso.		X

---

### 10.11. Matriz de Resultados

Finalmente, se puede observar las estrategias que tenían un mayor impacto, es decir las que deben ser realizadas de forma inmediata para que los establecimientos turísticos de alojamientos del cantón Pujilí, puedan mejorar la calidad de sus servicios corrigiendo errores y problemas existentes, estas están diseñadas partiendo desde las fortalezas y oportunidades para corregir debilidades y amenazas, en total se obtuvo 20 estrategias finales.

**Tabla 23**

*Matriz de Resultados*

<b>MATRIZ ESTRATÉGICA</b>	
<b>F2 – O12</b>	Implementar programas de capacitaciones al personal para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, mejorando así la competitividad y eficiencia de la empresa.
<b>F3 – O15</b>	Utilizar el plan estratégico de ventas en conjunto con la difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.
<b>F7 – O14</b>	Promover la igualdad de género en cuanto a beneficios de ley y empresariales mientras se promocionan productos ecuatorianos de calidad, resaltando el compromiso de la empresa con la igualdad y la excelencia.
<b>F11 – O18</b>	Implementar una red satelital de internet, mejorando así la conectividad y eficiencia operativa.
<b>F13 – O19</b>	Crear material publicitario para la difusión y promoción turística en atractivos principales, atrayendo más turistas.
<b>F2 – A4</b>	Implementar programas de capacitaciones al personal para contrarrestar la falta de crecimiento o bajo rendimiento económico, mejorando la eficiencia y productividad del personal.
<b>F5 – A9</b>	Involucrar al personal en el cumplimiento de objetivos de la empresa para prevenir la pérdida de reputación, fomentando una cultura organizacional positiva y orientada a la calidad del servicio.
<b>F9 – A11</b>	Realizar auditorías y pagos tributarios rigurosos para mitigar la vulnerabilidad web y en redes sociales, asegurando el cumplimiento legal y financiero que fortalece la reputación y confianza en la empresa.
<b>F18 – A19</b>	Organizar charlas y capacitaciones sobre el manejo y uso de alimentos y bebidas para asegurar que los establecimientos sean aptos para nuevos mercados, mejorando la calidad y diversidad de la oferta.
<b>F19- A7</b>	Implementar capacitaciones ambientales para mitigar los efectos de la deforestación, quema de páramos y contaminación, promoviendo prácticas sostenibles y responsables.
<b>D1 – O3</b>	Aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias para mejorar la gestión de los recursos financieros, optimizando el flujo de caja y reduciendo costos financieros.
<b>D3 – O14</b>	Promover productos ecuatorianos de calidad destacando las políticas de igualdad salarial y beneficios para todos los empleados, mejorando la imagen de la empresa.

<b>D5 – O12</b>	Establecer una junta directiva para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, asegurando una mejor administración y toma de decisiones.
<b>D9 – O16</b>	Implementar copias de seguridad de documentos aprovechando la red satelital de internet para asegurar la disponibilidad y protección de la información.
<b>D16 – O18</b>	Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios en atractivos principales para asegurar la disponibilidad y funcionamiento de los equipos.
<b>D18 – O16</b>	Implementar cursos de idiomas inglés y kichwa aprovechando la red satelital de internet para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados.
<b>D1 – A2</b>	Implementar programas de capacitación en gestión financiera para mejorar la eficiencia y enfrentar las altas tasas de interés de entidades financieras, buscando opciones de financiamiento más favorables.
<b>D3 – A3</b>	Revisar y ajustar las estrategias salariales para asegurar el pago de salarios con todos los beneficios de ley al personal, cumpliendo con las obligaciones laborales y mejorando la retención de empleados.
<b>D5 – A5</b>	Establecer una junta directiva para administrar la empresa y gestionar de manera eficiente la deuda interna y externa del país, asegurando una mejor toma de decisiones y estabilidad financiera.
<b>D16 – A12</b>	Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios para minimizar el impacto del incremento en costos operativos y asegurar la continuidad operativa.

## 11. IMPACTOS

### 11.1. Impacto económico

Las empresas de alojamiento pueden guiarse e incluso utilizar las estrategias propuestas para gestionar mejor y mejorar el uso de los recursos, controlar mejor las finanzas de la empresa y evitar gastos innecesarios, haciéndolas así más competitivas.

### 11.2. Impacto Social

El presente proyecto de investigación hará un aporte muy significativo a la comunidad, especialmente a las empresas de alojamiento turístico de Pujilí, ya que podrán servir como referencia las estrategias propuestas en beneficio de todas las personas para servir y contribuir positivamente al mercado turístico del cantón.

### 11.3. Impacto Ambiental

Las estrategias propuestas se basan en la protección del medio ambiente y utiliza estándares para promover el desarrollo empresarial sostenible, lo que tiene un impacto positivo, ayuda a reducir el impacto ambiental de los establecimientos.

## 12. PRESUPUESTO DE ESTRATEGIA

**Tabla 24**

*Presupuesto*

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>PRECIO</b>
Implementar programas de capacitaciones al personal para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, mejorando así la competitividad y eficiencia de la empresa.	Atención al cliente Conocimiento en áreas de hospedaje Técnicas de atención	100
Utilizar el plan estratégico de ventas en conjunto con la difusión por medio de promociones pagadas en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer más clientes.	Marketing Manejo de redes sociales	100
Promover la igualdad de género en cuanto a beneficios de ley y empresariales mientras se promocionan productos ecuatorianos de calidad, resaltando el compromiso de la empresa con la igualdad y la excelencia.	Publicidad de productos de mejor calidad Medios de comunicación	100
Implementar una red satelital de internet, mejorando así la conectividad y eficiencia operativa.	Plataformas digitales	60
Crear material publicitario para la difusión y promoción turística en atractivos principales, atrayendo más turistas.	Hojas volantes Pancartas	50
Organizar charlas y capacitaciones sobre el manejo y uso de alimentos y bebidas para asegurar que los establecimientos sean aptos para nuevos mercados, mejorando la calidad y diversidad de la oferta.	Personas de alta capacidad con reciprocidad	50
Implementar capacitaciones ambientales para mitigar los efectos de la deforestación, quema de páramos y contaminación, promoviendo prácticas sostenibles y responsables.	Los seminarios y los talleres	50
Aprovechar las facilidades de pagos a entidades bancarias para mejorar la gestión de los recursos financieros, optimizando el flujo de caja y reduciendo costos financieros.	Contadora Contabilidad	50
Establecer una junta directiva para aprovechar las oportunidades de crecimiento y desarrollo, asegurando una mejor administración y toma de decisiones.	La población	50
Implementar copias de seguridad de documentos aprovechando la red satelital de internet para asegurar la disponibilidad y protección de la información.	Cámara Computadora	100
Implementar cursos de idiomas inglés y kichwa aprovechando la red satelital de internet para mejorar las habilidades de comunicación de los empleados.	Estudiantes con rendimiento de lenguas	50
Establecer un programa de mantenimiento para equipos e inventarios para minimizar el impacto del incremento en costos operativos y asegurar la continuidad operativa.	Personas con conocimientos en diferentes ámbitos	100

## **13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **13.1. Conclusiones**

Luego de evaluar las empresas de hospedaje en el cantón Pujilí, aplicando la metodología InnovaRSE, se determinó un índice de sostenibilidad de 5,64, en una escala de 5 al 10, lo cual indica una mediana baja sostenibilidad, 2 empresas se encuentran en áreas de mejora con una escala de 3 al 10, y 10 empresas se encuentran en proceso de mejora con una escala de 5,6 al 10, y una empresa CTC Lago Verde Quilotoa en categoría de buenas prácticas en la escala de 7 al 10. Sin embargo, existen problemas de manera general, en la dimensión ambiental y dimensión económica.

Para medir el nivel de la competitividad donde aplicamos la metodología BID, dio un resultado general, en un porcentaje de 30,11%, ubicándose en un rango de 21% a 40%, en baja competitividad, de manera individual Las Hostería Runa Wasi y Chukirawa de cantón Pujilí, muestra un porcentaje mayor al resto de empresas con 40 % a 50%, y las ocho empresas en rangos de: 21%, a 39%, y las restantes 3 empresas de: 14%, a 16%. En un rango de baja competitividad, y obteniendo 2 en escala de 5. Las áreas con más problemas son de planeamiento estratégico, financiero, y comercialización.

Se finaliza expresando que a través de la matriz FODA se pudo identificar las estrategias de mejora con la implementación de capacitaciones al personal de hospedaje, sobre atención al cliente, el manejo de uso de alimentos bebidas, ambientales, lenguas kichwa - inglés y gestión financiera, ya que las empresas adquieren los conocimientos con respecto a esos factores, las mismas que ayudarán con el fortalecimiento del servicio de los establecimientos del cantón Pujilí.

Si existe una correlación entre la sostenibilidad y competitividad, en las empresas turísticas de hospedaje del cantón Pujilí, indica que las variables deben ser consideradas de

manera integral y abordadas de manera efectiva para lograr una ventaja competitiva sostenible en el mercado turístico.

### **13.2. Recomendaciones**

Se sugiere utilizar las metodologías del trabajo investigativo en las empresas turísticas de hospedaje, sabiendo que no cumplen con algunos parámetros, dentro de la evaluación no alcanza llegar a la categoría correspondiente.

Se aconseja analizar los establecimientos que pertenece al cantón con el fin de evaluar a los propietarios de las empresas de una manera correcta, en el detalle de funcionamiento a la actividad, bazar los ingresos económicos y obtenga un incremento en la venta de productos.

Se recomienda que las empresas turísticas del cantón Pujilí organicen realizar los planes ambientales, ayuda a controlar los impactos de sus servicios y que puedan facilitar la información y evidencias correspondientes, para un mejor funcionamiento debido a que a largo tiempo cuente con el ámbito de no afectar a la rentabilidad de los hospedajes favorables.

#### 14. REFERENCIAS

- Aguiar López, J. G. A. (2017). Indicadores de sostenibilidad para hoteles cinco estrellas. Medición dimensional social, cultural, ambiental, política y económica. *Sathiri*, 12(2), 107–126. <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/sathiri/article/view/113/152>
- Amado, A., & Cazares, I. (2019). La sostenibilidad factor determinante para el turismo en Colombia Sustainability is a determining factor for tourism in Colombia. *Espacios*, 40(13), 12. <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>
- Arévalo Hernández, J. L., & Sosa Márquez, J. H. (2015). Análisis de Competitividad como Herramienta para la Gerencia Global en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES). *Puente Revista Científica*, 89–96. <http://dx.doi.org/10.18566/puente.v9n2.a09>
- Benzaquen, J., del Carpio, L. A., Zegarra, L. A., & Valdivia, C. A. (2011). Un Índice Regional de Competitividad para un país. *Revista de La CEPAL*, 2010(102), 69–86. <https://doi.org/10.18356/82ef4c82-es>
- Bravo, L. L., Alemán, A. A., & Pérez, P. M. (2018). *LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR: ¿TURISMO CONSCIENTE O TURISMO TRADICIONAL*. 5(September), 188–194.
- Cabrera-Martinez, A. M., Lopez-Lopez, P. A., & Mendez, C. R. (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.2016597>
- Carlos Severiche-Sierra, Elias Bedoya-Marrugo, Maria MezaAleman, & Dario Sierra-Calderon. (2017). Gestión para la Sostenibilidad Ambiental, Sociocultural y Económica

- en el Sector Hotelero: Revisión de la Literatura. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 19(2343–5763), 475–495.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6219243>
- Carrasco Ruano, Y. T. (2019). Estadísticas de turistas en laguna de Quilotoa. *ConcienciaDigital*, 2(1), 24–34. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i1.927>
- Cedeño-Mendoza, H. I., & Real-Pérez, G. L. (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>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (1999). *El turismo sostenible como modelo de desarrollo en el istmo centroamericano y la república dominicana*. 687, 2,3,7.
- 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., & Peña Reyes, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 78.  
<https://doi.org/10.21158/01208160.n78.2015.1189>
- Diego Herrera Ramírez. (2017). Pujilí el mito de la identidad. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Freites, M., & Trejo, Z. (2019). Turismo Sostenible: percepciones, bienestar ciudadano y desarrollo local. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2.  
<https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31484>
- García López, T., & Cano Flores, M. (2013). El FODA: Una Técnica para el Análisis de Problemas en el Contexto de la Planeación en las Organizaciones. *Investigadoras Del I.I.E.S.C.A.*, 84–98. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>

- Hernández Espíndola, H. M. D. la L., Hernández Martínez, J. E., Galarza Fuentes, M. F., & Páez Cárdenas, L. F. (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.v7i4.7682](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7682)
- 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. del P., Gamboa-Salinas, J. M., Quisimalin-Santamaría, H. M., & Mancheno-Saá, M. J. (2021). Innovación y potencial humano, una relación que marca el turismo actual. *Fipcaec*, 6(23), 418–437. <http://fipcaec.com/ojs/index.php/es>
- INEC. (2023). *El Instituto Nacional de Estadística y Censos 2023*. 3–6.
- Jacqueline, G. de R., Jorge, C. G., Pacheco, G., María, A., Santana, V., & Gabriela, A. (2020). Desarrollo Sostenible: Desde La Mirada De Preservación Del Medio Ambiente Colombiano. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(4), 293–307. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34664>
- Labarca, N., & Zulia, U. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2).
- Lagunas-Vázquez, M., Almendárez-Hernández, M. A., Beltrán-Morales, L. F., & Ortega-Rubio, A. (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.v27i50.422>
- Levenson, D. S. (1983). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *The CLAO Journal: Official Publication of the Contact Lens*

*Association of Ophthalmologists, Inc*, 9(2), 121–125.

- López, I., Arriaga, A., & Pardo, M. (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., & Guzmán-Hernández, T. (2018a). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista Tecnología En Marcha*, 31(3). <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- Madroñero-Palacios, S., & Guzmán-Hernández, T. (2018b). Desarrollo sostenible. Aplicabilidad y sus tendencias. *Revista Tecnología En Marcha*, 31(3). <https://doi.org/10.18845/tm.v31i3.3907>
- MAGAP. (2015). *COBERTURA Y USO DE LA TIERRA SISTEMAS PRODUCTIVOS ZONAS HOMOGÉNEAS DE CULTIVO*. 1–71. [http://metadatos.sigtierras.gob.ec/pdf/Memoria\\_tecnica\\_Coberturas\\_ORELLANA\\_2015\\_0221.pdf](http://metadatos.sigtierras.gob.ec/pdf/Memoria_tecnica_Coberturas_ORELLANA_2015_0221.pdf)
- Manosalvas, C. A., & Manosalvas, L. O. (2020). Diagnóstico De Los Factores Que Influyen En La Competitividad De Las Empresas De Alojamiento. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*, 4(3), 301–321.
- Manosalvas Vaca, C. A. (2017). Personalidad y Liderazgo: Análisis teórico de su Relación. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 106–114. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.173>
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2020). La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de La CEPAL*, 2019(129), 7–27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>
- Mendoza, F. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. *Revista San Gregorio*, 122–137.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5772016.pdf>

Millán-García, C., & Gómez-Díaz, M. (2018). Factores e indicadores de competitividad hotelera. *Compendium*, 21.

Mintur. (2016). Mintur. *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-TURISTICO.pdf>

MinTur. (2014). Ley de Turismo. *Ley de Turismo*, 1–22. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

MinTur. (2024). *Catastro Nacional 2024*. <https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>

MINTUR. (2015). Reglamento General a la Ley de Turismo del Ecuador. *Lexis*, 30. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Monje Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. *Universidad Surcolombiana*, 1–216. <http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Guía+didáctica+Metodología+de+la+investigación.pdf>

Mora Pisco, L. L., Díaz Rodríguez, N. P. de las M., & Vergara Cevallos, D. A. (2018). El turismo en la matriz productiva de Ecuador: resultados y retos actuales. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 255–262. <http://rus.ucf.edu.cu/index>.

Moral, María ; Fernández, María; Sánchez, M. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 40, 14. <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/5513/a19v40n01p03.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mosquera, A., & Giraldo, J. P. (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>
- Navarra, I. (2020). *Manual de aplicación – 2020*.
- Pacheco, C., & Herrera, R. (2021). Universidad técnica de cotopaxi. *Universidad Técnica de Cotopaxi*, 1, 101. <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/4501/1/PI-000727.pdf>
- Pardo, J. T., & Fontrodona, J. (2022). *Turismo sostenible. Bases para la recuperación del sector turístico desde la cultura de la sostenibilidad*. 4–32. [www.cajaalta.es](http://www.cajaalta.es)
- Peru Petro. (2019). *El Sector Hidrocarburos en el Desarrollo Sostenible*.  
<https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/09/El-sector-turístico-y-los-ODS.pdf>
- Ponce, H., & Santo, U. (2007). LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES. *Enseñanza E Investigación En Psicología*, 12(1), 113–130.  
<https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Quiroga, R. (2007). 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](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5498/S0700589_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Renda, A., & Teotónio, I. (2017). Alojamiento turístico en espacio rural: la percepción de los emprendedores. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 26(4).  
[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](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., De La Hoz, A., & Barrera, M. (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., & Baz, V. (1975). El Poder de la Competitividad. *Digestion*, 13(5), 308–311.

<https://doi.org/10.1159/000197723>

Saavedra, G. M. L. (2012). *Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana*. 93–124. file:///C:/Users/Hp/AppData/Local/Mendeley Ltd/Mendeley Desktop/Downloaded/Luisa, García - Unknown - Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana(2).pdf%0Afile:///C:/Users/Hp/AppData/Local/Mendeley Ltd/Mendeley Deskt

Sepúlveda, C., & Reina, W. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes1. *Revista Venezolana de Gerencia*, 73, 33–49.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29045347003>

Serrano-Amado, A.-M., Montoya-Restrepo, L.-A., & Cazares, I. (2018). Análisis de la sostenibilidad y competitividad turística en Colombia. *Gestión y Ambiente*, 21(1), 99–109.

<https://doi.org/10.15446/ga.v21n1.69395>

Tomás Azcárate, Javier Benayas, G. N. & A. J. (2019). Guia 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=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19](https://www.researchgate.net/publication/341358915_GUIA_PARA_UN_TURISMO_SOSTENIBLE_Retos_del_sector_turistico_ante_la_Agenda_2030/link/5ebc5478a6fdcc90d674f82b/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19)

Torres, A., Rosillo, C., & Cristina, A. (2020). *Administración de empresas*.

Toscano-Hernández, A. E., Fuentes-Doria, D. D., Sepulveda Vargas, R. D., Rodríguez Barón, R. M., Díaz-Ballesteros, J. L., Pinedo Lopéz, J. W., & Fajardo Pereira, M. A. (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/publication/341448414\\_Analisis\\_y\\_evaluacion\\_de\\_la\\_Sostenibilidad\\_Empresarial\\_Herramientas\\_de\\_apoyo\\_a\\_la\\_toma\\_de\\_decisiones\\_y\\_la\\_medicion\\_del\\_rendimiento\\_en\\_pymes](https://www.researchgate.net/publication/341448414_Analisis_y_evaluacion_de_la_Sostenibilidad_Empresarial_Herramientas_de_apoyo_a_la_toma_de_decisiones_y_la_medicion_del_rendimiento_en_pymes)

Ulacia, Z., & Blanco, G. (2018). ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TURISTICO. In *Escuela Superior Politecnica Agropecuaria de Manabi*.  
<https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1509/1/LT002.pdf>

Velázquez, A. J. C. (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-b2bd-ed644072d35f/?utm\\_source=desktop&utm\\_medium=1.19.8&utm\\_campaign=open\\_catalog&userDocumentId=%7B13a216a5-aa90-332c-b494-cfacb1323f68%7D](https://www.mendeley.com/catalogue/0d3fa0bb-aa3f-3b09-b2bd-ed644072d35f/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B13a216a5-aa90-332c-b494-cfacb1323f68%7D)

Wong, S. A. (2020). *Reporte de Competitividad Global 2020 del Foro Económico Mundial Edición Especial*.

Zambrano, C. V. (2010). Territorio, diversidad cultural y Trabajo Social. *Trabajo Social*, 12, 9–24. <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/18082>